

أخلاقيات الأعمال كميزة تنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر
Business ethics as a competitive advantage
over a group of Algerian electrical industrial enterprises

زيد أيمن¹، بودراع امنية²

Zeid aymen¹, boudraa oumnia²

aymen.zeid@univ-msila.dz، (الجزائر)،¹جامعة المسيلة

oumnia.boudraa@univ-msila.dz، (الجزائر)،²جامعة المسيلة

تاريخ القبول: 2021-04-30

تاريخ الاستلام: 2021-02-03

ملخص :

هدفت الدراسة إلى تحليل أخلاقيات الأعمال بأبعادها (الاستقلالية والموضوعية، الأمانة والاستقامة، النزاهة والشفافية، الثقة والمصداقية)، ودورها كميزة التنافسية بأبعادها (الجودة، الإبداع والابتكار، التكلفة، المرونة، التسليم)، و تم إجراء دراسة حالة لدراسة أخلاقيات الأعمال كميزة التنافسية على مجموعة من المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بولاية برج بوعريبيج وسطيف والمتمثلة في خمس مؤسسات، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة الميدانية على كل من المقابلة والملاحظة وهذا خلال الدراسة الاستكشافية والتي تمت مع مديري ومسؤولي خمس مؤسسات صناعية كهرومنزلية، وهذا لتشخيص واقع أخلاقيات الأعمال فيها، كما تم الاعتماد على الاستبانة (76 استبانة) كأداة في جمع المعلومات والإجابة على إشكالية وفرضيات هذه الدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان أبرزها أن لأخلاقيات الأعمال دور ومساهمة مباشرة كميزة تنافسية للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية محل الدراسة، بالإضافة إلى ذلك أظهرت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأخلاقيات الأعمال بأبعادها على الميزة التنافسية بأبعادها.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال، الميزة التنافسية، الميزة التنافسية الأخلاقية.

تصنيف JEL: M21، G20، L60

Abstract :

The study aimed to analyze business ethics with its dimensions (independence and objectivity, honesty, integrity and transparency, trust and credibility), and its role in enhancing competitive advantage in its dimensions (quality, creativity and innovation, cost, flexibility, delivery).

A case study was conducted to study the role of business ethics in enhancing the competitive advantage over a group of Algerian electrical industrial enterprises in the states of Bordj Bou Arreridj and Setif, represented by five enterprises. The study was based on both the interview and the observation and this is during the exploratory study that was conducted with the managers and officials of five of them to diagnose the reality of business ethics. Moreover the study relied on a survey of 76

المؤلف المرسل: زيد أيمن، aymen.zeid@univ-msila.dz

questionnaires as a tool in collecting information and enabling to answer the problematic and hypotheses.

The study found a number of results, the most prominent of which was that business ethics has a role and a direct contribution to enhancing the competitive advantage of the industrial electrical housing enterprises under study. In addition, it showed the existence of a statistically significant effect of business ethics in its dimensions on the competitive advantage in its dimensions.

Key words: business ethics, competitive advantage, ethical competitive advantage.

Jel Classification Codes : L60 ,G20 ,M21

نتائج :

إن الالتزام بالأخلاقيات سيؤدي إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية بالإضافة لاكتساب رضا العملاء كما أن هذا الالتزام يعمل على الحد من الممارسات التي تهدد مستقبل المؤسسة في النمو والبقاء والاستمرار. وما يلاحظ أنه لازال الاهتمام بالجانب الغير الملموس وضعف الاهتمام بالأسس والمعايير الأخلاقية في ممارسات الكثير من المؤسسات لأنشطتها والابتعاد نوعاً ما عن النظر أو حتى التفكير بالمحددات والرموز الأخلاقية، يشوبه القصور قياساً بالاهتمام بالجانب الملموس والمعبر عنه برأس المال الاقتصادي كل تلك الأمور أثارت الاهتمام بضرورة التفكير بالطرق المناسبة لضمان سيادة الأبعاد والمقومات الأخلاقية سعياً للتكيف وضمان البقاء في بيئة الأعمال بواسطة مجموعة مزايا تنافسية تعتمد المقومات الأخلاقية وبشكل يتماشى مع مضامين العمل الأخلاقي، مما دفعها إلى التفكير بضرورة عولمة برامجها الأخلاقية وتعظيم الأسس الأخلاقية القريبة من أعمالها سعياً للتكيف وضمان البقاء في بيئة الأعمال، كتسليم الزبائن حاجاتهم التي يستحقونها وتزويدهم بمنتجات مأمونة.

كما سبق يمكن طرح الإشكالية التي تتبلور في التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو واقع أخلاقيات الأعمال كميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر ؟

من خلال التساؤل الرئيسي السابق يمكننا طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- إلى أي مدى يتأثر بعد الجودة بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر؟
 - إلى أي مدى يتأثر بعد الإبداع والابتكار بأبعاد أخلاقيات الأعمال المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر ؟
- إلى أي مدى يتأثر بعد التحكم في التكلفة بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر؟
- إلى أي مدى يتأثر بعد المرونة بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر؟
- إلى أي مدى يتأثر بعد التسليم بأبعاد أخلاقيات العمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر ؟
- الفرضيات:

تعتبر الفرضية عن تخمين مبدئي، وتفسير أولي لأسئلة الدراسة، والتي تظل صحته وصلاحيته موضع اختبار، واعتماداً على ذلك يمكن صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية:

هناك دور لأخلاقيات الأعمال كميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

ويندرج تحت هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها الجودة بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها الإبداع والابتكار بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده التحكم في التكلفة بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده المرونة بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده التسليم بأبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

منهج الدراسة:

تمشيا مع طبيعة الموضوع وللإجابة على الإشكالية المطروحة، ارتأينا اعتماد المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة وتحليلها وتفسيرها قصد الوصول إلى نتائج محددة؛ حيث قمنا في الجانب النظري بوصف أخلاقيات الأعمال وكذا الميزة التنافسية، أما في الجانب التطبيقي فتم الاعتماد على الأدوات التالية:

- المقابلة: تم الاستعانة بالمقابلة من أجل إجراء الدراسة الاستكشافية لمعرفة مدى تبنى المؤسسات لأخلاقيات الأعمال، من خلال إجراء 20 مقابلة مع مدراء ومسؤولي المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية، المتمثلة في: كوندور، براند، سامسونغ، كريستور، ميديا.
- الاستبيان: تم الاعتماد على أسلوب دراسة حالة وذلك لدراسة واقع أخلاقيات الأعمال كميزة التنافسية حيث وجه الاستبيان لمجموعة من المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية الجزائرية.

يمكن صياغة أهداف الدراسة وفقا للنتائج التي يسعى الباحث لتحقيقها سواء على المستوى النظري أو الميداني، وذلك كما يلي:

- التعرف على المفاهيم النظرية المتعلقة بأخلاقيات الأعمال وقيمها الجوهرية والداعمة، وكذا توعية إدارة المؤسسات بأهمية تبنى المزيد من المبادرات الأخلاقية؛

- توضيح التأثير الذي يمكن أن تخلقه عملية تبنى أخلاقيات الأعمال بشكلها الحقيقي في تحقيق أهداف المؤسسة المرسومة في مسار إستراتيجيتها الموضوعية مسبقا وما ينعكس لاحقا على تحسينها واستدامتها؛

- التعرف على واقع أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية، ومدى إدراكها لأهمية الالتزام بها؛
- اختبار مدى إدراك مديري ومسؤولي المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية محل الدراسة لمفاهيم أخلاقيات الأعمال، وانعكاس ذلك على تعزيز ميزتها التنافسية؛

1. مفهوم أخلاقيات الأعمال

يحمل مفهوم الأخلاقيات في عالم الأعمال معاني ومضامين كثيرة، تدور معظمها حول قواعد السلوك الإنساني، من حيث ما هو مقبول وغير مقبول لدى الآخرين، ويتفق المختصين والباحثين في تعريف أخلاقيات الأعمال من حيث المضمون والجوهر، وإن اختلفوا من حيث الشكل والأسلوب، فهي تمثل المسائل الأخلاقية حول ماذا يجب أن يكون، وما لا يجب أن يكون في إنجاز أنواع مختلفة من الأعمال. كما يجدر الإشارة بالذكر أن هناك اقتصاديون لم يتعرضوا للموضوع، واقتصاديون ربطوا بين الاقتصاد والأخلاق، واقتصاديون جعلوا الأخلاق فوق الاقتصاد، وآخرون جعلوا للأخلاق موضعا من الاقتصاد، واقتصاديون فصلوا الاقتصاد عن الأخلاق، وسعوا إلى أن يجعلوا من الاقتصاد علما موضوعيا، قريبا من العلوم الطبيعية.

ومع أنه ليس هناك تعريف محدد ودقيق لأخلاقيات الأعمال، فإن العديد من المختصين والباحثين حاولوا تقديم التعريفات التي تساعد على فهم هذا المصطلح ومدلوله الأساسية، فقد عرف "Pride" أخلاقيات الأعمال على أنها ما هي إلا تطبيق للمعايير الأخلاقية الفردية في مواقف الأعمال المختلفة. هذا إذا أردنا أن نعطي تصورا محددا وتعريفا بسيطا لأخلاقيات الأعمال حيث يتضمن هذا التعريف إشارة إلى أن المعايير الأخلاقية في مجال الأعمال ترتبط بما لدى الفرد من معايير أخلاقية، إلا أنه لم يوضح ما هي تلك المعايير وما هي مصادرها وخصائصها، غير أن البعض يرى بأن أخلاقيات الأعمال هي مجموعة من المبادئ أو الأسباب، والتي يجب أن تغطي تصرف المؤسسات، سواء على المستوى الفردي أو الجماعي. (هشواو، 2005، صفحة 07)

هذا التعريف يؤكد على أن أخلاقيات الأعمال ما هي إلا مبادئ أو أسس تحكم سلوك أو تصرف المؤسسات والتي يجب عليها

مراعاتها عندما تتخذ القرارات أو التصرفات وهي تمارس عملها. وفي نفس المفهوم أشار "Fleix" لأخلاقيات الأعمال بأنها مجموعة من المبادئ مدونة أو غير مدونة تأمر وتنهى عن سلوكيات معينة تحت ظروف معينة وهي انعكاس للقيم التي يتخذها الفرد ك معايير تحكم سلوكياته.

وأعطى "المعاضدي" بعدا شاملا لأخلاقيات الأعمال إذ يرى بأنها هي الإطار الشامل الذي يحكم التصرفات والأفعال تجاه شيء ما، وتوضح ما هو مقبول وصحيح وما هو مرفوض أو خاطئ بشكل نسبي في ضوء المعايير السائدة في المجتمع بحكم العرف والقانون، والذي تلعب فيه ثقافة المؤسسة والقيم وأنظمة المؤسسة وأصحاب المصالح دورا أساسيا في تحديده. (أحمد، 2005، صفحة 06)

وفقا لما سبق يمكن صياغة التعريف الآتي لأخلاقيات الأعمال: فأخلاقيات الأعمال هي مجموعة القواعد والسلوكيات والمدونات التي يفرضها القائمون على المؤسسة من خلال الأنظمة واللوائح الإدارية، ومن الضروري أن يتبنى أفراد المؤسسة تلك الأخلاقيات، ويجب أن تتجلى أخلاقيات الأعمال في تصرفات وسلوكيات كل فرد سواء تجاه المؤسسة أو اتجاه الأطراف المتعاملة معها.

1. مصادر اخلاقيات الاعمال (امنية، 2020، صفحة 138):

حيث تعدد المصادر التي تستند عليها الأخلاقيات في أي مجتمع من المجتمعات كما أن أهمية هذه المصادر النسبية وقدرتها على تشكيل المعايير والمبادئ الأخلاقية تختلف من مجتمع إلى آخر ومن فترة إلى أخرى.

أ. الفرد (الأخلاق الشخصية): إن الفرد كمدبر أو موظف هو أساس السلوك الأخلاقي للأعمال، وإن سلوك هذا الفرد يتأثر بمجموعة من العوامل بعضها يرتبط بتكوينه العائلي والشخصي أو بنظامه القيمي والبعض الآخر يتشكل عبر مؤثرات أخرى ومن بين هذه العوامل نذكر:

- الدين: تأمر الأديان السماوية الإنسان بالتقوى وطاعة الله وحسن المعاملة وهذا بطبيعة الحال ينعكس على أخلاقيات أي عامل في مجال عمله؛

- العائلة: تعد العائلة (الأسرة) أحد المؤثرات البيئية التي تساعد على تكوين سلوك الفرد، فهي تمثل المصدر الأول للمعلومات التي يحصل عليها، فالمبادئ والقيم الاجتماعية التي تحدد مسيرة حياة الفرد إنما يتعلمها من العائلة التي ترعرع في ظلها؛

- المؤسسات التعليمية والخبرة السابقة أو المكتسبة: تستطيع هذه المؤسسات أن تلعب دورا مهما في إعداد الطلبة لدخول المجال الوظيفي، حيث تستطيع توجيههم وتوعيتهم وتدريبهم بعض المساقات في الدين والأخلاق والعلاقات العامة حتى تنجح في تنمية سلوكياتهم الإيجابية تجاه المؤسسة والانتماء والإخلاص؛

ب. المؤسسة: إن مؤسسة الأعمال هي المؤثر والمتأثر بالسلوك الأخلاقي أو اللاأخلاقي الذي يمارسه المديرون والعاملون فيها.

- الثقافة التنظيمية: والتي هي في حقيقتها مجموعة المفاهيم والمعتقدات والقيم الراسخة والطقوس والشعائر ذات الدلالات المهمة؛

- المدونات الأخلاقية: وثيقة تصدرها المؤسسة تمثل أداة ووسيلة توصل من خلالها الإدارة توقعاتها الأخلاقية، فهي تتضمن على الأقل مجموعة القيم والمبادئ المرتبطة بالسلوكيات المقبولة والمرغوبة أو السلوكيات الخاطئة وغير المرغوبة داخل المؤسسة أو بتعاملها مع الأطراف الأخرى؛

- سلوك المديرين والمشرفين والزملاء: يكون للأشخاص الذين يقتدي بهم الفرد ويتخذ منهم نموذجا يحتذى به تأثيرات واضحة في أخلاقه في ميدان العمل.

ج. البيئة الخارجية: إن الإنسان كائن اجتماعي بفرطه وطبيعته، ولا يستطيع أن يعتزل الناس ويعيش وحيدا، فنجد أنه يتأثر بمجموعة من العوامل الخارجية التي تتحكم في أخلاقه ومن ضمنها نجد:

- التشريعات والقوانين الحكومية: إن التزام الفرد بأخلاقيات الأعمال تبعاً للنظم الوضعية لن يكون إلا بمقدار خوفه من العواقب المترتبة على عدم الالتزام بها، فالقوانين والأنظمة والتشريعات من المصادر الرئيسية التي تتحكم في تسيير الإدارة في المؤسسات وتصريف المعاملات وتنفيذ القرارات الإدارية وأوامر الرؤساء الإداريين؛

- الأعراف والتقاليد الاجتماعية: تحتوي على مجموعة من القيم والعادات والتقاليد والأعراف التي اكتسبت قوة القانون في ضبط السلوك الفردي اتجاه العديد من القضايا؛

- جماعات الضغط في المجتمع المدني: بالإضافة للمصادر السابقة تشكل جماعات الضغط بجميع أشكالها مصدراً مهماً لقواعد السلوك الأخلاقي للعاملين في المؤسسات (امنية، 2020، صفحة 138).

2. الميزة التنافسية

أبرزت المتغيرات والتحولت العالمية وضعا جديداً لنظام أعمال المؤسسات، سمته الأساسية هي التنافسية التي تعتبر التحدي الرئيسي الذي تواجهه المؤسسات الاقتصادية، وهذا ما دفع بالدول والمؤسسات على حد سواء إلى التنافس من أجل الوصول إلى مستويات تنافسية عالية تؤهلها لخلق مركز قوي مبني على أسس ثابتة وقوية، ولذلك تم في هذا المطلب تحديد مفهوم وأنواع الميزة التنافسية.

2. تعريف المنافسة: يمكن تعريف المنافسة بأنها حالة المواجهة التي تميز العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين في ظل اقتصاد السوق، وفي هذا السياق تعرف المنافسة على أنها: "شكل من أشكال تنظيم الاقتصاد يحدد آليات العمل داخل السوق والعلاقات المختلفة ما بين الأعوان الاقتصاديون بشكل يؤثر في تحديد السعر". (أحمد، 2011، صفحة 12)

كذلك يمكن تعريف المنافسة بأنها: "كل العروض الحالية أو المحتملة التي يمكن للمشتري أخذها بعين الاعتبار (Ph.Kotler)" ، 2006، صفحة 32).

2.2 تعريف التنافسية:

التنافسية مفهوم ليس معرّف جيداً، ويختلف الكتاب حتى في المجلد الواحد حول مضمونه، فعبارة التنافسية تثير جدلاً كبيراً نظراً لعدم ضبط المفهوم إلى درجة أنه يصبح في كثير من الأحيان مظلة لطيف واسع من السياسات التجارية والصناعية. وينعكس هذا الاتساع في المؤشرات المستعملة التي تكاد تشمل كل نشاط الاقتصاد والمجتمع. وقد حصل تحول في المفاهيم من مفهوم الميزة النسبية التي تتمثل تقليدياً في ما تمتلكه الدولة من موهوبات وموارد طبيعية كالمواد الأولية، اليد العاملة الرخيصة، المناخ، الموقع الجغرافي التي كانت تسمح لها بإنتاج رخيص تنافسي، إلى مفهوم الميزة التنافسية التي تعني عدم حاجة البلد لميزة نسبية لكي ينافس في الأسواق الدولية وذلك من خلال الاعتماد على أمور أخرى كالتيكنولوجيا والعنصر الفكري في الإنتاج، نوعية الإنتاج، وفهم احتياجات ورغبات المستهلك (وديع، 2003، صفحة 06).

3.2 تعريف الميزة التنافسية

فمن خلال مراجعة الأدبيات، يظهر أن مفهوم الميزة التنافسية يرجع إلى Chamberlin سنة 1939 الذي وضع مفهومها لها، ثم جاء بعده Selznick سنة 1957 الذي ربط ما بين الميزة التنافسية والقدرة، وبعد ذلك جاء الكاتبين Hofer وSchendel سنة 1978 حيث وضعوا تعريفاً للميزة التنافسية ينص على أنها: "الوضع الفريد الذي تطوره المؤسسة في مواجهة منافسيها من خلال الاستعمال الخاص للموارد المختلفة المتاحة بالشكل الذي يضمن مواجهة هؤلاء المنافسين"، وبعد ذلك جاء Day سنة

1984م Porter سنة 1985 حيث اعتبر الميزة التنافسية بأنها هدف الاستراتيجية وليس شيئاً يستخدم ضمن الاستراتيجية، بمعنى أن الاستراتيجية كمتغير مستقل تهدف إلى بلوغ وضع يتميز بالقدرة على منافسة الآخرين (الهدف، المتغير التابع) وتبريرهم لذلك هو أن الأداء المتفوق يرتبط بالميزة التنافسية (Richard Reed, 1990, p. 90).

ويعتبر Porter أول من وضع نظرية الميزة التنافسية، فقد صمم لها نموذجاً لقياسها يعتمد على المتغيرات الجزئية للاقتصاد، حيث عرف الميزة التنافسية على أنها قلب الأداء المؤسسي في الأسواق التنافسية، فهو يكرس كتابه للبرهنة على كيف يمكن للمؤسسة أن تخلق وتستديم الميزة التنافسية في الصناعة من خلال ممارستها لإحدى الاستراتيجيات التنافسية الأساسية، وبذلك فهو لا يقدم تعريفاً إجرائياً للميزة التنافسية، إنما يتحدث عن سبل الوصول إليها، فقد يكون مصدرها التكاليف المنخفضة، أو التمايز، أو التركيز. وهو يؤكد بأن الميزة التنافسية تنبع من القيمة التي يستطيع خلقها للعملاء وبطريقة تفوق تكاليف الإنتاج. حيث عرف الميزة التنافسية على أنها: "نشأ أساساً من القيمة التي استطاعت مؤسسة ما أن تخلقها لربائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية، أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واسع الزيادة السعرية المفروضة (أحمد،، 2011، صفحة 27).

ومن خلال ما سبق يمكن إعطاء تعريف شامل للميزة التنافسية وهو كل ما تختص به المؤسسة دون غيرها من المؤسسات وما يعطي قيمة مضافة للعملاء بشكل يزيد أو يختلف عما يقدمه المنافسون في السوق، من خلال أسعار أقل مقارنة بأسعار المنافسين، أو في شكل منتج متميز، وذلك من خلال الاستغلال الأمثل لقوتها.

4.2 خصائص الميزة التنافسية

- تنعكس في كفاءة أداء المؤسسة لأنشطتها أو في قيمة ما تقدم للمشتريين أو كليهما؛
- تؤدي للتأثير في المشتريين وإدراكهم للأفضلية فيما تقدم المؤسسة وتحفزهم للشراء منها؛
- تتحقق بصعوبة نظراً لصعوبة متغيرات البيئة السوقية؛
- في المقابل قد تفقد المؤسسة ميزتها بسرعة وذلك بتقليد من المنافسين (Minyu Wu، 2012، صفحة 161).

3 اخلاقيات الاعمال كميزة تنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر

- سنقوم من خلال هذا المحور بتحليل واختبار فرضيات الدراسة الرئيسية وكذا الفرعية، ومن ثم الخروج بنتائج تخدم أهداف الدراسة:
- الفرضية العامة: تعمل أخلاقيات الأعمال على تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.
 - الفرضية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها الجوده بأبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.
 - الفرضية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها الإبداع والابتكار بأبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر .
 - الفرضية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها التحكم في التكلفة بأبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر .

- الفرضية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده المرونة بأبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

- الفرضية الخامسة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعده التسليم بأبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

1.3 الفرضية العامة

لاختبار الفرضية العامة والتي تنص على ان: تعمل أخلاقيات الأعمال على تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر."، تم استخدام الانحدار البسيط حيث تمثل المتغير المستقل بأخلاقيات الأعمال، أما المتغير التابع فهو الميزة التنافسية، أي يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لأخلاقيات الأعمال على تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية،

أما بالنسبة لاختبار العلاقة والأثر بين المتغير المستقل (أخلاقيات الأعمال)، وأبعاد المتغير التابع (الجودة، الإبداع والابتكار، التحكم في التكلفة، المرونة، التسليم) كلا على حدا نستخدم الانحدار المتعدد وهذا من أجل معرفة مدى تأثير ومساهمة المتغير المستقل في التباين الذي يحدث في المتغيرات التابعة، وكذا أي من المتغيرات التابعة كان له أثرا أكثر من الآخر، والهدف منه هو تبيان ترتيب تأثير أبعاد الميزة التنافسية حسب الأهمية وحسب تأثيرهم بالمتغير المستقل.

1.1.3 اختبار العلاقة بين أخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية:

- الفرضية الصفرية: (H0-1) لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لأخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

- الفرضية البديلة: (H1-1) يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ لأخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

أ.الإحصاءات الوصفية بين أخلاقيات الأعمال وأبعاد الميزة التنافسية:

الجدول رقم (01): مصفوفة الارتباط أخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية

		محور أخلاقيات الأعمال	الامانة والاستقامة	الاستقلالية والموضوعية	الثقة والمصادقية
محور أخلاقيات الأعمال	Corrélation de Pearson	1	**0.670	**0.796	,826**0-
	Sig. (bilatérale)		,0000	,0000	,0000
	N	76	76	76	76
الامانة والاستقامة	Corrélation de Pearson	**0.670	1	**280,0	**0348
	Sig. (bilatérale)	,0000		,0000	,0000
	N	76	76	76	76
الاستقلالية والموضوعية	Corrélation de Pearson	**0.796	**0.280	1	**509,0
	Sig. (bilatérale)	,0000	,0000		,0000
	N	76	76	76	76
الثقة والمصادقية	Corrélation de Pearson	,826**0-	**348,0	**0.509	1
	Sig. (bilatérale)	,0000	,0000	,0000	
	N	76	76	76	76

محور_الميزة_التنافسية: *a. Variable dépendante*

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات *spss*

من خلال الجدول نلاحظ أن جميع الارتباطات كانت قوية بين مختلف المتغيرات وكانت أعلاها بين بعدي الاستقلالية والثقة والمصدقية (0.509)، وهذا ما يؤكد أهمية أخلاقيات الأعمال في بعدي الاستقلالية والموضوعية وتأثيرهما على أبعاد الميزة التنافسية. بينما كانت أضعف قيمة بين بعدي الاستقلالية والموضوعية والأمانة والاستقامة (0.280) ومع ذلك فهي تفوق قيمة تشير إلى ارتباط قوي موجب وتعكس كذلك أهمية هذان البعدان وأثرهما في الميزة التنافسية ولكن بدرجة أقل من بقية الأبعاد.

ب. اختبار الفروق في العلاقة بين أبعاد أخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية

جدول رقم: (02) ملخص النماذج

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,914 ^a	0,835	0,833	0,35217

a. Valeurs prédites : (constantes) محور أخلاقيات الأعمال

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات *spss*

جدول رقم: (03) تحليل التباين ANOVA^b

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	55,072	1	55,072	8172,431	,000b0
Résidu	,4990	74	,0070		
Total	55,571	75			

. Valeurs prédites : (constantes) محور أخلاقيات الأعمال

b. Variable dépendante: التنافسية_الميزة_محور

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات *spss*

جدول رقم: (04) المعاملات

	A	Erreur standard	Bêta	T	Sig.
(Constante)	-,351	,048		-7,370	,0000
محور أخلاقيات الأعمال	1,067	,012	,9960	90,401	,0000

a. Variable dépendante: محور الميزة التنافسية

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات *spss*

حيث توضح نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن مستوى المعنوية أقل من (0,05)، وأن معامل الارتباط (R=0.914)، وهذا يعني وجود ارتباط قوي وموجب بين ابعاد أخلاقيات الأعمال والميزة التنافسية وقبول الفرض البديل الذي ينص على: وجود علاقة اثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد أخلاقيات الأعمال وتحقيقه الميزة التنافسية.

كما تدل الإشارة الموجبة للميل *Beta* إلى أن هناك علاقة طردية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

النتيجة: قبول الفرض البديل: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.01$) لأبعاد أخلاقيات الأعمال على الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

2.3 اختبار الفرضية الأولى والثانية

1.2.3 الفرضية الأولى

تنص الفرضية الثانية على أنه: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لميزة الجودة في أبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر."

- الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.01$) لبعد الجودة في تحقيق أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

- الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.01$) لبعد الجودة في تحقيق أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

بالنسبة لاختبار العلاقة والأثر بين بعد الجودة وأبعاد أخلاقيات الأعمال نستخدم الانحدار المتعدد وهذا من أجل معرفة إلى أي مدى تتأثر بعد الجودة بالاستقلالية والموضوعية.

الجدول رقم: (05) نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين الجودة وأبعاد أخلاقيات الأعمال

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0,816 ^a	0,665	0,646	0,66581

a. Valeurs prédites : (constantes),

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على مخرجات spss

الاستقلالية والموضوعية

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H_0)، ويقبل الفرضية البديلة الفرضية البديلة (H_1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الجودة وأبعاد أخلاقيات الأعمال، وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد ($R^2=0.665$).

الجدول رقم: (06) تحليل التباين ANOVA^e

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	62,537	4	15,634	35,268	0,000b
Résidu	31,474	71	0,443		
Total	94,012	75			

a. Dependent Variable: الجودة

b. Predictors: (Constant), والمصدقاتية_الثقة, والموضوعية_الاستقلالية, والنزاهة, والشفافية_الأمانة, والاستقامة_الأمانة

يتضح لنا من خلال نتائج أن قيمة Fsig المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، وهذا يعني وهذا يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الجودة وأبعاد أخلاقيات الأعمال

جدول رقم: (07) المعاملات

	B	Erreur standard	Bêta	T	Sig.
1 (Constant)	1,008	0,198		5,081	0,000
والموضوعية_الاستقلالية	0,903	0,166	0,753	5,425	0,000
والاستقامة_الأمانة	2,084	0,635	1,473	3,280	0,002
والشفافية_النزاهة	1,084	0,194	0,995	5,585	0,000
والمصدقية_الثقة	0,722	0,382	0,501	1,888	0,063

a. Dependent Variable: الجودة

معادلة الانحدار لنموذج الدراسة تتكون من الشكل التالي:

$$Y_i = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$Y_1 = 1.008 + 0.903x_1 + 2.084x_2 + 1.084x_3 + 0.722x_4$$

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H_0)، ويقبل الفرضية البديلة الفرضية البديلة (H_1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الجودة وأبعاد أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد ($R^2 = 0.816$).

النتيجة: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث تتأثر ميزة الجودة بأبعاد أخلاقيات الأعمال، ويظهر هذا التأثير بشكل كبير من خلال بعد الاستقامة والأمانة ثم بعد النزاهة والشفافية ثم اقل منه في بعد الاستقلالية والموضوعية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

تفسير الفرضية الأولى:

- أغلب المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر تعتمد على معيار الجودة في منتجاتها؛
- تبني جل المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر سياسة صارمة فيما يخص الجودة من أجل تحسين مكانتها في السوق.

2.2.3 اختبار الفرضية الثانية

تنص الفرضية الثانية على أنه: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لميزة الإبداع والابتكار في أبعاد أخلاقيات الأعمال

للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر. "

- الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.01 \geq \alpha$) للإبداع والابتكار في تعزيز أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر؛
- الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.01 \geq \alpha$) للإبداع والابتكار في تعزيز أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

بالنسبة لاختبار دور والأثر بين بعد الإبداع والابتكار وأبعاد أخلاقيات الأعمال نستخدم الانحدار المتعدد وهذا من أجل معرفة مدى تأثير ومساهمة المتغير المستقل في التباين الذي يحدث في المتغير التابع.

الجدول رقم: (08) نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين الإبداع والابتكار وأبعاد أخلاقيات الأعمال

النموذج	R معامل الارتباط	R ² معامل التحديد	المعدلة R ²	خطأ في التقدير
1	0,854 ^a	0,729	0,714	0,54634

a. Predictors: (Constant), والاستقامة_الأمانة, والشفافية_النزاهة, والموضوعية_الاستقلالية, والمصادقية_الثقة, (Constant)

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H₀)، ويقبل الفرضية البديلة الفرضية البديلة (H₁)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الإبداع والابتكار وأبعاد أخلاقيات الأعمال، وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد (R²=0.854).

الجدول رقم: (09) تحليل التباين ANOVA^e

النموذج	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	D	Sig.
1 Régression	14,286	4	57,145	47,862	,000 ^b
Résidu	,298	71	21,193		
Total		75	78,338		

a. Dependent Variable: والابتكار_الإبداع

b. Predictors: (Constant), والاستقامة_الأمانة, والشفافية_النزاهة, والموضوعية_الاستقلالية, والمصادقية_الثقة, (Constant)

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

يتضح لنا من خلال نتائج أن قيمة Fsig المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية اقل من (0.01)، وهذا يعني وهذا يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الإبداع والابتكار وأبعاد أخلاقيات الأعمال.

جدول رقم: (10) المعاملات

	B	Erreur standard	Bêta	T	Sig.
1 (Constant)	-1,039	0,375		-2,770	,007
والموضوعية_الاستقلالية	0,782	0,137	0,714	5,721	,000
والاستقامة_الأمانة	0,955	,267	1,468	3,575	,001
والشفافية_النزاهة	0,709	0,230	1,130	3,076	,003
والمصادقية_الثقة	3,392	0,334	2,191	10,147	,000

a. Dependent Variable: والابتكار_الإبداع

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

معادلة الانحدار لنموذج الدراسة تتكون من الشكل التالي:

$$Y_i = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$Y_i = -1.039 + 0.782x_1 + 0.955x_2 + 0.709x_3 + 3.392x_4$$

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H_0)، ويقبل الفرضية البديلة الفرضية البديلة (H_1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الإبداع والابتكار وأبعاد أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد ($R^2 = 0.729$).

النتيجة: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث تتأثر ميزة الإبداع والابتكار بأبعاد أخلاقيات الأعمال، ويظهر هذا التأثير بشكل كبير من خلال بعد الثقة والمصدقية ثم تتأثر ببعده الأمانة والاستقامة ثم أقل منه في بعد الاستقلالية والموضوعية وبعد النزاهة والشفافية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

تفسير الفرضية الثانية:

- تعتمد معظم المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر على الثقة والمصدقية وهذا من خلال أثرها البارز في ميزة الإبداع والابتكار أثناء عمليات الإنتاج وتوزيع وتوزيع المنتجات؛

- جل المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر تسعى لتطوير منتجاتها عن طريق الثقة والمصدقية.

3.3 اختبار الفرضية الثالثة، الرابعة، والخامسة

1.3.3 اختبار الفرضية الثالثة

تنص الفرضية الثالثة على أنه: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لميزة التحكم في التكلفة في أبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر. "

- الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.01 \geq \alpha$) بعد التحكم في التكلفة في تحقيق أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر؛

- الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.01 \geq \alpha$) بعد التحكم في التكلفة في تحقيق أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

بالنسبة لاختبار دور والأثر بين التحكم في التكلفة وأبعاد أخلاقيات الأعمال نستخدم الانحدار المتعدد وهذا من أجل معرفة مدى تأثير ومساهمة المتغير المستقل في التباين الذي يحدث في المتغير التابع.

الجدول رقم: (11) نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين التحكم في التكلفة وأبعاد أخلاقيات الأعمال

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	R ² المعدلة	خطأ في التقدير
1	0,832 ^a	0,692	0,675	0,51134

a. Predictors: (Constant), النزاهة_الشفافية_الأمانة، والموضوعية_الاستقلالية، والمصدقية_الثقة، (Constant)

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H_0)، ويقبل الفرضية البديلة الفرضية البديلة (H^1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد التحكم في التكلفة في تحقيق أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد ($R^2 = 0.692$).

الجدول رقم: (12) تحليل التباين^e ANOVA

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	D	Sig.
1 Régression	41,697	4	10,424	39,869	0,000 ^b
Résidu	18,564	71	0,261		
Total	60,261	75			

a. Dependent Variable: التكلفة

b. Predictors: (Constant), والمصدقـة_الثقة, والموضوعية_الاستقلالية, والشفافية_النزاهة, والاستقامة_الأمانة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

يتضح لنا من خلال نتائج أن قيمة Fsig المحسوبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، وهذا يعني وهذا يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد التحكم في التكلفة وأبعاد الأخلاقيات الأعمال.

جدول رقم: (13) المعاملات

	B	Erreur standard	Bêta	T	Sig.
1 (Constant)	-1,839	0,377		-4,880	0,000
والموضوعية_الاستقلالية	2,737	0,234	3,912	11,708	0,000
والاستقامة_الأمانة	,330	0,488	0,292	0,677	0,501
والشفافية_النزاهة	1,025	0,504	,867	2,034	0,046
والمصدقـة_الثقة	1,993	0,336	1,502	5,931	0,000

a. Dependent Variable: التكلفة التحكم في

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

معادلة الانحدار لنموذج الدراسة تتكون من الشكل التالي:

$$Y_i = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$Y_i = 1.839 - 2.737x_1 + 1.993x_2 + 1.025x_3 + 0.330x_4$$

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H^0)، ويقبل الفرضية البديلة (H^1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية

بين بعد التحكم في التكلفة وأبعاد أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد ($R^2 = 0.692$).

النتيجة: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث تتأثر ميزة التحكم في التكلفة بأبعاد أخلاقيات الأعمال، ويظهر هذا

التأثير بشكل كبير من خلال بعدي الاستقلالية والموضوعية و الثقة والمصدقـة ثم تتأثر ببعد النزاهة والشفافية، ولكن تأثيرها ببعد

الأمانة والاستقامة كان ضعيف في المؤسسات الصناعية

الكهرومنزلية بالجزائر.

تفسير الفرضية الثالثة:

- إن معظم المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر تعمل على ضبط التحكم التكلفة؛

- تقوم جل المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر إلى وضع سياسات تخص التحكم في التكلفة للحصول على أكبر قدر من المبيعات بطرق أخلاقية ومدروسة.

2.3.3 اختبار الفرضية الرابعة

تنص الفرضية الرابعة على أنه: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لميزة المرونة في أبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر "

- الفرضية الصفرية (H0): لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.01)$ لميزة المرونة في تحقيق أبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر؛

- الفرضية البديلة (H1): يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.01)$ لميزة المرونة في تحقيق أبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

بالنسبة لاختبار دور والأثر بين المرونة في تحقيق أبعاد أخلاقيات الأعمال نستخدم الانحدار المتعدد وهذا من أجل معرفة مدى تأثير ومساهمة المتغير المستقل في التباين الذي يحدث في المتغير التابع.

جدول رقم: (14) نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين المرونة وأبعاد أخلاقيات الأعمال

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	R ² المعدلة	خطأ في التقدير
01	0,929 ^a	0,863	0,855	,27631

a. Predictors: (Constant), والاستقامة_الأمانة, والشفافية_النزاهة, والموضوعية_الاستقلالية, والمصادقية_الثقة, (Constant)

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H0)، ويقبل الفرضية البديلة الفرضية البديلة (H1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ميزة المرونة و أبعاد أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد ($R^2=0.863$)

جدول رقم: (15) تحليل التباين ANOVA^e

النموذج	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	D	Sig.
1 Régression	8,515	4	34,059	111,529	0,000 ^b
Résidu	0,076	71	5,421		
Total		75	39,479		

a. Dependent Variable: المرونة

b. Predictors: (Constant), والاستقامة_الثقة و المصادقية, والاستقلالية والموضوعية, النزاهة والشفافية, الأمانة (Constant)

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

يتضح لنا من خلال نتائج أن قيمة Fsig المحسوبة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، وهذا يعني وهذا يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد المرونة وأبعاد أخلاقيات الأعمال.

جدول رقم: (16) المعاملات

		B	Erreur standard	Bêta	T	Sig.
1	(Constant)	0,443	0,188		2,357	0,021
	والموضوعية_الاستقلالية	0,854	0,354	0,616	2,415	0,019
	والاستقامة_الأمانة	1,432	0,264	1,563	5,432	0,000
	والشفافية_النزاهة	0,723	0,262	,694	2,759	0,007
	والمصدقية_الثقة	1,457	0,266	1,255	5,481	0,000

a. Dependent Variable: المرونة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

معادلة الانحدار لنموذج الدراسة تتكون من الشكل التالي:

$$Y_i = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$Y_i = 0.443 + 0.854x_1 + 1.432x_2 + 0.732x_3 + 1.457x_4$$

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H_0)، ويقبل الفرضية البديلة (H_1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرونة وأبعاد أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلالها معامل التحديد ($R^2 = 0.863$).

النتيجة: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث تتأثر ميزة المرونة بأبعاد أخلاقيات الأعمال، ويظهر هذا التأثير بشكل كبير من خلال بعدي الثقة والمصدقية و الأمانة والاستقامة، ولكن تأثيرها بعدد الاستقلالية والموضوعية و بعد النزاهة والشفافية، كان ضعيف جدا في المؤسسات الصناعية

الكهرومنزلية بالجزائر.

تفسير الفرضية الرابعة:

- إن أغلبية المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر تعمل على أساس الثقة والمصدقية والأمانة والاستقامة؛
- تقوم أغلبية المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر إلى وضع قواعد من شأنها أن تعزز التعامل بالثقة بين الإدارة والعمال والإدارة والعملاء من جهة، ومن جهة أخرى المصدقية في قوانينها والأمانة والاستقامة في سياستها اتجاه العملاء.

3.3.3 اختبار الفرضية الخامسة

تنص الفرضية الرابعة على أنه: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لميزة التسليم على أبعاد أخلاقيات الأعمال للمؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر "

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.01 \geq \alpha$) لميزة التسليم في تحقيق أبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر؛

- الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.01 \geq \alpha$) لميزة التسليم في تحقيق أبعاد أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

بالنسبة لاختبار دور والأثر بين التسليم في تحقيق أبعاد أخلاقيات الأعمال نستخدم الانحدار المتعدد وهذا من أجل معرفة مدى تأثير ومساهمة المتغير المستقل في التباين الذي يحدث في المتغير التابع.

جدول رقم: (17) نتائج تحليل الانحدار المتعدد بين التسليم وأبعاد أخلاقيات الأعمال

النموذج	معامل الارتباط R	معامل التحديد R2	R2 المعدلة	خطأ في التقدير
01	0,789 ^a	0,622	0,601	0,50933

^a. Predictors: (Constant), الثقة والمصادقية، الاستقلالية والموضوعية، النزاهة والشفافية، الأمانة والاستقامة، التسليم

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H_0)، ويقبل الفرضية البديلة الفرضية البديلة (H_1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ميزة التسليم و أبعاد أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد ($R^2=0.622$).

جدول رقم: (18) تحليل التباين ANOVA^e

	النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	D	Sig.
1	Régression	30,305	4	7,576	29,205	0,000 ^b
	Résidu	18,419	71	0,259		
	Total	48,724	75			

^a. Dependent Variable: التسليم

^b. Predictors: (Constant), الثقة والمصادقية، الاستقلالية والموضوعية، النزاهة والشفافية الأمانة والاستقامة، التسليم

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

يتضح لنا من خلال نتائج أن قيمة F_{sig} المحسوبة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (0.01)، وهذا يعني وهذا يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد التسليم وأبعاد أخلاقيات الأعمال.

جدول رقم: (19) المعاملات

	B	Erreur standard	Bêta	T	Sig.
1 (Constant)	0,672	0,302		2,228	0,029
والموضوعية_الاستقلالية	0,413	0,191	0,497	2,161	0,034
والاستقامة_الأمانة	0,392	0,186	0,359	2,112	0,039
والشفافية_النزاهة	1,523	0,502	1,433	3,034	0,003
والمصادقية_الثقة	1,258	0,312	1,127	4,029	0,000

^a. Dependent Variable: التسليم

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات spss

معادلة الانحدار لنموذج الدراسة تتكون من الشكل التالي:

$$Y_i = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y_i = 0.672 + 0.413x_1 + 0.392x_2 + 1.523x_3 + 1.258x_4$$

وعليه يرفض الفرضية الصفرية (H0)، ويقبل الفرضية البديلة البديلة (H1)، وهو وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد التسليم وأبعاد أخلاقيات الأعمال وقوة العلاقة تحدد من خلال معامل التحديد (R2=0.622).

النتيجة: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث تتأثر ميزة التسليم بأبعاد أخلاقيات الأعمال، ويظهر هذا التأثير بشكل كبير من خلال بعدي الثقة والمصدقية و النزاهة والشفافية، ولكن تأثيرها بعدد الأمانة والاستقامة الاستقلالية والموضوعية، كان ضعيف جدا في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر.

تفسير الفرضية الخامسة:

- إن أغلبية المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر تعمل على أساس الثقة والمصدقية والنزاهة والشفافية في عمليات التسليم التي تقوم بها المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية الجزائرية؛
- تقوم أغلبية المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر إلى وضع قواعد من شأنها أن تعزز التعامل بالثقة بين الإدارة والعمال والإدارة والعملاء من جهة، ومن جهة أخرى النزاهة والشفافية في قوانينها وفي سياستها اتجاه العملاء.

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على واقع ومدى إدراك المؤسسات الصناعية الجزائرية لأخلاقيات الأعمال ومدى الدور الذي تلعبه كالميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر والمتمثلة في: (كوندور، براند، سامسونغ، كريستور، ميديا)، ولقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن أخلاقيات الأعمال في المؤسسات الصناعية تعرف نوعا من الغموض وهذا ما تم استنتاجه من خلال أجوبة عينة الدراسة.

و على ضوء نتائج الدراسة الميدانية في محاورها وأبعادها، فإنه يمكن تلخيصها مع إبراز نتائج اختبار الفرضيات فيما يلي:

- إن مفهوم أخلاقيات الأعمال جديد بالنسبة لأغلبية المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية الجزائرية، ويعرف نوع من الغموض وهذا ما تم استنتاجه من خلال أجوبة عينة الدراسة.
- لاحظنا أن المؤسسات تولي اهتمام بالجوانب الأخلاقية بالرغم من عدم توفر سياسات أخلاقية مكتوبة معممة على العاملين، وفيما يخص مجمع Condor، فيملك وثيقة تسمى اتفاقية جماعية تمس هذه الوثيقة في طياتها جانب أخلاقي؛

- لا تمتلك المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية محل الدراسة مدونات أخلاقية، لكن بالرغم من غياب هذه المدونات في جميع المؤسسات المبحوثة إلا أنهم يملكون مقومات تطبيقها؛
 - إن الجانب الأخلاقي للأعمال ليس فقط صورة لإيضاح ما هو صحيح أو خاطئ من الناحية الأخلاقية ولكنه وسيلة للتسيير الجيد للمؤسسة.
- من خلال دراستنا خرجنا بجملة من التوصيات متعلقة بكل من الجانب الأكاديمي والجانب التطبيقي وهي كالتالي:
- ضرورة امتلاك المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية الجزائرية لرموز وبرامج ومدونات أخلاقية رسمية؛
 - ضرورة سعي الإدارات في المؤسسات محل الدراسة إلى تحديد الأسس السليمة لإدارة العملية الأخلاقية انطلاقاً من كون المسؤولية الأخلاقية هي إحدى المسؤوليات المهمة الملقاة على عاتق إدارة المنظمة في ممارستها؛
 - لا بد من السعي لإيجاد التكامل فيما بين المفاهيم الأخلاقية والأفعال اليومية في إطار مؤسسي؛
 - يجب على المؤسسات اعتماد مجموعة مزايا تنافسية تعتمد على المقومات الأخلاقية.

Bibliographie

- المعاضبيدي محمد عصام، أحمد، (2005) *أثر أخلاقيات العمل في تعزيز إدارة المعرفة، جامعة الموصل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، العراق.*
- بودراع، امنية. (2020). *دور اخلاقيات الاعمال في تعزيز الميزة التنافسية في المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية بالجزائر - دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الصناعية الكهرومنزلية، جامعة المسيلة، المسيلة، الجزائر.*
- وليام، هشاو، (2005). *أخلاقيات منظمات الأعمال، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.*
- زغار، احمد (2011) *المنافسة التنافسية والبدائل الإستراتيجية، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.*
- حمد عدنان، وديع (2003) *القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الأقطار العربية، الكويت: العدد 24، الكويت*

Wu, M. A, Minyu (2012). *naging Stakeholders, An Integrative Perspective on the Source of Competitive Advantage*, Asian Social Science, Malaysia: Curtin University Sarawak, Vol 8, No 10.

Ph.Kotler, K. K. (2006). *Marketing Management*. Paris, France: 12eme édition, Ppearson Education.

Robert J. Defillippi, Richard Reed, (1990). *Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage*. the Academy of Management Review, Vol 15, Issue 01.

