

أثر أخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري

صدري مقيمح*

إيمان رمضان**

تاريخ الوصول: 2020/03/24 / تاريخ القبول: 2022/06/21 / تاريخ النشر: 2023/06/26

المؤلف المراسل: s.mekimah@univ-skikda.dz

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير أخلاقيات الأعمال على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري، ولتحقيق أهداف الدراسة وجمع المعطيات، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تصميم استبيان وزع على عينة عشوائية بسيطة قدرها 356 موظف بالمؤسسات محل الدراسة، وتم استخدام البرنامج الإحصائي spss لاختبار الفرضيات.

توصلت الدراسة إلى نتائج مفادها أن أخلاقيات الأعمال اتجاه كل من العمال والبيئة هي الأكثر تأثيرا في الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسات المينائية، وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام أكثر بالجوانب الأخلاقية باتباع آليات إرسائها والعمل على ترسيخها ضمن ثقافة المؤسسات المينائية.

كلمات مفتاحية: أخلاقيات الأعمال، أصحاب المصالح، الميزة التنافسية المستدامة.

تصنيف جال: M14، L21، D41.

* جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، s.mekimah@univ-skikda.dz، الجزائر

** جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، imeneramdane11@gmail.com، الجزائر

L'IMPACT DE L'ÉTHIQUE DES AFFAIRES SUR LA REALISATION D'UN AVANTAGE CONCURRENTIEL DURABLE AU NIVEAU DES ENTREPRISES PORTUAIRES DE L'EST ALGÉRIEN

RÉSUMÉ

Cette étude vise à identifier l'impact de l'éthique des affaires sur la réalisation d'un avantage concurrentiel durable au niveau des entreprises portuaires de l'Est algérien. Pour atteindre les objectifs de l'étude et tester ses hypothèses, Un questionnaire distribué à un échantillon aléatoire simple comptant 356 employés,

Les résultats ont indiqué qu'il existe une éthique des affaires envers les travailleurs et l'environnement, constituant ainsi les éléments les plus influents dans la caractéristique concurrentiel durable des entreprises portuaires. L'étude a recommandé la nécessité d'accorder plus d'attention aux aspects éthiques en suivant les mécanismes de leur mise en place et en travaillant à les intégrer dans la culture des entreprises.

MOTS CLÉS : Éthique des affaires, parties prenantes, avantage concurrentiel durable ·

THE IMPACT OF BUSINESS ETHICS ON THE ACHIEVEMENT OF SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE AT THE PORT ENTERPRISES IN THE ALGERIAN EAST

ABSTRACT

This study aims at identifying the impact of business ethics on the achievement of sustainable competitive advantage at the port enterprises in the Algerian East. To achieve the objectives of the study and test its hypotheses, a questionnaire distributed to a simple random sample of 356 employees.

The results indicated that there is Business ethics towards both workers and the environment is the most influential in the sustainable competitive advantage of port enterprises. The study recommended the need to pay more attention to ethical aspects by following the mechanisms of establishing them and working to establish them within the culture of the enterprises.

KEY WORDS: Business ethics, stakeholders, sustainable competitive advantage.

مقدمة

لقد شهد عالم الأعمال العديد من التغيرات في شتى المجالات، مما فرض على المؤسسة الكثير من التحديات الداخلية والخارجية، خاصة بعد الانتقادات التي حصلت عليها حول أنشطتها المسببة للآثار السلبية على كل من المستهلكين والمجتمع، فضلا عن بروز قضايا جديدة ومتطلبات فرضت ظهور مفهوم التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية على مستوى المؤسسة الاقتصادية، وتصبح المؤسسة مجبرة على الاهتمام بجميع الأطراف التي تربطها مصالح متبادلة معها، وذلك بالحرص على تطبيق قواعد أخلاقية تحكم المعاملات معهم، وتحدد سبل إدارة العلاقة بين المؤسسة وجميع أطراف أصحاب المصلحة لتصبح قادرة على الاستمرار والبقاء من خلال إيجاد القبول والرضا من مختلف أطراف أصحاب المصلحة، خاصة في ظل اشتداد المنافسة وسعي المؤسسات إلى استدامة الميزة التنافسية، وتبعا لذلك سوف نعالج واقع أخلاقيات الأعمال بالمؤسسة، وأهميتها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية بالشرق الجزائري(عنابة، سكيكدة، جيجل و بجاية)، بحيث تم طرح الإشكالية التالية: ما أثر أخلاقيات الأعمال على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؟ ولتوضيح إشكالية الدراسة أكثر نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال اتجاه العمال على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؟
- ما أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؟
- ما أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؟
- ما أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسة المينائية سكيكدة؟
- كإجابة مبدئية عن الإشكالية والتساؤلات الفرعية تم تبني الفرضية الرئيسية: "تأثر أخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري"، لينتق عنها الفرضيات الفرعية المتمثلة في:
- تأثر أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.
- تأثر أخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.
- تأثر أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.
- تأثر أخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه أخلاقيات الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية المستدامة وذلك من خلال تبني المؤسسات محل الدراسة للمبادئ الأخلاقية والتزامها بها مع أصحاب المصالح، لتكون قادرة على استدامة المزايا

التنافسية. ويمكن تلخيص أهداف الدراسة في إبراز أهمية تبني المبادئ الأخلاقية بالمؤسسات محل الدراسة، وكذا تحديد الأثر بين أخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية المستدامة. بالإضافة إلى أنّ نتائج العلاقات الارتباطية والتأثيرية بين المتغيرين (أخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية المستدامة) والتي يتم التوصل إليها من خلال الدراسة تساعد القيادات الإدارية في المؤسسات محل الدراسة، بالتعرف على العناصر الأقوى ارتباطا والأكثر تأثيرا لغرض زيادة الاهتمام بها وإعطائها الأولوية اللازمة، وكمنهجية تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بغرض تحليل واستنباط المفاهيم، والوصول إلى نتائج للخروج باقتراحات ملائمة للمؤسسات محل الدراسة. وبهدف إنجاز هذه الدراسة تم جمع ومراجعة عدد من الدراسات السابقة التي اعتمدت كمراجع من جهة، وكذا الاطلاع على مختلف وجهات النظر وكيفية طرحها، نذكر منها :

- دراسة بعنوان "أخلاقيات الأعمال كميزة تنافسية لمنظمات الأعمال دراسة حالة: المطاحين الكبرى للظهرة بمستغنام"، ركزت الدراسة على واقع أخلاقيات الأعمال داخل المؤسسات، وقد وصلت مؤسس محل الدراسة الهدف إلى تحقيق الربح لكن ليس على حساب المستهلك فهي لا تقوم بالخداع والتضليل، بل هي تسعى إلى تحقيق مزايا تنافسية مع الاهتمام بالاعتبارات الأخلاقية (بن نامة و العشعاشي، 2012).

- دراسة بعنوان: "تأثير أخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية أُنموذج إسلامي مقترح للمنظمات المحلية المعاصرة"، هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين مقومات بناء المنظمة الأخلاقية والمزايا التنافسية ذات الفحوى الأخلاقي مع تقديم الأنموذج المقترح الذي يربط بين أبعاد المتغيرين، وقد توصلت الدراسة إلى أنه يوجد اهتمام بأخلاقيات الأعمال وترسيخها في العمل اليومي من خلال توفير جميع الآليات وتفعيل عملية اتصال مع جميع اطراف أصحاب المصلحة من عمال وعملاء والمجهزين والمشاركين .. الخ (الغراوي و حياوي مهدي، 2011).

-دراسة بعنوان:

"The role of business ethics and social responsibility in achieving competitive advantage and ensuring sustainable business (An empirical study on industrial companies in UAE"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة من خلال إجابات 65 مديرا في الشركة محل الدراسة، وكانت نتائج الدراسة وجود أثر لأخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية على الميزة تنافسية المستدامة، وقد توصلت إلى ضرورة الاهتمام بتدريب الموظفين خاصة فيما يخص تطوير قدرتهم على التعامل مع المشاكل الأخلاقية . (Jayaseelan &

Mazumder, 2015)

دراسة بعنوان

"Business Ethics as a Tool for Competitive Advantage in the Banking Industry in Nigeria"

هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى الممارسات غير الأخلاقية في الصناعة المصرفية النيجيرية من خلال استهداف جميع أصحاب المصلحة ذات العلاقة، وقد توصلت الدراسة إلى وجوب التزام أكبر تجاه مختلف أصحاب المصالح وضمان تنفيذ المعاملات بطريقة صحيحة مما سيؤدي إلى الاحتفاظ بالعملاء وعليه اكتساب ميزة تنافسية

(Ogbo, Ukpere, & Okechukwu, 2013)

لقد تمت الاستفادة من دراسات سابقة في إثراء هذه الدراسة من خلال استكمال الجانب النظري وتحديد الأبعاد التي ستركز عليها الاستبانة والمعتمد في الجانب التطبيقي باعتبارها أداة لجمع البيانات، وفي ما يخص المنهجية المتبعة كذلك، وإن ما يميز هذه الدراسة عن نظيراتها انفرادها بدراسة وربط أخلاقيات الأعمال بالميزة التنافسية

المستدامة مطبقا أبعاد جديدة مستمدة من مبدأ الاستدامة، فضلا عن تطبيقها على المؤسسات المينائية للشرق الجزائري كمجتمع للدراسة.

1- الإطار النظري

يتناول الجانب النظري مدخل عام لأخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية المستدامة، مع إبراز العلاقة النظرية بينهم، وذلك على النحو التالي:

1.1- أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الاقتصادية

قبل التطرق إلى مفهوم أخلاقيات الأعمال سيتم الإشارة أولا إلى مفهوم الأخلاقيات بصفة عامة، كما هو موضح كآآتي:

1.1.1. مفهوم أخلاقيات الأعمال

تعتبر كلمة أخلاقيات "Ethics" اليونانية الأصل وهي مأخوذة من كلمة "Ethos" والتي تعني "دراسة العادات" (سعد و المهداوي، 2009)، وفي قاموس Longman يعرفها على أنها: "ذلك العلم الذي يتناول الأخلاق، ويدل على القوانين، أو المبادئ الخلقية التي تتحكم في سلوك الفرد" (Longman، 1995).

لقد تعددت التعاريف بالنسبة للباحثين والدارسين لموضوع أخلاقيات الأعمال حيث عرفها Sailerمو بأنها "اتجاه الإدارة وتصرفاتها اتجاه موظفيها وزبائنها، المساهمين والمجتمع عامة، وكذلك قوانين الدولة ذات العلاقة بتنظيم عمل المؤسسة" (الاونكتاد، 2001) ويرى Wehrich and Koontz بأنها "كل ما يتعلق بالعدالة والمساواة في توقعات المجتمع والمنافسة التريهة والإعلان والعلاقات العامة والمسؤولية الاجتماعية وحرية الزبائن والتصرفات السليمة في البيئة المحلية والدولية." (Wehrich و Koontz، 1993)، كما عرفها Coyne بأنها "التزام بالقيم الأخلاقية: الأمانة، الاستقامة، الثقة، الصدق في العمل" (Waller، 1996).

وفي نفس السياق عرفت بأنها "مجموعة من المبادئ والقيم الأخلاقية التي تمثل سلوك مؤسسة ما تضع محددات على قراراتها" (حمدي محمد ماهر وآخرون، 2017). ويمكن القول مما تقدم أن أخلاقيات الأعمال ما هي إلا مجموعة من القيم والمبادئ الأخلاقية التي تتصف بها المؤسسة، من خلال السلوك الأخلاقي الذي تتعامل به إدارة المؤسسة اتجاه جميع أطراف أصحاب المصلحة سعياً منها إلى كسب وتقوية العلاقة بينها وبينهم.

2.1.1. أهمية أخلاقيات الأعمال

يعد الالتزام بالمبادئ الأخلاقية أمراً مهماً جداً بالنسبة لمختلف أطراف أصحاب المصلحة، وللعلاقة التي تربطها معهم، حيث تبرز أهمية أخلاقيات الأعمال فيما يلي (أبو عودة، 2017):

- تسهل عملية صنع القرار، وتحقق الاحترام لكل الأطراف سواء من داخل المؤسسة أو خارجها، كما تحسن العلاقات الإنسانية داخل المؤسسة.
- تولد لدى العاملين الشعور بالثقة والانتماء للمؤسسة، وتحسن الرضا الوظيفي، والولاء اتجاه الوظيفة.
- توفر بيئة ملائمة لروح الفريق وزيادة الإنتاجية، مما يؤدي الى زيادة القدرة على الإبداع والابتكار، وهذا ما يعود بالفائدة على كافة الأطراف.
- تقلل تعريض المؤسسة لخطر النزاعات والمتابعة القانونية ما سينعكس على التكاليف التي ستحملها الناتجة عن العقوبات والدعاوي القضائية
- تعزيز سمعة المؤسسة على الصعيد المحلي والدولي مما سيعود عليها بمردود إيجابي، ناهيك عن زيادة إمكانية حصولها على شهادات عالمية وامتيازات عمل خاصة.

3.1.1. مبادئ أخلاقيات الأعمال

لقد اقترحت العديد من المنظمات والاقتصاديين مجموعة من المبادئ لأخلاقيات الأعمال، غير أن جميع هذه الاقتراحات تقاطعت في أهم هذه المبادئ، يمكن تلخيصها في (بومدين، 2015):

– الصدق والتزاهة: ويكون بين كل من أعضاء المؤسسة (العمال والمدراء) مع زبائنها ومورديها ومجتمعاتها والمشاركين بشكل عام.

– الاستقامة: وهذا من خلال اتسام المؤسسة بالعدل والإنصاف في تصرفاتها وتعاملها مع الآخرين.

– السرية: يعني عدم الإفصاح عن أي معلومة يتم الحصول عليها، وعدم استخدامها بشكل مخالف لقوانين وأهداف المؤسسة الأخلاقية.

– الاحترام: أي احترام عادات المجتمع في التفاوض والعلاقات، فضلاً عن احترام الزبائن وحسن معاملتهم، فقد أصبحت هذه الأخيرة أحد الاستراتيجيات الناجحة التي تضمن استمراريتها وبقائها.

– تقوم المؤسسة بوضع آليات تعمل على تفعيلها مبادئ أخلاقية داخل المؤسسة كوضع برامج تدريبية للسلوك الأخلاقي لعمالها، وإنشاء لجان أخلاقية لمراقبة أخلاقيات المؤسسة واستقبال الشكاوي، الاعتماد على مدونة أخلاقية خاصة... الخ.

2.1- ماهية الميزة التنافسية المستدامة

يعد مصطلح الميزة التنافسية المستدامة تطوراً وامتداداً للميزة التنافسية، فقد أشار إليه بورتر سنة 1985 عند اقتراحه للاستراتيجيات التنافسية (Porter, 1996)، غير أنه برز مع الدراسات الأخيرة في مجال الإدارة الإستراتيجية، خاصة بعدما أصبح هدف تسعى إلى تحقيقه جميع المؤسسات.

1.2.1. مفهوم الميزة التنافسية المستدامة

ينقسم مصطلح "الميزة التنافسية المستدامة" إلى قسمين هما "الميزة التنافسية" و "الاستدامة"، حيث عرف فليب كوتلر الميزة التنافسية على أنها "القدرة على أداء الأعمال بأسلوب معين أو مجموعة من الأساليب التي تجعل الأخرى عاجزة عن مجاراتها في الأمد القريب أو في المستقبل" (Köhler, 2004). أما Pitts & lei فقد عرفها على أنها "استغلال المؤسسة لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها، بحيث تخلق قيمة لا يستطيع بقية المنافسين تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم" (القطب، 2012)، أما القسم الثاني "الاستدامة" فهي الصفة التي ترتبط بمفهوم التنمية المستدامة الرامي إلى تلبية الحاجات الحالية للسوق مع الأخذ بعين الاعتبار الحاجات المستقبلية للأجيال القادمة (البكري و بني حمدان، 2013)، كما أن الاستدامة بالنسبة لأي مؤسسة هي عبارة عن "تطبيق استراتيجيات وأنشطة الأعمال التي تحقق احتياجات المشروع وأصحاب المصلحة فيه اليوم مع حماية الموارد البشرية والطبيعية في المستقبل" (السيد و مدثر، 2003).

ولقد حظي مفهوم الميزة التنافسية المستدامة باهتمام كبيراً من طرف الباحثين مما جعل له مفاهيم عديدة، وذلك لاختلاف وجهات النظر حول وضع تعريف موحد للميزة التنافسية المستدامة، فهناك من ركّز على العلاقة التي تربط المؤسسة بمختلف الأطراف أصحاب المصلحة، معتمداً على منظور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات لتعرف على أنها "مجموعة الأعمال التي تقوم بها الشركة لأجل تحقيق غاياتها الاستراتيجية المتمثلة في تأسيس موقع ربحي دائم وتحقيق الرضا لمختلف الأطراف داخلياً وخارجياً" (Cushman & Sanderson, 2001). كما عرفها Dickson على أنها "الميزات الجديدة التي تحصل عليها المؤسسة الاقتصادية بما يجعلها في مركز متقدم بالاستمرار بالعلاقة مع منافسيها" (Dickson & R, 1992)، فيما نجد من يعرفها على أساس إدارة

العلاقة مع الزبائن وقيمتها بأنها "تستهدف بناء نظام يمتلك ميزة فريدة أو مميزة يتفوق بها المنافسين من خلال قيمة الزبون بطريقة كفى ومستدامة يمكن المحافظة عليها باستمرار وعرضها أو تقديمها بشكل أفضل عن الآخرين." (Lynch، 2000) كما يرى البعض الآخر أن الميزة التنافسية المستدامة تكون مصدرها الموارد والكفاءات الجوهرية التي تمتلكها المؤسسة حيث يعرفها Yang على أنها "الميزة التي تعتمد على استغلال الموارد باستراتيجيات سريعة عن طريق التعلم السريع من أجل الاستجابة للتغيرات الدورية الواقعة في بيئة المؤسسة" (Yang، 2013) ، ومن خلال التعاريف السابقة نستخلص أهم النقاط التالية:

- تقودها حاجات ورغبات الزبائن. بمعنى انفراد المؤسسة على تقديم قيمة لزبائنها.
- تجعل الموارد الفريدة للتنظيم متفقة مع الفرص الموجودة في البيئة الخارجية.
- تعكس الميزة التنافسية المستدامة المركز المميز أو المتفوق للمؤسسة قياسيا بمثيلائها.
- للميزة التنافسية المستدامة خصائص ومميزات يصعب على المنافسين الآخرين تقليدها أو استنساخها.
- تحصل المؤسسة من خلال الميزة التنافسية المستدامة على منافع أو عوائد لأبعد مدى ممكن.

وعليه يمكن تعريف الميزة التنافسية المستدامة على أنها: مجموعة الموارد التي تمتلكها المؤسسة وتسيرها ضمن استراتيجية تجعلها قادرة على تحقيق التميز في كل الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية على المدى الطويل.

2.2.1. أهداف الميزة التنافسية المستدامة

لقد أصبحت المؤسسات الاقتصادية تتسارع نحو تحقيق الميزة التنافسية المستدامة خاصة بعد تزايد حدة المنافسة واختلاف أسس التنافس التي كانت تتمثل أساسا في الأسعار، بإدخال التكنولوجيا الحديثة أو استعمال قنوات أخرى للتوزيع أو إنتاج منتج

جديد، مما يدفع بالمؤسسة إلى البحث عن بدائل تمكنها من التميز عن مثيلاتها من المؤسسات الأخرى. فضلا عن مختلف التغيرات الحاصلة على جميع المستويات لعل أهمها (فلاق، 2014).

- التغيرات التكنولوجية الحاصلة والتي تظهر من فترة إلى أخرى للمؤسسة فرصا جديدة في مجالات عديدة، كتصميم المنتج باستخدام الحاسوب، ما يستوجب على المؤسسة الأخذ بها وإلا ستجد نفسها متأخرة عن مثيلاتها،

- التغيرات في رغبات وحاجات الزبائن بصفة مستمرة يصعب تتبعها لإنتاج سلع وخدمات تتناسب مع أذواقهم، فلم يعد من الممكن تصور وجود رغبات يتم إشباعها كما لم يعد الأمر يقتصر على الحاجة القائمة ل يتم هذا الإشباع بل تعدى هذا الحد إلى درجة صناعة الرغبة وإلى درجة الارتقاء بالحاجة،

- التغيرات في القيود الحكومية التي تحدث غالبا في القوانين التي تصدرها الحكومات في مجالات مواصفات المنتج، حماية البيئة من التلوث وقيود الدخول إلى الأسواق، وهو ما يفرض على المؤسسة الاستجابة لها،

- التغيرات في تكاليف المدخلات المرتفعة سيؤثر على الميزة التنافسية الحالية للمؤسسة، وهو ما يدفعها إلى البحث عن ميزة تنافسية أخرى تضمن لها تخفيض التكاليف ومن ثم تحقيق التميز مرة أخرى، التغيرات الاجتماعية والثقافية والحضارية كالقيم والأعراف والتقاليد التي يجب على المؤسسة الاستجابة الواعية والمستمرة لها بإجراء تعديلات في أعمالها بهدف الملائمة والانسجام والاستمرار في نشاطها.

كل هذه الأسباب دفعت بالمؤسسات الاقتصادية إلى الذهاب لأبعد من الميزة التنافسية سهلة التقليد والاستنساخ من قبل المنافسين، والسعي في إيجاد وبناء ميزة تنافسية مستدامة تكون للمؤسسة (فلاق، 2014):

- سلاحا لمواجهة تحديات السوق والمؤسسات المناظرة من خلال قيام المؤسسة بتنمية معرفتها التنافسية وقدرتها على تلبية احتياجات الزبائن في المستقبل.
- معيارا لتحديد المؤسسات الناجحة من غيرها لكونها تتميز بإيجاد نماذج جديدة متفردة يصعب تقليدها ومحاكاتها باستمرار. لأن النماذج القديمة لها قد أصبحت معروفة ومتاحة بشكل واسع كما أن المنافسين على علم بها.
- هدفا أساسيا وضروريا تسعى إليه جميع المؤسسات التي ينبغي لها التفوق والتميز، وابرار قدرة المؤسسة على استغلال الموارد والإمكانيات في تحقيق موقع أفضل بين المنافسين والسعي لإرضاء الزبائن والتعرف على حاجاتهم ورغباتهم بطريقة يصعب على المؤسسات الأخرى تقليدها.
- مرتبط أساسا بالأداء المتحقق من المؤسسة والعاملين فيها، ومن ثم لا يمكن أن تبني أو تمتلك أية مؤسسة ميزة تنافسية من دون أن ترتقي بأدائها إلى المستوى الذي تتفوق به على المنافسين الآخرين ولمدى زمني مناسب، قد يطول أو يقصر تبعا لقدرتها في الحفاظ على ميزتها التنافسية وإدامتها.

3.2.1. أبعاد الميزة التنافسية المستدامة

لقد تعددت آراء الباحثين حول أبعاد الميزة التنافسية المستدامة، واختلفت تقسيماتهم فمنهم من اعتمد على الأبعاد الخمسة المعروفة للميزة التنافسية مع التركيز على أن تعمل المؤسسة على الحفاظ عليها في المدى الطويل، في حين اتفق آخرون، على نفس الفكرة لكن بإضافة البيئة الطبيعية كبعد آخر لها، كما أشار إليها بعناصر أخرى: القدرات الجوهرية، الإبداع، المعرفة... الخ، غير أن تغير طبيعة المنافسة اليوم فرض على المؤسسة العمل وفق استراتيجية تراعي فيها جميع الأطراف، خاصة مع بروز مفهوم المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسات وتغير رغبات المستهلكين نحو المنتجات الصديقة للبيئة فضلا عن طرح كل من Huger et Wheelen سنة 2004 لفكرة

تعديل نموذج بورتر للقوى الخمسة، بإضافة قوة سادسة تتمثل في تهديدات أصحاب المصالح، لتتولى الآراء إعادة التفكير في صيغ استراتيجية تنافسية تتوافق مع متطلبات الاستدامة، وتجعل من المزايا المحققة على جميع الجوانب طويلة المدى، ووفق لما تقدم يتم تقسيمها إلى:

– البعد الاقتصادي: يوجد نوع من التوافق والتطابق بين آراء الباحثين في موضوع الأبعاد الفرعية الأكثر شيوعا والتي يعد كل منها بعدا أساسيا لتحقيق البعد الاقتصادي للميزة التنافسية المستدامة، والذي يضم العناصر أو الأبعاد التي طرحها الاقتصادي بورتر سنة 1985 وهي خمسة عناصر تتمثل في: الجودة، الابتكار، التكلفة، التسليم، المرونة (Porter, 1996).

– البعد الاجتماعي: والذي طرحه كل من porter et Kramer سنة 2007 بتأكيدهم أن الاستجابة الحقيقية لمتطلبات بناء الميزة التنافسية المستدامة تكمن في رضا أصحاب المصالح من خلال إدارة العلاقة معهم بشكل جيد، مما يكسبها سمعة طيبة ورضا وولاء لدى جميع أطراف أصحاب المصالح. كما أضاف porter et kramer في تحليلهما الهادف إلى ترسيخ البعد الاجتماعي في استراتيجية المؤسسة والاسترشاد بها في البحث عن الميزة التنافسية المستدامة، إلى ضرورة التعرف في سلسلة القيمة على النقاط المشتركة بين المؤسسة والمجتمع من خلال معرفة مختلف التأثيرات السلبية والإيجابية للمؤسسة على المجتمع والعكس بهدف الوصول لتحقيق هذا البعد. (Marianne, 2008)

– البعد البيئي: حيث يرى Stade وآخرون أن الميزة التنافسية المستدامة تقوم على البيئة وأن الاستدامة البيئية هي مصدرها، باعتبارها فرصة استثمارية ومجال خصب للابتكار بهدف تلبية رغبات فئة من المستهلكين، أما Paul Srivastava يرى أن الميزة التنافسية المستدامة ترتبط بالبعد البيئي أي تعتمد في مصدر قوتها أو في إنشاء قيمتها

السوقية على البيئة ومن معالجتها الكفؤة للمشكلات البيئية، حيث يمكن للمؤسسة تحقيق البعد البيئي للميزة التنافسية المستدامة من خلال التركيز على أبعادها الفرعية المتمثلة في: الالتزام الإيجابي باللوائح البيئية، استراتيجية للتمييز البيئي، الاهتمام بالابتكار البيئي، غرس الثقافة الخضراء، ترسيخ القيمة اللاملموسة الخضراء (نجم، 2015).

1.3- مساهمة أخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

إن التزام المؤسسات الاقتصادية للمبادئ والمعايير الأخلاقية في أنشطتها وتعاملاتها مع مختلف أطراف أصحاب المصالح، وكذا ترسيخها ضمن ثقافتها، سوف ينعكس عليها إيجاباً ويكسبها العديد من المزايا التنافسية مقارنة مع منافسيها، ويكون هذا من خلال تحليها بالاستقامة والأخلاق العالية والتزامها بالمسؤولية الأخلاقية اتجاه جميع أطراف أصحاب المصالح، وذلك بـ:

- توفير المعلومات بشكل صادق لكل الأطراف خاصة المساهمين، العملاء والعمال.
- تحليها بالزاهة والشفافية في التعامل مع جميع أطراف أصحاب المصلحة.
- المحافظة على المجتمع والبيئة بدرجة أكبر من النصوص والقوانين المفروضة.
- العمل على إيجاد علاقة الطيبة المبنية على المصادقية بينها وبين أطراف أصحاب المصلحة.
- بالنسبة للعمال، وضع أنظمة واضحة للمكافأة والحوافز.
- توجه نحو دمج الاعتبارات البيئية - الأخلاقية في كامل أنشطتها الإنتاجية.
- السعي إلى تحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية.

يمكن القول إن المؤسسة التي تعمل باستمرار على اتباع المبادئ الأخلاقية هي القادرة على اكتساب العديد من المزايا التنافسية واستدامتها على جميع الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ومن بين أهم هذه المزايا نجد:

- الصورة الذهنية الإيجابية، والسمعة الجيدة للمؤسسة لدى جميع الأطراف أصحاب المصلحة.
- الالتزام بالمعايير الأخلاقية سيؤثر إيجاباً على ربحية المؤسسة.
- تحقيق أداء مستدام و متميز للمؤسسة مقارنة مع منافسيها.
- زيادة قدرات العاملين على الإبداع والابتكار نتيجة لروح التعاون الذي سيسود في المؤسسة.
- كسبها العديد من الجوائز الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية سيتيح لها العديد من الفرص المستقبلية.

2- الإطار التطبيقي

نعرض في هذا الجانب نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة بحساب كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري، والتعرف على مدى تطبيق المؤسسة لمفهوم أخلاقيات الأعمال اتجاه أهم أصحاب المصالح التي تتعامل معهم، وكذا قياس الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسة محل الدراسة.

2-1 أداة وعينة الدراسة

قدر مجتمع الدراسة بمختلف إطارات و أعوان التحكم والتنفيذ بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري و البالغ عددهم 4920 عامل وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة قدر حجمها من خلال معادلة ستيفن ثومبسون (Steven & Thompson, 2012) قدرت بـ 356 موظف تم استرجاع 218 استمارة قابلة للتحليل أي بنسبة استجابة قدرها 61,25%.

تم إعداد استبانة حول أثر الالتزام بأخلاقيات الأعمال على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية، بحيث تتكون الاستبانة من محورين رئيسين، حيث شمل المحور الأول المتغير المستقل "أخلاقيات الأعمال، أما المحور الثاني الذي تم تخصيصه

لقياس المتغير التابع "الميزة التنافسية المستدامة". وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات الباحثين لفقرات الاستبانة، كما استعان الباحثين في تحليل بيانات الدراسة بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss النسخة 23.

2.2- صدق الاتساق البنائي

يقيس مدى صدق بناء الاستمارة حسب محاورها، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الاستمارة والدرجة الكلية لها باستعمال معامل ارتباط بيرسون حيث كانت النتائج كما يبينها الجدول الموالي:

جدول رقم 01. معاملات الارتباط بيرسون بين كل محور من المحاور الاستبانة والدرجة الكلية لها

المحاور	معامل الارتباط بالمحور	مستوى الدلالة Sig
مدى الالتزام بأخلاقيات الأعمال	0.919	,0000
الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة	0.886	,0000

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتضح من الجدول الموضح أعلاه أن قيم معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لها دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01، مما يشير إلى الارتباط القوي بين المحورين، وبالتالي فهي تتمتع بدرجة صدق مرتفعة، وعليه تعتبر أداة الدراسة صالحة للتحليل الإحصائي وبالتالي يمكن الاعتماد عليها في الوصول إلى النتائج المرغوبة.

3.2- ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة في حالة ما إذا تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، وقد تم التأكد من ثبات أداة الدراسة باستخدام طريقة ألفا كرونباخ، من خلال حساب هذا المعامل لكل محور

من محاور الاستبانة وكذا حساب معامل ألفا كرونباخ الإجمالي الاستبانة كاملة، وكانت أهم النتائج التي تم التوصل إليها موضحة في الجدول رقم (02).

جدول رقم 02. معاملات الثبات (ألفا كرونباخ)

المحاور	العبارات	معامل ألفا كرونباخ
محور أخلاقيات الأعمال	16	0.843
محور الميزة التنافسية المستدامة	10	0.744
جميع محاور الاستمارة	26	0.882

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات حيث قدرت درجة الثبات الكلية (0.882)، كما أن محاور الاستمارة قدرت معاملات ثباتها ب (0.843) بالنسبة للمحور الأول وبـ (0.744) بالنسبة للمحور الثاني.

4.2- اختبار اعتدالية توزيع البيانات

يهدف هذا الاختبار إلى تحديد فيما إذا كانت البيانات المحصل عليها موزعة توزيعاً طبيعياً أم لا، وللوقوف على مدى إمكانية إجراء الاختبارات المعلمية لتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية، حيث تم الاعتماد على اختبار one-Simple Kolmogorov-Smirnov للعينة الواحدة وكانت النتائج كما يوضحها الجدول الموالي:

جدول رقم 03. اختبار التوزيع الطبيعي

المحاور الدراسة	القيمة الإحصائية	القيمة المعنوية sig
توزيع الدراسة	0.976	0.681

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) أن مستوى الدلالة لمحاور الدراسة كانت أكبر من 0.05 (0.681 أكبر من 0.05) وبالتالي فإنه يمكن القول إن محاور الاستبانة تتوزع طبيعياً مما يسمح بإجراء الاختبارات المعلمية عليها.

5.2- تحليل نتائج محاور الدراسة

يمكن تلخيص عبارات المحور الأول في الجدول أدناه، والذي يهدف إلى التعرف على مدى التزام المؤسسة بأخلاقيات الأعمال اتجاه أصحاب المصالح للمؤسسة محل الدراسة:

جدول رقم 04. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد أخلاقيات الأعمال

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
01	تحرص المؤسسة على التوظيف بطريقة شفافة وعادلة.	2.4839	1.179	4	منخفض
02	تعمل المؤسسة على منح الترقية والمكافأة دون تمييز.	2.5806	1.204	2	منخفض
03	تعمل المؤسسة على توزيع التكوين بصفة عادلة.	2.5161	0.995	3	منخفض
04	توفر المؤسسة بيئة عمل صحية وسليمة.	2.9677	0.836	1	محايد
المتوسط الحسابي العام					
01	تطبق المؤسسة معايير النزاهة والشفافية في التعامل مع زبائنها.	3.7419	0.728	3	مرتفع
02	تعمل المؤسسة على توفير المعلومات لزبائنها بكل صدق.	3.6774	0.832	4	مرتفع
03	تسعى المؤسسة إلى تقديم الاتفاقات مع زبائنها تقوم على أساس الربح للجميع	4.2581	0.444	1	مرتفع جدا
04	تلتزم المؤسسة باتفاقياتها ووعودها لزبائنها.	4.2258	0.425	2	مرتفع جدا
المتوسط الحسابي العام					
01	تمثل المؤسسة إلى القوانين والتشريعات البيئية.	3.709	0.901	2	مرتفع
02	توفر المؤسسة الوسائل اللازمة لحماية البيئة.	3.602	0.715	4	مرتفع
03	تعمل المؤسسة على وضع برنامج تحسيسى حول حماية البيئة.	3.709	0.972	1	مرتفع
04	تتعاون المؤسسة مع الجهات ذات العلاقة بحماية البيئة	3.612	0.882	3	مرتفع
المتوسط الحسابي العام					
01	تتترم المؤسسة جميع العادات والأعراف المعمول بها في المجتمع.	3.511	0.811	4	مرتفع
02	تحافظ المؤسسة على السلوك الأخلاقي في خدمة المجتمع المحلي.	3.516	0.851	3	مرتفع
03	تعمل المؤسسة على المساهمة في دعم الفعاليات والمبادرات الرياضية، الثقافية والتعليمية.	3.677	0.791	1	مرتفع
04	تسعى المؤسسة إلى التعاون مع المجتمع المحلي في حل القضايا الاجتماعية.	3.667	0.790	2	مرتفع
المتوسط الحسابي العام					
		3.596	0.597	---	مرتفع
		3.467	0.469	---	مرتفع

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (04) أن المتوسط الحسابي لعبارات أخلاقيات الأعمال قدر ب(3.467) وانحراف معياري قدر ب(0.469) وبالتالي درجة التقييم مرتفعة والاتجاه موافق أي أن أفراد العينة يقيمون أخلاقيات الأعمال للمؤسسة محل

الدراسة بالمرتفع، حيث انحصر المتوسط الحسابي لأبعاد هذا المحور بين (2.4839 و4.2581) بدرجة موافق في كافة الأبعاد، هذا ما يعكس اهتمام المؤسسة بجوانب أخلاقيات الأعمال في نشاطاتها من خلال التركيز على أخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء بالدرجة الأولى. بمتوسط حسابي بلغ (3.975) وانحراف معياري قدر ب(0.434)، بالإضافة إلى احترام العنصر الأخلاقي بالنسبة للبيئة في نشاطها حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد (3.661) وانحراف معياري (0.627)، هذا دون إهمال أخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع. بمتوسط حسابي قدر ب (3.467) وانحراف معياري قدر بـ (469.0) واتجاه العمال. بمتوسط حسابي (2.637) وانحراف معياري (0.868) هذا ما يعكس الاهتمام الكبير للمؤسسات المينائية والتزامها بتطبيق مبادئ أخلاقيات الأعمال اتجاه جميع أطراف المصلحة المتعامل معهم، و هو ما يدل على مستوى إدراكها لأهمية العنصر الأخلاقي في معاملتها.

أما فيما يخص المحور الثاني فسيتم فيه الوقوف على الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسات المينائية من خلال تحليل عبارات المحور، حيث تظهر النتائج موضحة في الجدول الموالي:

جدول رقم 05. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للميزة التنافسية المستدامة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
01	تعمل المؤسسة على الاستغلال الأمثل لمواردها المتاحة من أجل تخفيض التكاليف.	3.354	0.660	3	محايد
02	لدى المؤسسة مرونة عالية للاستجابة لحاجات ورغبات زبائننا.	3.419	0.922	2	مرتفع
03	تسعى المؤسسة الى تحسين خدماتها بشكل مستمر.	4.322	0.475	1	مرتفع جدا
01	تتميز المؤسسة بالسمعة الطيبة نتيجة سلوكها الأخلاقي مع جميع أطراف المصلحة	3.483	0.811	4	مرتفع جدا
02	تمتلك المؤسسة القدرة على الاحتفاظ بعمالها خاصة ذوي المهارات العالية.	3.871	0.763	1	مرتفع
الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقييم
03	تتميز المؤسسة بالاستجابة السريعة للتعيرات الحاصلة في حاجات المجتمع.	3.741	0.728	3	مرتفع

مرتفع	2	0.792	3.806	04 يتميز مناخ العمل بالمؤسسة بروح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف.
مرتفع	---	0.495	3.725	المتوسط الحسابي العام
منخفض	2	0.919	2.612	01 تقوم المؤسسة بتقديم خدمات تراعى المعايير البيئية.
مرتفع	1	0.972	3.709	02 تتميز المؤسسة بالتقليل من هدر الموارد والطاقة باتباعها الأساليب الحديثة في تسيير عملياتها.
مرتفع	3	0.769	3.516	03 تتميز المؤسسة بارتفاع الوعي البيئي لدى عمالها.
محابد	---	0.524	3.279	المتوسط الحسابي العام
مرتفع	---	0.398	3.622	المتوسط الحسابي العام للميزة التنافسية المستدامة

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتبين لنا من خلال الجدول أن تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية قد بلغ متوسط حسابي قدر بـ (3.622) وانحراف معياري قدر بـ (0.398) وبالتالي درجة موافق، حيث انحصر المتوسط الحسابي لعبارات هذا المحور بين (3.354 و 4.322) بدرجة موافق في كافة العبارات، هذا ما يعكس أن المؤسسة تسعى إلى تحقيق مزايا تنافسية على مستوى مختلف أبعادها من وجهة نظر مبحوثيها، وذلك من خلال حرصها الدائم على تحسين خدماتها بصفة مستمرة وبشكل يجعلها تستجيب لتطلعات زبائنهم، وكذا الحفاظ على روح التعاون والترابط بين مختلف الأطراف الفاعلة، فضلا عن العمل على اتباع الأساليب الحديثة في تسيير عملياتها من أجل تحقيق هدف التقليل من هدر الموارد والطاقة، لتكون دوما مراعية للمعايير البيئية.

6.2- اختبار الفرضيات الدراسة

خصص هذا المحور لاختبار صحة الفرضيات الفرعية والرئيسية للدراسة، مع العمل على إبراز النموذج الأكثر ملائمة وذلك من خلال تسليط الضوء على أهم المتغيرات الفرعية لأخلاقيات الأعمال التي تؤثر في الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسة محل الدراسة.

1.6.2. اختبار التعددية الخطية

قبل القيام باختبار فرضيات الدراسة يجب المرور باختبار التعددية الخطية، وذلك بهدف معرفة مدى قوة نموذج الدراسة وإثبات عدم وجود تداخل بين المتغيرات المستقلة

أي أنه لا توجد ارتباطات خطية فيما بينها، وذلك بتطبيق اختبار تضخم التباين VIF ، فكلما كان هذا المعامل أقل من 5 نقول إن المتغيرات المستقلة غير مرتبطة فيما بينها وبالتالي لا توجد تعددية خطية.

الجدول رقم 06. نتائج اختبار التعددية الخطية.

Tolérance	VIF	المتغيرات المستقلة الجزئي
0.756	1.323	أخلاقيات الأعمال تجاه العمال.
0.687	1.455	أخلاقيات الأعمال تجاه العملاء.
0.677	1.478	أخلاقيات الأعمال تجاه البيئة.
0.570	1.754	أخلاقيات الأعمال تجاه المجتمع.

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة VIF لجميع المتغيرات كانت أقل من 5، وهو ما يشير إلى عدم تداخل المتغيرات المستقلة مما يعكس قوة نموذج الدراسة، وتشير كذلك قيم Tolérance معامل التحميل إلى عدم وجود تداخل بين هذه المتغيرات، وبالتالي يمكن اختبار الفرضيات بالانحدار بسيط ومتعدد بتطبيق طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية OLS.

2.6.2. اختبار الفرضية الفرعية الأولى

H_0 : تأثر أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.؛

H_1 : لا تؤثر أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.؛

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$ ، والجدول الموالي يوضح نتائج الاختبار كما يلي:

جدول رقم 07. نتائج الانحدار البسيط لأثر أخلاقيات الأعمال تجاه البيئة على الميزة التنافسية المستدامة

معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	اختبار T		معادلة الانحدار	
		sig	قيمة T	الخطأ المعياري	معاملات B
0.273	0.522	0.00	14.853	0.201	2.99
		0.00	3.29	0.703	0.24

الثابت
أخلاقيات الأعمال
تجاه العمال

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معامل الارتباط يساوي 0.52 أي وجود علاقة ارتباط متوسطة بنسبة 52% بين أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال والميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية، مع تسجيل معامل التحديد يقدر بـ 0.273 أي أن أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال تفسر ما نسبته 27.3% من التباين والتغير الحاصل في الميزة التنافسية المستدامة، حيث أن قيمة T المحسوبة تساوي 14.85 وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تقدر بـ 1.69، وبما أن مستوى الدلالة هو 0.00 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال اتجاه العمال على الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية بالشرق الجزائري".

3.6.2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية

H₀: تؤثر أخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؛

H₁: لا تؤثر أخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط عند مستوى المعنوية 0.05، والجدول الموالي يوضح نتائج الاختبار كما يلي:

جدول رقم 8. نتائج الانحدار البسيط لأثر أخلاقيات الأعمال تجاه العملاء على الميزة التنافسية المستدامة

معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	اختبار T sig	قيمة T	معادلة الانحدار الخطأ المعياري	معاملات B
0.151	0.388	0.00	3.524	0.627	2.209
		0.03	2.268	0.157	0.356
					الثابت
					أخلاقيات الأعمال
					اتجاه العملاء

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

ينكشف من خلال الجدول أعلاه أن معامل الارتباط يساوي 0.38 أي وجود علاقة ارتباط ضعيفة بنسبة % 38 بين أخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء والميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية، مع تسجيل معامل التحديد يقدر بـ 0.151 أي أن أخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء تفسر ما نسبته 15.1% من التباين والتغير الحاصل في الميزة التنافسية المستدامة، حيث أن قيمة T المحسوبة تساوي 2.268 وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تقدر بـ 1.69، وبما أن مستوى الدلالة هو 0.03 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء على الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية بالشرق الجزائري".

4.6.2. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

H₀: تؤثر أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.؛

H₁: لا تؤثر/ أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.؛

لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط عند مستوى المعنوية 0.05، والجدول الموالي يوضح نتائج الاختبار كما يلي:

جدول رقم 9. نتائج الانحدار البسيط لأثر أخلاقيات الأعمال تجاه البيئة على الميزة التنافسية المستدامة

معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	اختبار T		معادلة الانحدار		
		sig	قيمة T	الخطأ المعياري	معاملات B	
		0.00	6.472	0.375	2.427	الثابت
0.265	0.515	0.00	3.232	0.101	0.326	أخلاقيات الأعمال تجاه البيئة

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول يتضح أن معامل الارتباط يساوي 0.51 أي وجود علاقة ارتباط متوسطة بنسبة 51% بين أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة والميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية، مع تسجيل معامل التحديد يقدر بـ 0.265 أي أن أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة تفسر ما نسبته 26.5% من التباين والتغير الحاصل في الميزة التنافسية المستدامة، حيث أن قيمة T المحسوبة تساوي 3.232 وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تقدر بـ 1.69 ، وبما أن مستوى الدلالة هو 0.00 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة على الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية بالشرق الجزائري".

5.6.2. اختبار الفرضية الرابعة

H₀: تأثير أخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؛
 H₁: لا تأثير أخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط عند مستوى المعنوية 0,05، والجدول الموالي يوضح نتائج الاختبار كما يلي:
 جدول رقم 10: نتائج الانحدار البسيط لأثر أخلاقيات الأعمال تجاه المجتمع على الميزة التنافسية المستدامة

معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	اختبار T		معادلة الانحدار		
		قيمة T	sig	الخطأ المعياري	معاملات B	
0.160	0.400	2.349	0.02	0.413	2.664	الثابت
				0.113	0.266	أخلاقيات الأعمال تجاه المجتمع

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول يتضح أن معامل الارتباط يساوي 0.40 أي وجود علاقة ارتباط ضعيفة بنسبة 40% بين أخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع والميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية، مع تسجيل معامل التحديد يقدر بـ 0.160 أي أن أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال تفسر ما نسبته 16% من التباين والتغير الحاصل في الميزة التنافسية المستدامة، حيث أن قيمة T المحسوبة تساوي 2.349 وهي أكبر من القيمة الجدولية التي تقدر بـ 1.69، وبما أن مستوى الدلالة هو 0.02 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية التي تنص على أنه: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع على الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية بالشرق الجزائري".

6.6.2. اختبار الفرضية الرئيسية

H₀: تأثر أخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؛

H₁: لا تأثر أخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية للشرق الجزائري؛

لاختبار هذه الفرضية الرئيسية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد عند مستوى المعنوية 0,05، والجدول الموالي يوضح نتائج الاختبار كما يلي:

الجدول رقم 11. نتائج الانحدار المتعدد لأثر أخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية المستدامة

معامل التحديد R ²	معامل الارتباط R	اختبار F		معادلة الانحدار		
		اختبار F	قيمة F	معاملات B	الخطأ المعياري	
0.427	0.653	0.005	4.842	1.780	0.602	الثابت
				0.153	0.078	أخلاقيات الأعمال
						اتجاه العمال
				0.143	0.164	أخلاقيات الأعمال
						اتجاه العملاء
				0.234	0.115	أخلاقيات الأعمال
						اتجاه البيئة
				0.004	0.131	أخلاقيات الأعمال
		اتجاه المجتمع				

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معامل الارتباط يساوي 0.65 أي وجود علاقة ارتباط قوية بنسبة 65% بين أخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات

المينائية، مع تسجيل معامل التحديد يقدر بـ 0.427 أي أن أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال تفسر ما نسبته 42.7% من التباين والتغير الحاصل في الميزة التنافسية المستدامة، حيث أن قيمة F المحسوبة تساوي 4.842. بمستوى الدلالة 50.00 وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وهنا نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات المينائية بالشرق الجزائري".

ولمعرفة المتغيرات المستقلة الجزئية الأكثر تأثيرا في الميزة التنافسية المستدامة نقوم بتحليل الانحدار المتعدد تدرجي step-wise régression، وذلك من خلال إدخال المتغيرات المستقلة بطريقة تدرجية حسب الأهمية التأثيرية لكل متغير مفسر إلى المتغير التابع، فضلا إلى استبعاد المتغيرات المستقلة غير المؤثرة معنويا، ليتم بعدها المفاضلة بين النماذج المتوصل إليها بهدف الحصول في الأخير على النموذج الأكثر تفسيريا للظاهرة المدروسة، والجدول التالي يبين نتائج الاختبار:

الجدول رقم 12. نتائج معامل الارتباط للمتغيرات الأكثر أهمية في التأثير على الميزة التنافسية المستدامة

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F	مستوى المعنوية
النموذج 1: أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال	0.522	0.273	10.876	0.003
النموذج 2: أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة	0.638	0.407	9.602	0.001

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يتبين من الجدول أعلاه بأن أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال وأخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة كانت أكثر متغيرات الدراسة أهمية من حيث التأثير في الميزة التنافسية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط (0.638) مفسر ما قيمته 40.7% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع، كما بلغت قيمة (F) المحسوبة 9.602. بمستوى معنوية 0.001 وهي أقل من 0.05 وبالتالي يعتبر النموذج (2) من الناحية الإحصائية الأفضل في تفسيره للعلاقة.

ومنه يمكن تعديل نموذج الدراسة السابق بالاعتماد على المتغيرين الأكثر أهمية عند التأثير على المتغير التابع، ومن أجل الوقوف على درجة معنوية معاملات النماذج المقترحة واستنتاج معادلة الانحدار نستعرض الجدول الموالي:

الجدول رقم 13. نتائج التباين لنموذج الانحدار المتدرج للمتغيرات الأكثر أهمية

مستوى الدلالة	اختبار T	Béta	معادلة الانحدار		نموذج
			الخطأ المعياري	معاملات B	
0.000	14.853		0.201	2.991	نموذج 1: الثابت
0.003	3.298	0.522	0.073	0.240	أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال
0.000	6.405		0.350	2.243	نموذج 2: الثابت
0.015	2.589	0.398	0.071	0.183	أخلاقيات الأعمال اتجاه العمال X ₁
0.018	2.516	0.398	0.098	0.245	أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة X ₂

مصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

يتراءى من الجدول أعلاه أن المعاملات المكونة لنماذج الانحدار الخطي المتعدد كانت معنوية، وبالتالي كافة النماذج لها تأثير معنوي ودال إحصائياً عند مستوى 0.05، على هذا الأساس يتم اختيار القوة التفسيرية لكل نموذج، ليتم التأكيد على اختيار النموذج (2) الذي كان له أكبر قوة تفسيرية للمتغير المستقل على الميزة التنافسية المستدامة.

وعليه فمعادلة الانحدار المتعدد للنموذج هي: $Y=6.405+2.589X_1+2.516X_2$

حيث أن أخلاقيات الأعمال اتجاه كل من العمال والبيئة هي الأكثر تأثيراً في الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسات المينائية محل الدراسة.

خاتمة

لقد أصبح موضوع أخلاقيات الأعمال من بين المواضيع المهمة بالنسبة للباحثين ومسيري المؤسسات الاقتصادية وذلك بالنظر إلى تعدد المشاكل والقضايا الأخلاقية، فقد أصبح عاملاً أساسياً لبناء ميزة تنافسية مستدامة كون أن المؤسسة التي تلتزم في معاملاتها بالسلوك الأخلاقي اتجاه جميع أطراف أصحاب المصلحة، سيكون لديها علاقة

قوية معهم كما تكتسب صورة وسمعة جيدة مقارنة بمنافسيها، فضلا عن المساهمة في استدامة المزايا التنافسية المحققة.

ولقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- توصلت الدراسة إلى إثبات صحة الفرضية "تأثر أخلاقيات الأعمال على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بالمؤسسات المينائية"، ويبرز هذا من خلال الالتزام الأخلاقي للمؤسسات محل الدراسة في معاملاتها مع أطراف أصحاب المصلحة والعمل الدائم على تحسين نوعية العلاقة التي تربطهما، وهذا ما يتوافق مع معظم الدراسات السابقة (بن نامة و العشاءشي تابت أول، 2012) و (الغراوي و حياوي مهدي، 2011).

- أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال اتجاه العمال على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، ويظهر هذا من خلال اهتمام المؤسسات محل الدراسة بتقديم الحوافز والمكافأة بصفة عادلة، وتوزيع فرص الترقية والتكوين بالتساوي على الجميع، فضلا عن توفير ظروف مناسبة للعمل ، وهذا ما توصلت إليه دراسة (Ogbo, Ukpere, & Okechukwu, 2013)

- من خلال النتائج تم إثبات صحة الفرضية الثانية " تأثر ذو دلالة إحصائية بين أخلاقيات الأعمال اتجاه العملاء وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة"، وذلك بالاستجابة إلى جميع تطلعاتهم والاهتمام بجميع الجوانب الأخلاقية في تعاملاتها معهم بهدف الاحتفاظ بعملائهم، وهذا ما أوصت به دراسة (Jayaseelan & Mazumder, 2015).

- توصلت الدراسة إلى نفي صحة الفرضية الثالثة " تأثر ذو دلالة إحصائية بين أخلاقيات الأعمال اتجاه البيئة والميزة التنافسية المستدامة"، حيث تولي المؤسسات المينائية أهمية كبيرة للبيئة من خلال العمل على الحد من الآثار السلبية على البيئة وتوفير جميع الوسائل لتقليل منها عند حدوثها.

- أظهرت نتائج الفرضية الرابعة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال اتجاه المجتمع على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، حيث تعمل المؤسسات المينائية على تقديم المساعدات المالية والمشاركة في الفعالية الثقافية والرياضية.
- وعلى ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، فإن الدراسة تقترح ما يلي:
- ضرورة دمج الاعتبارات الأخلاقية ضمن استراتيجية المؤسسات المينائية بالشرق الجزائري، وغرس القيم الأخلاقية في ثقافة المؤسسة.
- ضرورة إرساء المبادئ الأخلاقية بالمؤسسات المينائية بالشرق الجزائري من خلال الاعتماد على الآليات الأخلاقية أهمها وضع مدونة أخلاقية للمؤسسة.
- العمل على وضع برامج تدريبية لممارسات أخلاقية، بهدف زيادة الوعي الأخلاقي لدى العمال على اختلاف مستوياتهم الإدارية .
- ضرورة زيادة الاهتمام أكثر بممارسات أخلاقية اتجاه أصحاب المصالح، خاصة اتجاه العمال واتجاه البيئة كونها الأكثر تأثرا على الميزة التنافسية المستدامة.

المراجع

- الاونكتاد (2001)، "السياسات العامة للأعمال وهيكل التنظيم الأساسية"، المنهج الدولي لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، المجمع العربي للمحاسبين القانونيين، عمان.
- البكري ث.، و بني حمدان خ، (2013). "الإطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة محاكاة لشركة HP في اعتمادها لاستراتيجية الاستدامة"، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنساني، عمان الأردن.

- الغراوي ر.، و حياوي مهدي م.، (2011) تأثير أخلاقيات الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية أنموذج إسلامي مقترح للمنظمات المحلية المعاصرة. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية و الإدارية.
- بن نامة ف. ز.، و العشايشي ثابت أول و.، (2012) أخلاقيات الأعمال كميزة تنافسية لمنظمات الأعمال دراسة حالة: المطاحن الكبرى للظهرة بمستغانم. مجلة الإستراتيجية والتنمية، مج. 2، ع. 38.
- بومدين، ي.، (2015). "أخلاقيات الأعمال وارتباطها بالممارسات السليمة للحكومة في منظمات الأعمال المعاصرة من منظور إسلامي"، مجلة الاقتصاد والمالية.
- سعد، ع.، و المهداوي، م.، (2009). "الجوانب الأخلاقية والمهنية في تكنولوجيا المعلومات". دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- السيد أ.، مدثر ط.، (2003). "مشاكل معاصرة في المراجعة"، مطابع غياشي، مصر.
- القطب م.، (2012). "الخيار الاستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسي"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.
- أبو عودة، م. ح. س.، "أخلاقيات الاعمال وعلاقتها بالرضا الوظيفي- دراسة ميدانية على مجموعة الاتصالات الفلسطينية بقطاع غزة"، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة كلية التجارة تخصص، إدارة اعمال، فلسطين.
- نجم ع.، (2015). "القيادة وإدارة الابتكار"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- فلاق م.، (2014). "مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال- دراسة ميدانية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية الحاصلة على شهادة الإيزو-9000"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، كلية العلوم التسيير، جامعة حسبية بن بوعلي [شلف]، الجزائر.

حمدى محمد ماهر أ.، و اخرون، (2017). " أثر أبعاد أخلاقيات الاعمال على التسويق المصرفي الإسلامي: دراسة استطلاعية على المصارف العاملة في محافظة السليمانية"، مجلة جامعة التنمية البشرية، المجلد 3، العدد 2.

Cushman D. P., & Sanderson K., (2001). "Excellence in communicating organizational strategy State". University of New York press, New York, USA.

Dickson R. P., (1992). "Toward a General Theory of Competitive Rationality". *Journal of Marketing*.

Jayaseelan D., & Mazumder L., (2015). The role of business ethics and social responsibility in achieving competitive advantage and ensuring sustainable business (An empirical study on industrial companies in UAE). *The Business and Management Review*.

Kotler P., (2004). "Le marketing management", édition Pearson éducation, Paris.

Longman. (1995). "Longman Dictionary of English Language".

Lynch R., (2000). *Corporate strategy*, 2nd ed, Prentice- Hall, London,p153.

Marianne R., (2008). Approche stratégique de la responsabilité sociale des entreprises rentes de monopole et nouvelle Gouvernance d'entreprise, colloque organisé par le CNAM et le CEPN, avec le concours de L'EAEPE, 23 mai, université paris 7, paris, p.9.

Ogbo A., Okechukwu I., & Ukpere Wilfred I., (2013). Business Ethics as a Tool for Competitive Advantage in the Banking Industry in Nigeria. *Journal of Social Sciences*.

Pallavi S., (2010). "Social Reporting by indian banks and foreign banks-AComparative Analysis". *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, vol. 15, Issue 3 (nov. - dec. 2013), PP 45-53.

Porter M., (1996). "La concurrence selon porter", édition Village Mondial, paris.

Waller G., (1996). "Business Ethic Society and Adam Smith 'Some Observations on the liberal Business Ethos", *Journal of Socio-Economics*, vol. 25, n° 3, pp 311-332.

Wehrich K., (1993). *Management: A Global perspective*, International Edition , McGraw – Hill Inc, New York , USA. p: 70.

Yang L., (2013). Sustainable Competitive Advantage in turbulent business environments, *International Journal of Production Research*, Vol 51, No 10, Finland, P 24.