



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

القيم الإسلامية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية

دراسة حالة : مجمع الورود للروائح والعطور بالوادي

إشراف الدكتور:

د. الباي محمد

إعداد الطلبة :

- شلالة عبد الحكيم
- غربي بوبكر
- منيعي قاسم

لجنة المناقشة

مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر صنف "أ"	الباي محمد
رئيسا	أستاذ محاضر صنف "أ"	محيريق فوزي
ممتحنا	أستاذ مساعد صنف "ب"	غربي العيد

السنة الدراسية: 2018/2017



شكر و عرفان

قال تعالى:

﴿...قَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ...﴾ سورة الأحقاف الآية 15.

الحمد والشُّكر لله الذي يسر لنا السُّبُل ووفقنا لإتمام هذا العمل والصَّلاة والسَّلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلّم سراج العلوم وضياءها.

نتقدم بجزيل الشُّكر وفائق التَّقدير والاحترام للأستاذ الفاضل "الباي محمد" على حسن إشرافه والذي بفضل الله ثم بفضل توجيهاته استطعنا إخراج هذا العمل من مجرد تصور إلى بحث علمي.

كما نتقدم بأسمى عبارات الشُّكر والامتنان إلى كل

الأساتذة الذين نهلنا من طيف علمهم في السنة الثانية ماستر إدارة أعمال و الذين تركوا بصمات واضحة في مشوارنا الدِّراسي.

ونشكر كل من ساندنا بفكرة أضاءت لنا درب العمل، بمعلومةٍ أخذت حيزها في العمل، بكلمةٍ طيبة وابتسامةٍ صادقة جددت بداخلنا طاقة العمل، بدعوةٍ خالصة قيلَ لها آمين صعدت إلى السَّماء وعادت محمَّلةً بتوفيق من الله تعالى لهذا العمل.

وفي الأخير نسأل الله أن يجعل هذا العمل خالصا لوجهه الكريم

شلالقة عبد الحكيم منيعي قاسم غربي بوبكر .

الملخص :

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الأخلاق الإسلامية في تعزيز الميزة التنافسية من خلال دراسة تطبيقية لاستقصاء آراء عينة من الموظفين في مجمع الورود للروائح والعطور استخدمت الدراسة منهجية البحث الوصفي حيث تم تصميم استبيان لجمع البيانات حول متغيرات الدراسة والتي تم توزيعها على الموظفين في المؤسسة المستهدفة واستجاب منهم 30 (من أصل 40) موظف، بعد جمع البيانات تم تحليلها بالطرق الإحصائية المناسبة وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها وجود مستوى مرتفع لأخلاقيات الأعمال الإسلامية والميزة التنافسية حسب تقدير المستجوبين، كما أظهرت الدراسة وجود أثر إيجابي لأخلاقيات الأعمال الإسلامية في تعزيز أبعاد الميزة التنافسية. وفي ضوء هذه النتائج قدمت الدراسة عددًا من التوصيات التي تستهدف تعزيز الأخلاق الإسلامية باعتبار ذلك من أهم المرتكزات الهامة لضمان نجاح المؤسسات وديمومتها خاصة ما تعلق منها بضرورة أن تقوم المؤسسات الجزائرية بتحديد السياسات الأخلاقية وتوزيعها عبر الشركة، وتدريب العاملين فيها على تعزيز قدرتهم لمواجهة المشاكل الأخلاقية الصعبة.

الكلمات المفتاحية : أخلاقيات الأعمال، الأخلاق الإسلامية، القدرة التنافسية، الميزة التنافسية.

Summary :

The study aimed at identifying the effect of Islamic ethics on enhancing competitive advantage through an applied study to survey the views of a sample of employees at Al Baraka Bank. The study used a descriptive research methodology. A questionnaire was designed to collect data on study variables,) Of the (40) employees, after the collection of data was analyzed by the appropriate statistical methods and reached the study to the results of the most important of which is a high level of ethics of Islamic business and competitive advantage, according to the assessment of respondents, and the study showed a positive impact of ethics L Islamic in enhancing the dimensions of competitive advantage. In light of these results, the study presented a number of recommendations aimed at enhancing Islamic ethics as one of the most important pillars for ensuring the success and sustainability of institutions, especially the need for Algerian institutions to define and distribute ethical policies through the company. Hard.

Keywords: business ethics, Islamic ethics, competitiveness, competitive advantage,

فهرس المحتويات

الإهداءات

شكر وعرفان

I.....	ملخص الدراسة
II.....	فهرس المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الاشكال
V	قائمة الملاحق
VI	قائمة الرموز والإختصارات

الفصل الأول

الأدبيات النظرية والتطبيقية

1	تمهيد
2.....	المبحث الأول: الأدبيات النظرية حول الدراسة.....
2.....	المطلب الأول : مفاهيم عامة حول القيم الدينية.....
14	المطلب الثاني: مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية
21.....	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية حول الدراسة.....
22	المطلب الأول : دراسات سابقة عربية
25	المطلب الثاني: دراسات سابقة أجنبية
29	خلاصة الفصل :

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

31.....	تمهيد.....
32.....	المبحث الأول : طريقة وأدوات الدراسة.....

32	المطلب الأول : طريقة الدراسة
35	المطلب الثاني: أدوات الدراسة.....
37	المبحث الثاني : عرض النتائج ومناقشتها.....
37	المطلب الأول :عرض النتائج
54	المطلب الثاني : مناقشة النتائج
58	خلاصة الفصل الثاني:
60	خاتمة
64	قائمة المصادر والمراجع:.....
68	الملاحق.....

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	الصفحة
1	طبيعة العلاقة بين المتغير التابع والمستقل	33
2	مقياس ليكارت الثلاثي ومعايير الاتجاه العام للعينة المستهدفة	34
3	توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بأبعاد القيم الدينية	34
4	توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالميزة التنافسية	35
5	توزيع العينة حسب الجنس	37
6	توزيع العينة حسب السن	38
7	توزيع العينة حسب المستوى الدراسي	38
8	توزيع العينة حسب الاقدمية المهنية	39
9	اختبار ثبات عبارات الاستبيان	40
10	مستوى توفر بعد الأمانة في المؤسسة	41
11	مستوى توفر بعد الصدق في المؤسسة	42
12	مستوى توفر بعد الإخلاص في المؤسسة	43
13	مستوى توفر بعد الاتقان في المؤسسة	44
14	مستوى توفر بعد تخفيض التكلفة في المؤسسة	45
15	مستوى توفر عنصر الابتكار والتجديد في المؤسسة	46
16	مدى تأثير معيار السن على تطبيق القيم الدينية في المؤسسة	47
17	مدى تأثير معيار الأقدمية على تطبيق القيم الدينية في المؤسسة	47
18	مدى تأثير معيار الجنس على تطبيق القيم الدينية في المؤسسة	48
19	أثر القيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة	48
20	أثر بعد الأمانة في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة	49
21	أثر بعد الصدق في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة	50
22	أثر بعد الإخلاص في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة	51
23	أثر بعد الإتقان في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة	52
24	أثر بعد الإتقان في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة	53

قائمة الاشكال

الرقم	اسم الشكل	الصفحة
1.	نموذج الدراسة يوضح طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	53
2.	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب الجنس	57
3.	مخطط أعمدة يوضح توزيع العينة حسب السن	58
4.	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب المستوى	58
5.	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب الأقدمية	59

قائمة الملاحق

الرقم	اسم الملحق	الصفحة
1.	الإستبيان الموجه للعينة المستهدفة	68
2.	قائمة الأساتذة المحكمين	71
3.	اختبار التوزيع الطبيعي	72

قائمة الرموز والإختصارات

الرمز / الإختصار	الدلالة باللغة العربية
Sig	مستوى الدلالة
R^2	معامل التحديد
F	إختبار فيشر
T	إختبار t
b	الثابت
(β)	الميل
SEb	الانحراف المعياري
IWE	أخلاقيات العمل الاسلامي

المقدمة



توطئة :

يتسم العالم اليوم بسرعة التغيير، تلك السمة التي أصبحت ميزة لجميع أوجه النشاط البشري وإدارته للمنظمات المختلفة، نتج عن هذا السباق المحموم انحراف إداري واضح في المنظمات نتيجة تجاوز قيم الحق والخير والعدل، بل أضحي استغلال هذه القيم لتحقيق أغراض أخرى سمة تميز إدارة المنظمات العامة والدولية، كما يعتبر ترجيح الجانب السلبي من تيار العولمة وسيطرة الاتجاه المادي وتجاهل القيم الفاضلة والمثل العليا من أكبر العوامل تأثيراً على زيادة الانحراف الإداري بالمنظمات وعلى سلوك الأفراد فيها وبالتالي على أخلاقيات الإدارة، يضاف إلى ماسبق تباين الثقافات وحدة الضغوط التنافسية بين المنظمات والحث وراء تكوين الثروات واكتنازها من خلال تعظيم الربح المادي بفرض نظم معينة على الإدارة.

أدت جميع العوامل السابقة إلى تراجع القيم الأخلاقية التي ينبغي أن تسود في سلوك الموظف العام في المنظمات التي ينتمي إليها، وهو ما دعت إليه جميع القيم والأعراف السليمة الرسالات السماوية، لهذا تزايد الاهتمام في الوقت الحاضر بأخلاقيات الإدارة على نحو واضح وملفت للنظر، فالיום تتردد مصطلحات كثيرة مثل قواعد وآداب المهنة، أخلاقيات الوظيفة، أخلاقيات الأعمال.

ويعد موضوع القيم الإسلامية في بيئة منظمات الأعمال من الموضوعات التي نالت اهتماماً كبيراً عند الباحثين في الدول الغربية منذ مطلع القرن العشرين، و تطورت مع تطور مفهوم إدارة الأعمال ومن الدراسات دراسة القيم والممارسة الأخلاقية في العمل (ليفى تشارلز 1972)، ودراسة المسؤولية الأخلاقية في العمل (فليتيرجوزيف 1972) ودراسة الأخلاق والعمل عند الممرضات (مهيت كوف 1973) كما اهتم الكثير من الباحثين العجم بذات الموضوع في العصر الحديث، إن هذا الاهتمام يعكس مدى أهمية القيم الدينية و الأخلاقية في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية، وما يسجل أن موضوع القيم الأخلاقية والدينية لم يحظى بالاهتمام اللازم من طرف الباحثين في الدول العربية.

إن بيئة الأعمال في الوقت الحاضر تشهد الكثير من الخروقات الأخلاقية التي نتجت عن ضعف الاهتمام بالأسس والمعايير الأخلاقية في ممارسات الكثير من المنظمات لأنشطتها والابتعاد نوعاً ما عن النظر أو حتى التفكير بالمحددات والرموز الأخلاقية، كل تلك التجاوزات أثارت اهتمام المهتمين بضرورة التفكير بالطرق المناسبة لضمان سيادة الأبعاد والمقومات الأخلاقية، مما دفعها إلى التفكير بضرورة عولمة برامجها الأخلاقية وتعظيم الأسس الأخلاقية

القريبة من أعمالها سعيًا للتكيف وضمان البقاء في بيئة الأعمال بوساطة مجموعة مزايا تنافسية تعتمد المقومات الأخلاقية كتسليم الزبائن حاجاتهم التي يستحقونها وتزويدهم بمنتجات مأمونة ومعلومات وفيرة وبشكل يتماشى مع مضامين العمل الأخلاقي وبما يجعل الزبائن مطمئنين ومقتنعين من أن هذه المنظمة قد اتخذت من الأبعاد الأخلاقية معياراً يميزها في ميدان تنافسي شديد وبشكل يضمن ديمومة تعامل الزبائن معها، كما تعد أخلاقيات العمل من أساسيات النجاح لأنها تعكس ثقة المنظمة بموظفيها وأجهزتها وكذلك ثقة المجتمع الذي تعمل فيها.

1 إشكالية البحث :

من خلال ما سبق يمكننا صياغة إشكالية البحث كما يلي:

ما دور القيم الدينية في دعم وتحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية ؟

ولتناول هذه الإشكالية بالدراسة نطرح مجموعة من الأسئلة:

✓ ما المقصود بالقيم الدينية ؟ وكيف تتأثر الحاجة إليها في بيئة التنافس؟

✓ هل يوجد تأثير للقيم الدينية على الميزة التنافسية؟

2 فرضيات البحث:

للإجابة على التساؤلات نطرح الفرضيات التالية:

أ. تتوفر القيم الدينية في مؤسسة الورود للروائح والعطور

ب. توفر الميزة التنافسية في مؤسسة الورود

ج. يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى الدلالة 0.05 للقيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية لدى

مؤسسة الورود من وجهة نظر العاملين .

3 مبررات اختيار الموضوع :

هناك دافعان يمثلان السبب في اختيار هذا الموضوع:

أ. دوافع شخصية : وتتمثل في:

– كون هذا البحث يدخل في مجال تخصصنا، سيكون إن شاء الله بابا مفتوحا أمامنا في بحوث أخرى في هذا المجال.

– اهتمامنا بمجال القيم الدينية.

– اهتمامنا بالمواضيع الحديثة المتعلقة بتعزيز القيم الدينية في منظمات الأعمال.

ب. دوافع موضوعية: وتكمن في أننا:

- نطمح إلى إثراء المكتبة الجامعية بمعلومات حول موضوعنا هذا كمرجع للأبحاث المستقبلية.
- تثمين الدراسات السابقة في خارج الوطن ومحاولة إسقاطها داخل الوطن.

4 أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في:

- يكتسي هذا البحث في نظرنا مكانة هامة ضمن مختلف البحوث الأكاديمية المقدمة في هذا المجال باعتبار أنه لم يقدم حسب اطلاعنا موضوع سابق في هذا التخصص، يحاول ان يدرس مدى تأثير القيم الدينية في دعم و تعزيز الميزة التنافسية في المؤسسات الجزائرية.
- أهمية تناول الباحثين لدراسة دور الأخلاق الإسلامية وأدوارها وإثراء الجانب النظري فيها.

5 حدود الدراسة:

أ - المجال المكاني: تمت الدراسة في مؤسسة الورود

ب - المجال الزمني: الاطار الزمني الذي تمت فيه الدراسة تمثل في أسبوعين كمدة تم فيها توزيع الاستبيانات على المستجوبين واسترجاعها.

6 منهج البحث والأدوات المستخدمة :

في هذه الدراسة تم إعتداد المنهج الوصفي في المبحث الأول من الفصل الأول وكذا المنهج التاريخي في المبحث الثاني من نفس الفصل لأنه الأسلوب الانسب لتناول الدراسات السابقة، اما في الفصل الثاني، فقد تم اعتماد المنهج التحريبي، الذي كان من خلال دراسة الحالة في مؤسسة الورود، عن طريق توزيع استبيان الدراسة ومقابلة بعض الموظفين من اجل المعلومات اللازمة للدراسة للخروج بنتائج حاسمة مكملة للإستبيان.

7 مرجعية الدراسة :

تم استخدام مراجع ذات طبيعة متفرقة في هذه الدراسة، فهناك كتب علمية تثري الجانب النظري للدراسة، وهناك بعض مذكرات للماستر والماجيستير والدكتوراه والتي كان لها علاقة بموضوع الدراسة، كما تم التركيز على المقالات العلمية في مختلف المجالات باللغات الأجنبية لأنها نادرة جدا باللغة العربية.

8 صعوبات البحث:

- تم التعرض لمختلف الصعوبات في هذا البحث المتواضع ومن بينها نذكر:
- صعوبة التمكن من اجراء دراسة الحالة في كم من مؤسسة بسبب عدم تلقي اجابة القبول من المؤسسات لإجراء الدراسة.
 - مواجهة العراقيين للدخول لبعض الشركات.
 - عدم توفر المكاتب الجامعية على مراجع ذات صلة مباشرة بالموضوع.
 - صعوبة ترجمة المراجع وخاصة الدراسات السابقة فيما يتعلق بالمفاهيم الأساسية لها سواء التقنية او الأدبية.

9 تقسيمات البحث:

- سنتناول هذا البحث من خلال فصلين رئيسيين حسب منهجية IMRAD كما يلي:
- الفصل الأول:** نتطرق فيه إلى الأدبيات النظرية من مفاهيم أساسية لها صلة بموضوع القيم الدينية و دورها في دعم وتحقيق الميزة التنافسية و أدبيات متمثلة في دراسات سابقة.
- الفصل الثاني:** نتناول فيه موضوع الدراسة من الجانب التطبيقي من عينة الدراسة الى تحليل الاستبيان ونتائجه ومناقشتها.

الفصل الأول

الأدبيات النظرية

والنظريات للقيم الإسلامية

والعقيدة الشافعية

تمهيد:

يتزايد الاهتمام في الوقت الحاضر بأخلاقيات الإدارة على نحو واضح وملفت للنظر، فالיום تتردد مصطلحات كثيرة مثل قواعد وآداب المهنة، أخلاقيات الوظيفة وأخلاقيات الأعمال، وتتسابق المؤسسات لإصدار مدونات أخلاقيات الإدارة وللرقابة الفاعلة، فأصبحت الأخلاقيات تحظى بالاهتمام وتعاد صياغة الأهداف والسياسات بطريقة تبرز المسؤولية الأخلاقية للمؤسسات، ويبدو هذا الاهتمام أخذ يتسع ليغطي المجالات المختلفة، يعتبر مصطلح القيم الدينية مصطلحا قديما تطور مع تطور مفهوم ادارة الاعمال وتزداد الحاجة اليه في الوقت الراهن لما له من أهمية وفاعلية تساعد المنظمات على تحقيق ميزة تنافسية لتعزيز مكانتها في السوق.

حاولنا في هذا الفصل التطرق الى مفهومي القيم الدينية والميزة التنافسية كونهما يحضيان باهتمام متزايد في السنوات الأخيرة حتى أن بعض المؤسسات أعادت صياغة أهدافها وسياساتها بطريقة تبرز فيها القيم الأخلاقية على المستوى الداخلي والخارجي.

ويحتوي هذا الفصل على بحثين :

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للدراسة

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

المبحث الأول: الأدبيات النظرية حول الدراسة

إن للأخلاق أهمية بالغة لما لها من تأثير كبير في حياة الأفراد و الجماعات والأمم، فقد حث عليها القرآن الكريم والسنة النبوية، فقد بينت سور القرآن الكريم أسس الأخلاق ومكارمها، فالأخلاق الطيبة مطلب إنساني يحرص عليها كل صاحب عقل ورشد ويكره ضدها، ولقد ارتأينا في هذا المبحث أن نتطرق الى بعض المفاهيم التي تدخل في سياق الموضوع، وهذا من اجل توضيح اكثر وتبسيط المفاهيم فيما يدور حوله موضوع هذه الدراسة، حيث تم تقسيمه الى مطلبين رئيسيين، فالمطلب الاول يستعرض بعض المفاهيم الاساسية عن القيم الدينية، اما المبحث الثاني فهو يخص المفاهيم الادبية حول الميزة التنافسية.

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول القيم الدينية

الفرع الأول: مفهوم القيم

مفهوم القيمة من المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة، كالفلسفة والتربية والاقتصاد وعلم الاجتماع، وعلم النفس وغيرها من مجالات الحياة لذا تعددت تعريفات القيم وتراوحت بين التحديد الضيق للقيم على أنها مجرد اهتمامات أو رغبات غير ملزمة كما أن كلمة القيم من الكلمات الشائعة الاستخدام فنحن نسمعها ونقرأها كثيرا في العالم المسموع والمرئي والمقروء، وهي كثيرة التردد على السنة التربويين والمفكرين والمتقنين وغيرهم، فما القيم وما دلالتها اللغوية والمعنوية؟

أولاً: القيمة لغة

القيم جمع قيمة، وأمر قيّم بمعنى مستقيم، وقوله تعالى ﴿ فِيهَا كُتِبَ قِيَمَةٌ ﴾¹ أي مستقيمة تبين الحق من الباطل على استواء وبرهان وقوله تعالى: ﴿ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ ﴾² أي دين الأمة القيمة بالحق ويجوز أن يكون دين الملة المستقيمة.

وقد أخذت هذه اللفظة من " قَوْم " واستعمل جذرها للدلالة على معانا مختلفة هي: الانتصاب والوقوف : قام قوماً وقياما، وقام الحق : ثبت قام الأمر: اعتدل واستقام³ .

¹ سورة البينة: الآية 3

² سورة البينة: الآية 5

³ ابن منظور: لسان العرب - دار الكتب العلمية، بيروت، ج 12، ط 2003، 1، ص 592.

كما يعني الفعل " قام " بلغ واستوى، حسب الزبيدي¹

وكلمة " القيم " بمعنى الجيد، أو ماله قيمة ممتازة وجاء في قراره: " يشيع في اللغة المعاصرة استعمال " القيمة " و " القيم " للدلالة على الفضائل الدينية والخلقية والاجتماعية التي تقوم عليها حياة المجتمع الإنساني، ويؤخذ على هذا الاستعمال أنه لم يرد في المعاجم بهذا المعنى، وإنما الذي ورد فيها للفظ " القيمة " معنيان: أولهما: أن قيمة الشيء ثمنه والثاني: الثبات والاستقرار.²

والقيمة: الثمن الذي يقوم به المتاع، أي يقوم مقامه، والجمع: القيم، مثل سدره وسدر، وقومت المتاع: جعلت له قيمة.³

ثانياً: القيم إصطلاحاً

نظراً لأن مصطلح " القيم " يدخل في كثير من المجالات، فقد تنوعت المعاني الاصطلاحية له بحسب المجال الذي يدرسه، وبحسب النظرة إليه يصعب الوقوف على الدلالات الاصطلاحية للقيمة وما تتضمنه من معان عند من يستعملونها كافة، فالقضية القيمية شائكة المسائل، كثيرة التفريعات، ذكرت في مداولات الفلاسفة وكانت إحدى قضاياهم المهمة التي درسوها وخاضوا فيها.⁴

أ. مفهوم القيمة عند علماء الاقتصاد: لقد تعامل علماء الاقتصاد كثيراً مع مفهوم القيم، ويقرر في هذا الصدد " هرتزلي"، أن علماء الاقتصاد وحدهم ينفردون من بين العلماء الاجتماعيين بما أولوه من اهتمام جدير بالذكر بدراسة القيم، ولذلك فهم يعدون بحق رواد دراسة القيم في الميدان الاجتماعي، فقد عكفوا منذ قرن مضى على البحث فيها وفي الدور الأساسي الذي تلعبه في تحديد الأسعار وفي إنتاج السلع واستهلاكها وتوزيعها، وبالتالي فقد تعمقوا في تحليلها ودراسة ما يتصل بها من إشباع الحاجات والرغبات، وترتبط نظرية القيمة بنظرية السعر أو الثمن غير أن القيمة في الاقتصاد الماركسي تكون متضمنة في نظرية توزيع السلع والخدمات التي ينتجها نظام اقتصادي معين كما تتضمن في تقسيم عدالة هذا التوزيع.⁵

¹ نوال كريم زرزور: معجم ألفاظ القيم الأخلاقية وتطورها الدلالي، بين لغة الشعر الجاهلي ولغة القرآن الكريم - مكتبة لبنان، ط 2001، ص 10.

² إميل بديع يعقوب: المعجم المفصل في دقائق اللغة العربية - دار الكتب العلمية، بيروت، ط 2004، ص 314.

³ طهطاوي، سيد أحمد " القيم التربوية في القصص القرآني " دار الفكر العربي ط 1 (1996).

⁴ ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، جامعة اليرموك، دار السيرة للنشر والتوزيع 2005.

⁵ محمد عاطف غيث قاموس علم الاجتماع دار المعرفة الجامعي، ص 364.

ب. مفهوم القيمة عند علماء الاجتماع: القيمة هي الاعتقاد بأن شيئاً ما ذا قدرة على إشباع رغبة إنسانية، وهي صفة للشيء تجعله ذا أهمية للفرد أو للجماعة، وهي تكمن في العقل البشري وليست في الشيء الخارجي نفسه.¹

✓ فالقيم هي " الأحكام العقلية والوجدانية والمعتقدات المتعلقة بفكرة أو موضوع أو موقف معين وهي تعد موجّهات عامة لسلوك الأفراد، فهي معايير للسلوك الفردي والاجتماعي في الحياة²

✓ وهي عبارة عن مجموعة من المعايير والأحكام العامة التي تتسم نسبياً بالثبات والاستقرار، وتتفق والتوجهات العقدية والأخلاقية التي يسعى المربون إلى غرسها في وجدان التلاميذ من خلال محتوى الكتب الدراسية، وتمثل النموذج الذي يجب أن تلتزم به الناشئة، تحقيقاً للأهداف التعليمية المنشودة.³

كما عُرِّفت القيم بأنها " مجموعة من القوانين والمقاييس تنشأ في جماعة ما، ويتخذون منها معايير للحكم على الأعمال والأفعال المادية والمعنوية، وتكون لها من القوة والتأثير على الجماعة بحيث يصبح لها صفة الإلزام والضرورة والعمومية، وأي خروج عليها أو انحراف على اتجاهاتها يصبح خروجاً عن مبادئ الجماعة وأهدافها ومثلها العليا " .⁴

الفرع الثاني: تعريف القيم الإسلامية

يعرف ماجد الجلال القيم الدينية على أنها " مجموعة من المثل العليا والغايات والمعتقدات والتشريعات والوسائل والضوابط والمعايير لسلوك الفرد والجماعة، مصدرها الله - عز وجل - وهذه القيم هي التي تحدد علاقة الإنسان وتوجهه إجمالاً وتفصيلاً مع الله تعالى ومع نفسه ومع البشر ومع الكون، وتتضمن هذه القيم غايات ووسائل.⁵

¹ طهطاوي ، سيد أحمد نفس المرجع السابق ص 40

² بو حججوح يحي محمد القيم البيئية المتضمنة في كتب المرحلة الإعدادية رسالة ماجستير فلسطين غزة ، 1999 ، ص13

³ سلوت نور السيد مفاهيم القيم المتضمنة في الاناشيد المتضمنة لطلبة المرحلة الاساسية رسالة ماجستير، فلسطين غزة 2005 ص45

⁴فؤاد علي العاجز " القيم والتربية في عالم متغير " دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون تحت عنوان " القيم والتربية في عالم متغير " جامعة اليرموك 1999.

⁵ ماجد زكي الجلال نفس المرجع السابق ص55

ويعرف أحمد الخشاب القيم الإسلامية بأنها تلك القيم التي تكرم الفرد بصفته إنساناً وتحمي الجماعة بصفته كائناً عضوياً حيويًا ينشد كمال ذاته وتتخذ من المضمون الروحي للنظام الاجتماعي، أساساً لكل تغيير جذري يهدف إلى تحقيق النمو الإنتاجي والعمل الإنساني الذي ينطوي عليه تراثنا الروحي.¹

والقيم الإسلامية في مجموعها نوعان:

✓ **القيم السلبية:** وهي قيم التحلي وتنجلي في هجر ما نهى الله عنه من شرور وموبقات كشرب الخمر والكذب والسرقة... الخ

✓ **القيم الإيجابية:** وهي القيم التي كلف الفرد بالتحلي وأخذ نفسه بمقتضياتها مثل: الصدق والأمانة والرحمة والكرم وحسن الجوار.²

واشتملت التعاريف على أن القيم الدينية:

- توجه السلوك الإنساني.

- مصدرها الدين.

- تشمل جميع جوانب الحياة وضرورية للأفراد وللمجتمع.

- تمتاز بالثبات، والقوة والتأثير³

الفرع الثالث: خصائص القيم الإسلامية

القيم الإسلامية تتميز بخصائص تميزها عن القيم في المجتمعات غير الإسلامية، وهذه الخصائص مستمدة من خصائص هذا الدين العظيم، ومن هذه الخصائص:

1- **الربانية:** فالقيم الإسلامية ربانية المصدر، بمعنى أنها مستمدة من كتاب الله وسنة رسوله أساساً، وكتاب الله هو من لدن حكيم خبير، وأما السنة النبوية فهي أيضاً مستمدة من عند الله على لسانه رسوله " وما ينطق عن الهوى إن هو إلا وحي يوحى " أما المصادر الأخرى كالإجماع والاجتهاد والعرف فيجب أن تكون محكومة بالمصدرين الأساسيين ولا تناقضهما، وبالتالي فهي أيضاً يمكن اعتبارها قيماً ربانية، بمعنى أنها مستمدة من شريعة الله ولا تناقضها.

¹ أحمد الخشاب الاجتماع الديني مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية مكتبة القاهرة الحديثة، ص 400

² جابر قميحة المدخل إلى القيم الإسلامية دار الكتب الإسلامية، القاهرة، بيروت، ط 1984، 1، ص 41

³ صليحة رحالي القيم الدينية والسلوك المنضبط الكشافة الإسلامية الجزائرية - أنموذجاً مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الديني جامعة باتنة، 2008.

ويتضح مما سبق أن كون القيم الإسلامية ربانية المصدر لا ينفي دور العقل في الاجتهاد ضمن حدود شرعة الله. وبحيث يكون عمل الفكر البشري أساساً التلقي والإدراك والتكيف والتطبيق في واقع الحياة.¹

2- الثبات : والثبات هنا لا يعني الجمود، بل هو كما يقول سيد قطب "خاصية الحركة داخل إطار ثابت حول محور ثابت" ويقول: هناك ثبات في مقومات التصور الإسلامي وقيمه الذاتية، فهي لا تتغير ولا تتطور حينما تتغير ظواهر الحياة الواقعية وأشكال الأوضاع العملية، فهذا التغير يظل محكوماً بالمقومات والقيم الثابتة لهذا التصور.. ولا يقتضي هذا "تجميد" حركة الفكر والحياة، ولكنه يقتضي السماح لها بالحركة - بل دفعها دفعا - ولكن داخل هذا الإطار الثابت وحول هذا المحور الثابت.²

3- الشمول : فالقيم الإسلامية تتمثل فيها صفة الشمول من نواح عدة : فهي شاملة لكل ما يصلح الفرد والمجتمع، وهي شاملة لجميع مناشط الحياة الإنسانية، وهي شاملة لكل العلاقات التي تربط المسلم بغيره سواء علاقته بربه أو بالمسلمين أو غير المسلمين أو علاقته بالحيوان والجماد وجميع مخلوقات الله كما أنها شاملة في تلبية احتياجات النفس والعقل والوجدان والجسد "ما فرطنا في الكتاب من شيء".³

4- التوازن: فهناك التوازن والوسطية وعدم الإفراط أو التفريط، وهذا التوازن يظهر بمظاهر شتى، فهناك توازن بين الجانب الذي تتلقاه الكينونة الإنسانية لتدركه وتسلم به وبين الجانب الذي تتلقاه لتدركه وتبحث حججه وبراهينه وتحاول معرفة علله وغاياته وتفكر في مقتضياته العملية وتطبقها في حياتها الواقعية، وهناك توازن بين متطلبات الفرد ومتطلبات الجماعة فلا يطغى جانب على آخر، وهناك توازن بين متطلبات الدنيا ومتطلبات الآخرة ﴿وكذلك جعلناكم أمة وسطاً﴾.⁴

5- الملائمة: حيث تتلائم مع خصائص الطبيعة الفطرية في الإنسان سواء الفردية منها والاجتماعية وهي من ثم تتصف بالإنسانية والاجتماعية والواقعية وليست قيما مجردة بعيدة عن الواقع والممارسة.⁵

¹ فؤاد علي العاجز، نفس المرجع السابق، ص 14.

² نفس المرجع السابق.

³ نفس المرجع السابق، ص 15.

⁴ نفس المرجع السابق، ص 15.

⁵ الربيع ميمون نظرية القيم في الفكر المعاصر، بين النسبية والمطلقية - الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980 ص 343.

6- **فلسفة سلوك عملي:** فكل قيمة يتشبع بها الإنسان لابد أن تظهر آثارها من خلال السلوك الصادر عنه إلا أن القوة التي يظهر من خلالها السلوك تعرف ولاشك تفاوتاً، يتبارى الأفراد في الإسلام من أجل الحصول على أعلاها، كل حسب قوة إيمانه.¹

7- **التكيف والمرونة:** ذلكم أن القيم الإسلامية قابلة للتحقق في المجتمع بمختلف الوسائل والطرق، وتتكيف مع مختلف الأحوال والأزمان والأمصار دون أن يؤثر ذلك في جوهرها، فالعدل يتحقق في المجتمع عبر مؤسسات مختلفة قد تخلقها الدولة بحسب حاجتها وعلى قدر إمكاناتها ؛ المهم أن يتحقق العدل، وقد يتحقق في مختلف مظاهر الحياة العامة داخل الأسرة وفي الأسواق وفي المنظمات والهيئات وغير ذلك بصور شتى وبوسائل مختلفة²، والأصل في ذلك قوله تعالى : ﴿وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ﴾³ .

8- **الإيجابية:** والمقصود بها أن يتعدى الخير للآخرين فلا يكفي كون الإنسان صالحاً في نفسه بل يكون صالحاً ومصلحاً، يتفاعل مع المجتمع وينشر الخير، ويعلم الجاهل، ويرشد الضال وتأتي هذه الإيجابية للقيم من إيجابية الإسلام نفسه فهو دين إيجابي مؤثر ليس من طبيعته الانكماش والانعزال والسلبية، ويقول الدكتور محمد جميل خياط : "التربية تحرك الجانب الإيجابي الفطري في الإنسان، وتهذب وتصلح الاتجاهات أو الجوانب السلبية لديه أو تحولها إلى قوة موجبة تعمل على إعمار الأرض أي أنها تعمل على غرس الأخلاق والسلوك الفاضل"⁴ .

9- **العالمية والإنسانية:** فقيم الإسلام التي تضمنتها رسالة الأنبياء والرسل كافة وختمها محمد صلى الله عليه وسلم ؛ ليست للمسلمين بخصوصهم وإنما هي منفتحة على سائر الأمم والشعوب، ينهلون منها فتقوم سلوكاتهم، وتعديل من اتجاهاتهم، فتكون هذه العالمية مدخلاً إلى الإسلام عند كثير من الأمم والشعوب والأفراد، وقد أخذ محمد صلى الله عليه وسلم بهذه القيم العالمية وجاء ليطمئنها، فقال صلى الله عليه وسلم : « إنما بعثت لأتمم صالح الأخلاق »⁵ .

¹ نفس المرجع السابق، ص 344.

² بسام يوسف أحمد التل القيم الإسلامية ودورها في الإنتاجية في المؤسسات الصناعية الأردنية رسالة ماجستير جامعة اليرموك 1996، ص 54.

³ الأنعام، 152.

⁴ نفس المرجع السابق، ص 55.

⁵ نفس المرجع السابق، ص 56.

10-الوسطية: وذلك بالجمع بين الشيء ومقابله، بلا غلو ولا تفريط، فمن ذلك التوازن بين الدنيا والآخرة، قال تعالى ﴿وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ﴾¹.

ومن ذلك الوسطية والتوسط في الإنفاق والعاطفة وتوفية مطلب الجسد والروح² قال تعالى ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا﴾³.

الفرع الرابع: إكتساب القيم الإسلامية

تتنوع الوسائط المسؤولة عن نقل القيم الدينية إلا أنها تشتر، هدفها فك جميعا في هدف واحد وهو تهذيب النفوس وضبط السلوك بما يتوافق مع قواعد ديننا الحنيف ورؤى المجتمع، وتشكل هذه المؤسسات العنصر المؤثر في الأفراد وفي سلوكهم، هذه أهم المؤسسات التي تؤثر في سلوك الأفراد:

أولا: الأسرة

تلعب الأسرة دورا هاما في بناء شخصية الطفل السوية، حيث تعتبر من أهم المحاضن التربوية و أقواها أثرا في بناء شخصيته، فهي الوعاء الاجتماعي الذي يتفاعل معه ويشعر بالانتماء إليه ويستقي منها عاداته وقيمه وطبائعه وقد روي أبو هريرة عن النبي " صلى الله عليه وسلم " ما من مولود الا ويولد على الفطرة فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه كما تنتج البهيمة جمعاء هل تجدون فيها من جدعاء ؟ " وبذلك يعد سلوك الوالدين احد العوامل الرئيسية المؤثرة في حياة الطفل، فإذا ما نشأ الطفل في بيت أسس على التقوى، فان هذا الطفل يسير في اتجاه الفطرة السليمة واقتدى بالأسرة دون جهد كبير أو عناء، إذ يتشرب عادات أبويه بالحكاية الطبيعية⁴.

ثانيا : المدرسة

تعتبر المدرسة من أهم المؤسسات الاجتماعية الرسمية التي تقوم بوظيفة التربية ونقل الثقافة وتوفير الظروف المناسبة لإيجاد التوازن النفسي والاجتماعي لدى الفرد و لأنها تؤثر في مفاهيم الفرد وفي تكوين معتقداته كما تؤثر في سلوكه، فالمدرسة هي مؤسسة أوجدها المجتمع من أجل تربية وتعليم الأبناء على أسس منهجية سليمة بهدف إعداد

¹القصص، 77.

²نفس المرجع السابق، ص 56.

³الإسراء، 29.

4 إيمان عبد الله شرف: التربية الأخلاقية للطفل -عالم الكتب القاهرة، ط1، 2008 ، ص 67.

الفرد إعدادا صالحا وصقل شخصيته وتعديل سلوكه، كما أن للمعلم دور لا يمكن إغفاله في غرس القيم الدينية والمبادئ لما له من أثر عظيم في إحداث التغيير في سلوك الأطفال¹.

ثالثا : جماعة الرفاق

تقوم جماعة الرفاق أو الأقران بدور هام في العملية التربوية للفرد، فهي تؤثر في قيمه ومبادئه ومعاييرها الاجتماعية، وهذا ما يؤكد الرسول صلى الله عليه وسلم في قوله: "المرء على دين خليله فلينظر أحدكم من يخالل" و تتدرج جماعة الرفاق مع الطفل من مرحلة الطفولة إلى مرحلة الشباب تبعا لتغير السن وتدرجه، كما يتوقف مدى تأثير الطفل بجماعة الرفاق على درجة ولائه لها ومدى تقبله لمعايير وقيمتها و اتجاهاتها وعلى تماسك هذه الجماعة ونوع التفاعل القائم بين أفرادها، وتساعد التنشئة الأسرية الإيجابية على توجه الأطفال إلى أقران يدعمون لديهم القيم الإيجابية والسلوك السوي، أما التنشئة الأسرية السلبية فهي تساعد على اختلاط الأطفال بأقران أسوياء فيقللون من التأثير السلبي الذي تتركه الأسرة أو يختلطون بأقران غير أسوياء فيأتي سلوك الأطفال على نحو يجافي اتجاهات المجتمع العامة².

رابعا : وسائل الإعلام

لقد جذبت وسائل الإعلام الناشئة الأجيال المختلفة بما تقدمه من مواد متنوعة، واحتلت مركزا بالغ الأهمية لديهم، ومن هنا فإن وسائل الإعلام تعتبر من أخطر المؤسسات التي يتعامل معها الناشئ حيث أصبحت في كثير من الأحيان بديل الكتاب وبعض المؤسسات الأخرى التي تهتم بتعليم الناشئ وتنقيفه، هذا وتشكل وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر قوة كبيرة وفعالة حيث تعتبر من وسائل التربية داخل المجتمع، كما وأصبحت وسائل الإعلام تنافس الأسرة والمدرسة في توجيه الأبناء والتأثير عليهم، لأنها تجذبهم ببرامجها الشيقة ومغرياتها التي لا تقاوم فتكون جيدة ونافعة، وفي الاتجاه المعاكس فالإعلام في البلاد العربية يشكل خطرا كبيرا حيث يمارس دورا توجيهيا مدمرا بوعي منها أو بدون وعي³.

خامسا: المسجد

يحتل المسجد المكانة الأولى بين المؤسسات التي تساهم في تكوين المجتمع المسلم والتأليف بين أفرادهم وجمع شملهم وتكوين ثقافتهم الاجتماعية وتصوراتهم المشتركة، فهو مكان مقدس للعبادة حيث تقام فيه الصلوات، ومركز

1 نفس المرجع السابق، ص 69.

2 عبد الهادي الجوهري: أصول علم الاجتماع - المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 296.

3 مكرم عبد الودود، الأحكام القيمية الإسلامية لدى الشباب، المدينة المنورة، مكتب احياء التراث الاسلامي، 1994، ص 90.

للعلم تنتشر فيه حلقات الدروس والمواعظ العلمية، وهو مركز إشعاع للقيم الدينية حيث تتجلى فيه القيم الروحية والخلقية والاجتماعية، فيه يجدد المسلم عزيمته، ويشحذ روحه ويتواصل مع غيره من المؤمنين، وهو موئل الإنسان ومحط رحله عندما تتعبه الدنيا وتنوء بكاهله أعباء الحياة المادية المرهقة وللمسجد دوره ووظائفه في غرس القيم الدينية وتنميتها كنشر العلم وتعليم الأفراد التعاليم الدينية و إمداد الأفراد بالإطار السلوكي المعياري القائم على التعاليم الإسلامية و تنمية الوازع الديني لدى الفرد والجماعة، ومن ثم دعوتهم إلى ترجمة المبادئ والتعاليم إلى سلوك عملي واقعي.¹

ومن خلال كل هذا للمؤسسات السابقة المسؤولة عن غرس القيم وتنميتها يتبين لنا أن مسؤولية تعليم القيم وتعلمها يجب أن تكون مسؤولية مشتركة، فإذا تعاونت جهود المؤسسات جميعاً من أسرة ومدرسة ومسجد ومؤسسة إعلامية وتعاونت فيما بينها نجحت في بناء الإنسان المسلم بصدق و إخلاص وبالتالي سيصلح حال المجتمع المسلم وتبدل أموره لما فيه من خير للوطن.

الفرع الخامس : أخلاقيات العمل في الإسلام

ترتكز أخلاق العمل في الإسلام على عدة عناصر:

أولاً: الأمانة

مفهوم الأمانة في الإسلام شامل ومتعدد الجوانب، فهو يشمل: أمانة المال، والجهد، والوقت، والفكر، والسلوك، لقد عُرِضَت الأمانة على السموات والأرض والجبال فأبين أن يحملنها وأشفقن منها وحملها الإنسان، كما أشار إلى ذلك القرآن الكريم؛ لذا فإن الأمانة لا تتحقق إلاً بخشية الله، وإدراك عظم المسؤولية عند تولي الوظيفة العامة، ولا يكتفي المسؤول عند اختياره للعاملين بميكانيكية التعيين والاختيار فقط، وإنما يستوجب الأمر بذل العناية والحرص، ولو أدى ذلك إلى إغضاب الآخرين.

وللأمانة هنا معانٍ وصورٌ كثيرة، منها:

- 1- أن يحرص العامل على وقت العمل، وأن يستثمره في سرعة إنجاز العمل الموكول إليه، وأداء واجبه كاملاً.
- 2- أن يجتنب في أداء عمله الغش بكافة أشكاله وصوره، فهو محرم شرعاً؛ يقول النبي - صل الله عليه وسلم -: ((مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا))

- 3- ألا يستغل موقعه في العمل لمنفعة شخصية له أو لقربته وصداقته، أو للاستيلاء على المال العام بطرق

¹ سامية حمريش القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير جامعة باتنة، 2010، ص 58.

ملتوية، وعن عبد الله بن عمرو - رضي الله عنهما - أنه قال: "لعن رسول الله - صلّى الله عليه وسلّم - الراشي والمرتشى".

4- المحافظة على أدوات العمل وأجهزته ومعدّاته ووسائله، وعدم استخدامها أو تسخيرها لقضاء مصالح شخصية ومنافع ذاتية، للعامل أو لمعارفه وأصدقائه ومن له مصلحة معهم؛ قال النبي - صلّى الله عليه وسلّم -: ((كلّكم راعٍ وكلّكم مسؤولٌ عن رعيّته))

5- المحافظة على أسرار العمل وكتماها، فذلك من الأخلاق الحميدة التي حثّ عليها الإسلام، وجعل لها ثواباً جزيلاً وفضلاً عظيماً عند الله وفي حياة الناس.¹

ثانياً: القوة

أي الكفاءة على إنجاز العمل المراد القيام به، ولقد رُبِطت القوة بالقدرة كما حدّدها الإمام ابن تيمية بقوله: "والقوة في كلّ ولاية بحسبها، والقوة في إمارة الحرب ترجع إلى شجاعة القلب، وإلى الخبرة في الحروب والمخادعة فيها، فإنّ الحرب خدعة، وإلى القدرة على أنواع القتال، والقوة في الحكم بين الناس ترجع إلى العلم بالعدل الذي دلّ عليه الكتاب والسنة، وإلى القدرة على تنفيذ الأحكام، لذا فإنّ المفاهيم التي يمكن الاسترشاد بها في تحديد المنهج الذي ينبغي اتّباعه في كيفة الاختيار، تلخّص في الآتي:

1- تصنيف الوظيفة وتحديد مسؤوليّتها وواجباتها، كما أشار إليه ابن تيمية: "المهم في هذا الباب معرفة الأصلح؛ وذلك إنّما يتم بمعرفة مقصود الولاية - الوظيفة - ومعرفة طريق المقصود، فإذا عرفت المقاصد والوسائل، تمّ الأمر".

2- الالتزام بالسلوك الإسلامي الظاهري؛ يؤثّر في تحديد نوعيّة تصرّفات موظف الخدمة المدنية؛ لأنّه يعمل في خدمة مجتمع ملتزم بعقيدة الإسلام.²

¹ فؤاد عبدالله العمر، أخلاق العمل وسلوك العاملين في الخدمة العامة والرقابة عليها من منظور إسلامي؛ بحث رقم 25، السعودية - البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، ط1، 1419هـ - 1999.

² فؤاد عبدالله العمر، نفس المرجع السابق ص 2.

ثالثاً: إتقان العمل

من أخلاقيات العمل التي تأمر السلوك الإنساني بالانضباط داخل منظمات العمل، إتقان العمل الذي هو أعلى مراتب الجودة التي تسعى جميع الدول الآن إلى استشعار أهميتها في إنجاح أي نشاط، لقوله تعالى ﴿وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾¹

والإتقان من القيم الخلقية المهمة في مجال العمل والإنتاج إحسان العمل وإتقانه، ذلك أن الإسلام يحض على إتقان العمل وزيادة الإنتاج، ويعد ذلك أمانة ومسؤولية، فليس المطلوب في الإسلام مجرد القيام بالعمل، بل لا بد من الإحسان والإجادة فيه وأدائه بمهارة وإحكام؛ فذلك مدعاة لنيل محبة الله ومرضاته - سبحانه - يقول النبي - صلى الله عليه وسلم -: ((إِنَّ اللَّهَ يَحُبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتْقِنَهُ)).

ومن إتقان العمل: شعور العامل بالمسؤولية تجاه ما يوكل إليه من عمل، وحسن رعايته لعمله، وتطويره، والإسراع في إنجازه، وبذل الوسع والطاقة في اجتنب الوقوع في الأخطاء في أداء العمل وإنتاجه، وألا يفرق بين عمله في قطاع حكومي أو مؤسسة خاصة وعمله لخاصة نفسه، فهو مطالب بإتقان العمل وإجادته وإحسانه سواء كان له أو لغيره.

ومما يُعين على إتقان العمل:

- 1- أن يختار العمل الذي يُناسبه ويستطيع أدائه بكفاءة ومقدرة، فمن غير المناسب أن يختار عمالاً لم يؤهل له ولا يستطيع أدائه.
 - 2- أن يعرف العامل متطلبات العمل ومستلزماته؛ كي يتمكن من الوفاء بها على الوجه الأمثل.
- إن إتقان العمل وأدائه بصدق وإخلاص إنما يزيد من الإنتاج وينمي الاقتصاد، وهذا يعود بالنفع والفائدة على العامل نفسه، وعلى رب العمل، وعلى المجتمع كذلك².

رابعاً: الإخلاص

من لوازم الأمانة الإخلاص في العمل وعدم التهاون به؛ لأنه لا يمكن القيام بالعمل على أكمل وجه وأحسنه إلا إذا تحقق فيه الإخلاص من العامل نفسه؛ فالإخلاص هو الباعث الذي يحفز العامل على إتقان العمل، ويدفعه إلى إجادته، ويعينه على تحمّل المتاعب فيه، وبذل كثير من الجهد في إنجازه، وتوافر هذا الخلق الكريم في العامل من

¹التوبة، 105.

² فؤاد عبدالله العمر، نفس المرجع السابق ص3.

العوامل الرئيسة التي تتحول دون وقوع الخلل والانحراف عن الطريق الصحيح في أداء العمل، فهو بمثابة صمام الأمان ضدّ الفساد بكلّ صوره وأشكاله.

ومن معاني الإخلاص وصوره المتعددة وجودُ الرقابة الذاتية في العامل، ومبعث هذه الرقابة إحساسُ العامل واستشعاره بأنَّ الله - تعالى - يرى سلوكه وكلَّ تصرُّفاته في أداء عمله، وأنَّه سائله عنها ومُجازيه عليها يوم القيامة؛ يقول - تعالى -: ﴿وَكُلُّ إِنْسَانٍ أَلْزَمْنَاهُ طَائِرَهُ فِي عُنُقِهِ وَنُخْرِجُ لَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ كِتَابًا يَلْقَاهُ مَنْشُورًا﴾ * أَفَرَأَى كِتَابَكَ كَفَى بِنَفْسِكَ الْيَوْمَ عَلَيْكَ حَسِيبًا¹، ويقول: ﴿فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ﴾ * وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ² إنَّ صلاح النية وإخلاصها لله - تعالى - يرتفع بمنزلة العمل الديني البحت فيجعله عملاً صالحاً مُتَقَبَّلاً له الأجر العظيم عند الله - عزَّ وجلَّ - يقول النبي - صَلَّى الله عليه وسلَّم (ما من مسلمٍ يغرسُ غرساً أو يزرع زرعاً فيأكل منه طيرٌ أو إنسانٌ أو بهيمةٌ إلا كان له به صدقة.) فعلى العامل في مجال عمله أن يجعل كلَّ ما يكتبه وما يحسبه وما يكُدُّ فيه عقله ويتعب فيه يده - عملاً صالحاً يقصد به مصلحة البلاد والعباد، ورضا رب العباد؛ ليكون من عباد الله المخلصين الذين أثنى الله - تعالى - عليهم في محكم كتابه الكريم، وينبغي عليه ألا يجعل إخلاصه في عمله وجده فيه على قدر ما يتقاضاه من مرتَّب شهري، أو حوافز ماديَّة ومعنويَّة³.

خامساً: يقظة الضمير و استشعار المسؤولية

الأمر الذي يحث النفس على السير في الطريق القويم والإخلاص في أداء العمل والتفاني فيه، ويتضمن محاسبة النفس على كل صغيرة وكبيرة. لقوله تعالى ﴿يَعْلَمُ خَائِنَةَ الْأَعْيُنِ وَمَا تُخْفِي الصُّدُورُ﴾⁴ وكذلك استشعار حجم المسؤولية أمام الله والناس وأن يحرص على القيام بحق هذه المسؤولية العظيمة لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: "كلكم راع و كل راع مسؤول عن رعيته"⁵

سادساً: الصبر و التواضع

من الواضح أن حياة الإنسان على هذه الأرض مليئة بالمتاعب والمشقات، وهي تشبه رحلة في بحر متغير الأنواء مضطرب الأمواج، رحلة مخوفة بالمخاطر والمعاناة حتى يصل الإنسان إلى بر النجاة. أما التواضع فإن من أكبر

¹ الإسراء: 13 - 14.

² الزلزلة: 7 - 8.

³ فؤاد عبدالله العمر، نفس المرجع السابق.

⁴ سورة غافر 19.

⁵ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، علم الاجتماع الأخلاقي، كلية علم الاجتماع جامعة الإسكندرية دار النشر المكتب العربي الحديث الاسكندرية

2002، ص109.

ما يتبلي به الإنسان الرغبة في الظهور و نيل رضا الناس وإعجابهم وتقديرهم، وتلك الرغبة المدمرة تغري المرء بالنفاق لقوله تعالى ﴿سَاصْرِفْ عَنْ أَيْاتِي الَّذِينَ يَتَكَبَّرُونَ فِي الْأَرْضِ بِعِزِّ الْحَقِّ وَإِنْ يَرَوْا كُلَّ آيَةٍ لَا يُؤْمِنُوا بِهَا وَإِنْ يَرَوْا سَبِيلَ الرُّشْدِ لَا يَتَّخِذُوهُ سَبِيلًا وَإِنْ يَرَوْا سَبِيلَ الْغِيِّ يَتَّخِذُوهُ سَبِيلًا ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا وَكَانُوا عَنْهَا غَافِلِينَ﴾¹

سابعاً: الالتزام بأنظمة العمل

ومن الأخلاق الإسلامية الفاضلة التي يجب على العامل الحرص عليها والتحلي بها الالتزام بأنظمة العمل ولوائحه وقوانينه المحددة، فذلك مقوم من مقومات العمل، وعامل رئيس من عوامل النجاح فيه؛ ولذا كلما تمَّ الالتزام بهذه الأنظمة والقوانين انعكس أثر ذلك على الإنتاج في العمل وزيادته واستمراريته لصالح الفرد والجماعة. ويدخل ضمن الالتزام بأنظمة العمل أمور كثيرة، منها: الالتزام بأوقات العمل والمحافظة عليها، طاعة المسؤولين، فطاعة العامل التامة لرئيسه المباشر في أيِّ مجالٍ من مجالات العمل فيما يخدم العمل ويطوره ويُرِيدُ الإنتاج ويحسنه التعاون في الأداء، فالتعاون خلق رفيع دعا إليه الإسلام ورغب فيه؛ حيث يقول - عز وجل: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾²، ومن صور التعاون الذي حثَّ عليه الإسلام تعاون العاملين فيما بينهم في أداء العمل فيما يُحقِّقُ النفع والخير للعاملين، ويُفَعِّلُ أنظمة العمل وقوانينه، ويحقِّقُ الفائدة والتطوير لهذا العمل³.

المطلب الثاني: مفاهيم عامة حول الميزة التنافسية

الفرع الأول ماهية الميزة التنافسية

لقد أفرزت العولمة ظاهرة جديدة طالما كانت في طي النسيان، وهي القدرة أو الميزة التنافسية للمنظمات سواء على المستوى الكوني أو المحلي، التي أصبح ينظر إليها كهدف واستثمار وإستراتيجية في وقت واحد فوجودها يضمن للمنظمة البقاء والاستمرار، ولتحقيق بقائها يتطلب رؤية بعيدة المدى تتصف بالشمول والديناميكية وحشد الموارد اللازمة، كما تعتبر آلية من بين عدة آليات فاعلة لغزو الأسواق العالمية والمحلية⁴.

¹ سورة الإنسان، 146.

² سورة المائدة، 102.

³ حسين عبد الحميد أحمد رشوان، نفس المرجع السابق، ص 110.

⁴ عبدوس عبد العزيز، دور الميزة التنافسية في تحسين أداء المؤسسات، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2006، ص 34.

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية

الميزة التنافسية يعرفها (Porter) بأنها: النقطة التي تصل إليها المنظمة بمجرد اكتشافها لطرق جديدة أكثر فاعلية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، ويكون بمقدور المنظمة تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، أي بمعنى إحداث عملية إبداع بمفهومها الواسع¹. (Porter, 1994, 48)

كما يعرفها (السلمي) بأنها المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للزبائن تزيد عما يقدمه المنافسين، ويؤكد تميزها واختلافها عن المنافسين من وجهة نظر الزبائن الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز حيث يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تتفوق على ما يقدمه المنافسون الآخرون (السلمي، 2001: 104)

فيما يعرفها (Jean) بأنها الخصائص أو الصفات التي يتصف بها المنتج أو العلامة وتعطي للمنظمة بعض التفوق والسمو عن منافسيها المباشرين (Jean, 1993, 209)

ويعرفها (Oughton) بأنها القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالجودة العالية وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب (

ومن المفاهيم أعلاه، يتضح أن الميزة التنافسية تمثل نقطة اختلاف المنظمة وتميزها عن منافسيها، مما قد يؤهلها إلى تحقيق مزايا عديدة منها الحصول على الأرباح من خلال خفض الأسعار أو الحصول على حصة سوقية أكبر أو من خلال ديمومة عملية البيع للزبائن لمواصفات قد يؤمن بها الزبون كالأمان أو السمعة أو الشهرة وغيرها.²

ثانياً: الأنواع الرئيسية للميزة التنافسية هناك نوعين رئيسيين من المزايا التنافسية:

1- ميزة التكلفة الأقل : معناها قدرة المنظمة على تصميم، تصنيع وتسويق منتج بأقل تكلفة بالمقارنة مع المنظمات المنافسة، وبما يؤدي إلى تحقيق عوائد أكبر.

2- تمييز المنتج : معناه قدرة المنظمة على تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك.³

¹ علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة 2001، ص 104 .

² علي السلمي نفس المرجع السابق ص 105 .

³ نفس المرجع السابق ص 105 .

ثالثا: أهمية الميزة التنافسية

أصبحت الميزة التنافسية ذات أهمية متزايدة في عالم اليوم، ولم تعد الميزة التنافسية حاجة مقتضرة على المنظمات فقط بل وحتى للدول التي ترغب في تحسين أداء منظماتها واستدامتها، فالمنظمات التي تملك قدرات تنافسية عالية تكون قادرة على:

- 1- رفع المستوى المعيشي لأفراد دولتها، لأن مستوى معيشة أي دولة مرتبط بنجاح المنظمات العاملة فيها.
- 2- ضمان بقاء واستمرار نشاط المنظمات وتحسين أدائها من خلال استغلال أمثل لمجالات التنافس.
- 3- اختراق الأسواق الأجنبية بفعالية وجدارة وتحقيق التقدم.
- 4- إمكانية الحصول على حصة سوقية أفضل وأكبر قياسا بالمنافسين.

ولتحقيق قدرة تنافسية عالية لا بد من تبني الإستراتيجية المناسبة التي تعتمد على ترجمة الخيارات والخطط التي يتم تبنيها من قبل المنظمات إلى عمل فوري ومنتج، بالاستغلال الأمثل للموارد، وبالتالي من شأن المنظمات العاملة في قطاعات ذات قيمة مضافة عالية والتي تتمتع بكفاءة عالية أن تكون رائدة في المنافسة.

وتعرف الإستراتيجية التنافسية على أنها الإستراتيجية التي تهتم بخلق الميزة التنافسية للمنظمة ضمن إطار وقطاع الأعمال الذي تعمل فيه، وتشمل أربعة عوامل أساسية وهي: نقاط القوة والضعف للمنظمة، القيم الشخصية للمدراء، الفرص والتهديدات، التوقعات الاجتماعية، إذن يمكن القول أن أخلاقيات الأعمال قد تشكل إستراتيجية تنافسية بما أن هذه الأخيرة تعتمد على القيم الشخصية للمدراء والتوقعات الاجتماعية كأساس لها، لذا فإن قيام المنظمة باختيار إستراتيجية تنافسية معينة لا بد وأن يجعلها متأكدة من أن منتجاتها ترتبط بما يعرف بالاستقامة الأخلاقية.¹

رابعا: الاستراتيجيات التنافسية العامة

تتمثل الاستراتيجيات التنافسية العامة في ما يلي:

- 1- إستراتيجية القيادة في التكاليف: تستطيع المنظمة أن تحقق ميزة تنافسية إذا استطاعت أن تخفض من تكلفتها بحيث يمكنها بيع منتجاتها عند سعر أقل من منافسيها وتحقيق قدر كبير من الربح.
- 2- إستراتيجية التمييز: تركز هذه الإستراتيجية على سياسة مفادها أن المنظمة تنفرد في عرض أو تقديم منتج ما للزبائن ذو خصائص جيدة مقابل سعر زائد.

¹ نفس المرجع السابق، ص 107.

3- استراتيجية التركيز : تهدف إستراتيجية التركيز إلى بناء ميزة تنافسية من خلال إشباع حاجات خاصة لمجموعة معينة من المستهلكين أو لسوق جغرافي محدود أو التركيز على استخدامات معينة للمنتج. ويتاح للمنظمة امتلاك واحدة أو أكثر من المزايا التنافسية من مصادر متعددة منها داخلية: وتعتمد على تفوق المنظمة في التحكم في الكلف وتسيير المنتج والإدارة وبما يعطي للمنتج قيمة من وجهة نظر الزبائن . ومنها خارجية : وهي تعتمد على الصفات المميزة للمنتج من وجهة نظر الزبائن من خلال خفض كلف الاستعمال أو رفع كفاءة ذلك الاستعمال¹. (Jean, 1994).

ومن شأن تلك المصادر أن تسهم في تأكيد حقيقة قدرة المنظمة على البقاء من خلال قدرتها على تحقيق أهدافها ومنها تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم بتوفير منتجات مضمونة وسليمة لا تضر بالصحة (أبعاد أخلاقية)، وبذلك تزداد درجة تنافسية المنظمة تجارياً وبما يمكنها من تحديد وضعيتها في القطاعات السوقية مقارنةً بمنافسيها. كما يمكن أن تزداد تنافسية المنظمة تسييراً من خلال مصادر الميزة التنافسية وتتمثل بكفاءة مسيريتها وعلاقتهم بالمرؤوسين وبالمشاركين، ويقوم هذا النوع من التنافسية (التيسيرية) على القيم التي يحملها مديري المنظمات ويعملون على نشرها، والتي تتضمن الصفات والمعارف والتي ستسهم في ديمومة أعمال المنظمة وبقائها.² وفي هذا الصدد يؤكد (Pitts & Lei) على إمكانية المنظمات من خلال صياغة الأنواع المختلفة للاستراتيجيات التنافسية لغرض بناء المزايا التنافسية من خلال قيام المنظمة بتسليم الزبائن قيم فريدة ومنتجات مرغوبة . ومهما يكون الأمر، فإن قيام المنظمة باختيار استراتيجية تنافسية معينة لا بد وأن يجعلها متأكدة من أن منتجاتها ترتبط بما يعرف بالاستقامة الأخلاقية، عليه فإن الاستراتيجية التنافسية المتبناة من قبل المنظمة ستضمن تحقيق المعايير الأخلاقية المتمثلة في السعي الحثيث من قبل المنظمة لترجمة أخلاقياتها من خلال منتجاتها، ويتم ذلك عن طريق الآتي: (Pitts & Lei)³

- تحقيق حاجات الزبائن المستحقة (التي يستحقونها)
- تجهيز الزبائن بمنتجات مأمونة
- تزويد الزبائن بمعلومات وفيرة وصحيحة وصادقة حول منتجاتها المعروضة أو المطروحة

¹ بيل مرسى خليل، مرجع سابق، ص 84

² محسن أحمد الخضيرى، اقتصاد ما بعد الحداثة وحداثة ما بعد الاقتصاد، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2006، ص 128

³ نفس المرجع السابق، ص 129.

خامسا: خصائص الميزة التنافسية¹

من أهم خصائص الميزة التنافسية ما يلي:

1. أن تكون مستمرة و مستدامة بمعنى أن تحقق المؤسسة سبق على المدى الطويل و ليس على المدى القصير فقط.
2. إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة و هذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق.
3. أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة و قدرات و موارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى.
4. أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة و يسر وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية أو تطور موارد و قدرات و جدارات المؤسسة من جهة أخرى .
5. أن يتناسب إستخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف و النتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في المدين القصير و البعيد.

سادسا: مصادر الميزة التنافسية²

تتعدد مصادر الميزة التنافسية للمؤسسة، و نذكر منها ما يلي:

1. الإبداع :إن الانحدار المتزايد في عدد المؤسسات، و الذي صاحبه انفجار تنافسي على المستوى الوطني و العالمي أدى إلى تصاعد اهتمام المؤسسات بالإبداع و التركيز عليه إلى درجة اعتباره الحد الأدنى من الأسبقيات التنافسية إلى جانب التكلفة و الجودة، و أصبحت القدرة على الإبداع مصدرا متجددا للميزة التنافسية مثال: شركة(British Airway)الذي استخدمت درجة رابعة في الطائرة أسمتها" المسافر العالمي الجديد".
2. الزمن :

- يعتبر الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو في إدارة الخدمات ميزة تنافسية أكثر أهمية مما كان عليه في السابق، فالوصول إلى الزبون أسرع من المنافسين يمثل ميزة تنافسية، و هنا نشير إلى أهمية الزمن في تحقيق ميزة تنافسية كالتالي:
- تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق من خلال اختصار دورة حياة المنتج.
 - تخفيض زمن دورة التصنيع للمنتجات.
 - تخفيض زمن الدورة للزبون (الفترة الفاصلة بين طلب المنتج و التسليم.

1د. طاهر محمد محسن المغالي، الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر، الطبعة 2، سنة 2009 ، الأردن، ص 309.

²نفس المرجع السابق.

- الالتزام بجداول الجودة لتسليم المكونات الداخلة في عملية التصنيع.

3. **المعرفة:** إذا كانت المعرفة هي حصيلة أو رصيد خبرة و معلومات و تجارب و دراسات فرد مجموعة من الأفراد في وقت محدد، فإننا نعيش حتما حالة " انفجار المعرفة " حيث أصبحت هذه الأخيرة المورد الأكثر الأهمية في خلق الميزة التنافسية، و منه فإن المؤسسات الناجحة هي التي تخلق بشكل مسبق المعرفة الجديدة و تجسدها من خلال تكنولوجيا و أساليب و سلع و خدمات جديدة.

الأبعاد الأخلاقية التنافسية للمنظمة

1- الحاجات المُستحقة: تواجه منظمات الأعمال المريحة صعوبة تسويق أرباحها في إطار الأسس الأخلاقية

وربما يحكم أغلب المدراء على أعمالهم بأنها تتضمن أعمالاً غير مشروعة ومراهنات غير قانونية وغير مشروعة، وأمور زائفة متعمدة، وحالات الإهمال وغيرها، في حين قد يصف بعض المدراء أعمالهم بأنها نتيجة منطقية لمقدار الجدارة أو الاستحقاق أو الكفاءة الذي تتمتع به المنظمة، وبسبب هذه الاختلافات تصبح الإدارة غير قادرة على التمييز الدقيق فيما بين حاجات الزبائن التي تمّ إشباعها بشكلٍ أخلاقي، وتلك التي حدث فشل في تحقيقها بشكلٍ أخلاقي، وهنا لا بد أن تستثير الإدارة حالة إرضاء الضمير الجماعي لغرض تحقيق المعاملة العادلة للزبائن وإشباع حاجاتهم المستحقة لتكون في مصاف المنظمات المتنافسة أخلاقياً.¹

2- المنتجات الآمنة: وتمثل الالتزام الأساس لكل المنظمات في تجهيز الزبائن بمنتجات آمنة، إذ أن المنظمات

التي تفشل في تحقيق هذا البعد ستواجه عادةً بسلسلة من النتائج السلبية المتابعة، ومثال ذلك المنظمات العاملة في الصناعات الدوائية. المعلومات الوفيرة إذ يترتب على المنظمات التزام مهم يتمثل في تزويد الزبائن بمعلومات وفيرة حول منتجاتها، ويكون هذا الشرط مضموناً بشكلٍ قانوني في بعض الصناعات، لا سيما في المنظمات المصنعة للأغذية المعلبة والتي يفرض القانون عليها توفير قائمة مطولة من المعلومات على الغلاف لتكون بمثابة دليل تعريف للزبون، عليه فإن الالتزام بإعلام أو إخبار الزبائن بالمنتجات ليست نقطة النهاية في مضمون المتطلبات أو الشروط القانونية، إذ عندما يجهل المستهلك بأن هذا المنتج يمكن أن يعرضه للأذى المحتمل، عليه يتوجب على المنظمة تنفيذ المتطلبات القانونية وتعمل إلى أبعد من ذلك، إذ إن الفشل في إعلام أو إخبار المستهلك بشكلٍ تام يمكن أن يقود إلى تحقيق واحدة من الزلات الأخلاقية التي يمكن أن تقود إلى تحقيق الأذى بسمعة المنظمة ويحملها نفقات عالية.²

¹ مسان كرومية، المسؤولية الاجتماعية ميزة استراتيجية، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2010، ص 106.

² نفس المرجع السابق، ص 107.

وبموجب ما تقدم، يتوجب على المنظمات في الميدان التنافسي أن تقوم ببناء استراتيجياتها التنافسية في إطار الأبعاد والمعايير الأخلاقية لتضمن البقاء في هذا الميدان، ومن ثمّ فإنّ تحقيق المزايا التنافسية لا بد وأن يستند ضمن ما يستند إليه على الأبعاد والمعايير الأخلاقية.¹

¹ عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة الاستراتيجية، إدارة جديدة في عالم متغير، دار المسيرة عمان، 2007، ص 228.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية حول الدراسة

في هذا المبحث سيتم التطرق الى بعض ما توصل اليه باحثين سابقين في مجال دراستنا وله علاقة بها ولقد ارتأينا تقسيم هذا المبحث الى مطلبين على اعتبار أن هذا التقسيم سيبرز لنا أهمية القيم الدينية في بيئتين مختلفتين كما أنه إعتدنا هذا التقسيم كون أن الإهتمام بهذا الموضوع بدأ يلقي إهتماما في بيئتنا العربية على عكس الدراسات الغربية التي تعمقت في الموضوع منذ مطلع القرن العشرين وعليه سيكون تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين :

المطلب الأول: دراسات عربية

المطلب الثاني: دراسات أجنبية

المطلب الأول : دراسات سابقة عربية

أولاً: دور القيم الأخلاقية في خدمة السياحة¹

1. الهدف من الدراسة : التعرف على دور العوامل الخارجية في القيم الاخلاقية وانعكاس الالتزام بها من قبل المنتج السياحي في عميات انتاج الخدمة السياحية و التعرف على دور القيم الاخلاقية للمنتج السياحي في عمليات انتاج الخدمة السياحية .

2. الاشكالية و الفرضيات:

أ- هناك علاقة بين المتغيرات (الاجتماعية والاقتصادية والشخصية والدينية والثقافية والسياسية) للقيم الاخلاقية الخاصة بالمنتج السياحي و خصائص الخدمة السياحية.

ب- لا توجد علاقة بين المتغيرات (الاجتماعية والاقتصادية والشخصية والدينية والثقافية والسياسية) للقيم الاخلاقية الخاصة بالمنتج السياحي و خصائص الخدمة السياحية.

3. الطريقة والأدوات: حقل الدراسة الذي يبحث فيه موضوع الدراسة والمتمثل بالفنادق والشركات السياحية في مدينة بغداد في الفترة مابين 2014/5/21 الى 2014/7/21 مستعملا التقنية الاحصائية spss لتحليل البيانات وتفسير النتائج

4. نتائج الدراسة :تشكل القيم الاخلاقية المحددات المهمة لسموك المنتج السياحي في تفاعله مع المجتمع السياحي وتكون بمثابة معايير مهمة لتحقيق من مدى التزامه بالعادات والتقاليد والثقافة والاعراف المهنية بأهمية قيم المصداقية والعدالة والنزاهة والامانة والنظافة وغيرها في التفاعل والتبادل الاجتماعي في عمليات تقديم الخدمة السياحية بصورة مثالية. كما تعد القيم الدينية جزء من النشاط التسويقي للمؤسسة السياحية فان الالتزام بالبرنامج التسويقي الذي يعتمد على القيم الاخلاقية يمكن ان يساهم في انتاج خدمات سياحية متميزة يمكن ان تبرز فيها خصائص الخدمة السياحية, ويكون التميز هنا اداة او طريقة لبناء العلاقة مع الزبائن والمنافسين والشركاء والمساهمين والموردين وغيرهم فضلا عن تحسين مستوى الخدمة عمى وفق المعايير وابعاد الجودة.

¹ خليل ابراهيم المشهداني وسالم حميد سالم, دور القيم الأخلاقية في خدمة السياحة, مجلة العلوم الاسلامية والادارية, المجلد 5, العدد 75, جامعة بغداد, ص107.

ثانيا: القيم الأخلاقية وأثرها في تحقيق الرضا الوظيفي¹

1. الهدف من الدراسة : التعرف على مستوى القيم الاخلاقية السائدة و على مستوى الرضا الوظيفي لدى العاملين في المنظمة المبحوثة. وتحديد اي نوع من انواع القيم الاخلاقية الأكثر اسهاما "في تعزيز وتنمية الرضا الوظيفي لدى عينة البحث.

2. الاشكالية و الفرضيات: ما مدى توافر القيم الاخلاقية لدى المنظمة المبحوثة ؟

أ- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين النزاهة والرضا الوظيفي.

ب- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الالتزام والرضا الوظيفي.

3. الطريقة والأدوات: حقل الدراسة الذي يبحث فيه موضوع الدراسة والمتمثل بالمكتبة المركزية في مدينة بغداد في الفترة ما بين 2013/5/1 الى 2013/8/15 مستعملا التقنية الاحصائية spss لتحليل البيانات وتفسير النتائج.

4. نتائج الدراسة : أن المنظمات التي تهتم بترسيخ القيم الاخلاقية لدى العاملين تستطيع أن تحقق الرضا الوظيفي وذلك لامتلاكها مقومات اساسية تكون بمثابة الداعم في توجيه نشاطات عمل المنظمة باتجاه تحقيق حالة الرضا. كما أن اخلاقيات الادارة تتشكل من مجموعة من المصادر التي تتأثر فيما بينها وتؤثر في اخلاقيات الافراد, كما تبين ارتفاع مستوى القيم الاخلاقية لدى العاملين في المكتبة المركزية لجامعة بغداد الا ان هذا الارتفاع يختلف من متغير الى آخر أذ حقق بعد الالتزام أعلى مستوى من بين المتغيرات وهذا يعود لكونه متغيرا "مهما" تعول عليه العينة المبحوثة في تحديد القيم الاخلاقية من خلال ممارسة فعلية والتمسك بأكبر تطبيق الانظمة والقوانين السائدة.

ثالثا: دور القيم الدينية في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة²

1- الهدف من الدراسة : تحديد دور القيم الدينية في تجسيد المسؤولية في المؤسسات الجزائرية, وتقديم إطار مفاهيمي للمسؤولية الاجتماعية وأبعادها وطرق قياسها وفق المصادر العلمية المتوفرة.

2- الاشكالية و الفرضيات: ما مدى تأثير القيم الدينية في تجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؟

أ- تتسم المؤسسات الجزائرية بمنسوب مرتفعة من احترام للقيم الدينية.

¹ خالدية مصطفى عطا وباسل محمد حسن العزاوي, دور القيم الأخلاقية في تحقيق الرضا الوظيفي, مجلة دنانير, العدد 5, جامعة بغداد, ص 105.

² محمد لطرش, دور القيم الدينية في تجسيد المسؤولية الاجتماعية, مداخلة في المؤتمر الدولي الثالث عشر حول: دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم استراتيجية التنمية المستدامة جامعة الشلف نوفمبر 2016.

ب- مساهمات المؤسسات الجزائرية في المسؤولية الاجتماعية ضعيفة وأقل من المستوى، التركيز على جانب المسؤولية الاقتصادية.

3- **الطريقة والأدوات:** حقل الدراسة الذي يبحث فيه موضوع الدراسة والمتمثل لدراسة ب 84 مؤسسة تنشط في ولاية باتنة في الفترة ما بين 2013/5/1 الى 2013/8/15 مستعملا التقنية الاحصائية spss لتحليل البيانات وتفسير النتائج.

نتائج الدراسة :

عدم تأثير القيم الاسلامية في تبني المسؤولية الاجتماعية وهذا للتناقض الذي يعيشه المسلم بين معتقده وحياته العملية وفصل جانب الأعمال بنسبة كبيرة عن روحانياته وهذا للتناقض الذي يعيشه المسلم بين معتقده وحياته العملية .وفصل جانب الأعمال بنسبة كبيرة عن روحانياته، وعدم تأثير القيم الدينية في شخصيات القادة وملاك المؤسسات.

رابعا: أخلاقيات الأعمال كميزة تنافسية لمنظمات الأعمال¹

1. **الهدف من الدراسة :** تسليط الضوء على مفهوم أخلاقيات الأعمال بإعتبارها من المفاهيم الجديدة في إدارة الأعمال وربط الميزة التنافسية للمنظمة بالالتزام الاخلاقي لها .

2. **الاشكالية و الفرضيات:** هل تعتبر اخلاقيات الأعمال ميزة تنافسية لمنظمات الاعمال ؟

3. **الطريقة والأدوات:** حقل الدراسة الذي يبحث فيه موضوع الدراسة والمتمثل في مؤسسة المطاحن الكبرى للظهرة مستغانم مستعملا التقنية الاحصائية spss لتحليل البيانات وتفسير النتائج.

4. نتائج الدراسة :

إن الجانب الأخلاقي للأعمال ليس فقط صورة لإيضاح ما هو صحيح أو خاطئ من الناحية الأخلاقية ولكنه أيضا وسيلة للتسيير الجيد للمنظمة، فالالتزام الأخلاقي ينتج عنه أثار ربحية في الجانب الاقتصادي؛ يؤدي بالمنظمة إلى تحقيق التميز والبقاء في السوق، كما أنه لا توجد خطوات معينة أو طريقة عمل توضح كيف يمكن للمنظمة أن تكون ملتزمة أخلاقيا، فالمنظمة الأخلاقية هي التي تركز على ضمان الأبعاد والمبادئ الأخلاقية في مختلف جوانب بناءها.

¹ ثابت العشعاشي وبن تامة فاطمة الزهرة، أخلاقيات الأعمال كميزة تنافسية لمنظمات الأعمال دراسة حالة المطاحن الكبرى بمستغانم، مجلة الإستراتيجية والتنمية، جامعة مستغانم، المجلد 2، العدد 3، 2014، ص 41-59 .

تحقق أخلاقيات الأعمال أهداف المنظمة وأهمها زيادة الأرباح، والسمعة الجيدة في الأوساط الصناعية والتجارية ومنه الحصول على ميزة تنافسية إستراتيجية في السوق المحلية وسهولة نفاذها إلى الأسواق الخارجية مما يؤدي إلى تحقيق رضا العملاء وكسب ولاءهم.

المطلب الثاني: دراسات سابقة أجنبية

أولاً: أخلاقيات العمل الإسلامي¹

1. الاشكالية و الفرضيات: ما مدى تأثير أخلاقيات العمل الإسلامي على الدافع الجوهرى، الرضا الوظيفي

والالتزام التنظيمي والأداء الوظيفي؟

- أ- يرتبط (IWE) بشكل كبير وإيجابي بالدوافع الذاتية.
- ب- الدافع الجوهرى يرتبط بشكل كبير وإيجابي بالرضا الوظيفي.
- ج- الدافع الداخلى يرتبط بشكل كبير وإيجابي بالالتزام التنظيمي.
- د- الدافع الداخلى يرتبط بشكل كبير وإيجابي بأداء الوظيفة.
- هـ- يرتبط (IWE) بشكل كبير وإيجابي بالرضا الوظيفي.
- و- يرتبط الرضا الوظيفي بشكل كبير وإيجابي بالالتزام التنظيمي.
- ز- يرتبط الرضا الوظيفي بشكل كبي وإيجابي بالأداء الوظيفي.

2. الطريقة والأدوات: تاريخ الدراسة 2012م بنك لامبورج الإسلامي بأندونيسيا وقد استعملت طريق

SPSS في دراسة العينة التي تكونت من 149 موظف من البنك الإسلامي لامبورج

3. نتائج الدراسة :

- حصلت هذه الدراسة على دليل أن (IWE) تؤثر بشكل مباشر على الدوافع الذاتية وكذلك الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي.
- هناك علاقة بين (IWE) والالتزام التنظيمي والرضا الوظيفي.
- كذلك مما نستنتج أن الدراسة كانت في بنك إسلامي وجميع الموظفين (أفراد العينة مسلمين) مما يقيد التعميم على غير المسلمين، حيث كانت استجابة للأفراد وكذلك من دون التعميم على البنوك التقليدية.

¹ محمد سعد زفار أخلاقيات العمل الإسلامي دور الحاجز الجوهرى- دراسة ميدانية: في البنك الإسلامي "لاميونج بأندونيسيا" مجلة الأخلاق الإسلامية المكتبة الأكاديمية جامعة ماليزيا 2001, ص 142.

- كذلك يجب استخدام عينة أكبر من الـ 149 موظف بالبنك الإسلامي ودراسات مستقبلية من أجل المقارنة والنظر في وجهات نظر غير المسلمين.

الاقتصادي؛ يؤدي بالمنظمة إلى تحقيق التميز والبقاء في السوق، كما أنه لا توجد خطوات معينة أو طريقة عمل توضح كيف يمكن للمنظمة أن تكون ملتزمة أخلاقياً، فالمنظمة الأخلاقية هي التي تركز على ضمان الأبعاد والمبادئ الأخلاقية في مختلف جوانب بناءها.

- تحقق أخلاقيات الأعمال أهداف المنظمة وأهمها زيادة الأرباح، والسمعة الجيدة في الأوساط الصناعية والتجارية ومنه الحصول على ميزة تنافسية إستراتيجية في السوق المحلية وسهولة نفاذها إلى الأسواق الخارجية مما يؤدي إلى تحقيق رضا العملاء وكسب ولاءهم.

ثانياً: أثر أخلاقيات العمل الإسلامي على المواطنة التنظيمية وسلوكيات مشاركة المعرفة.
دراسة ميدانية: في جامعة باكستان¹.

1. الاشكالية : ما هو تأثير أخلاقيات العمل الإسلامي على المواطنة التنظيمية وسلوكيات مشاركة المعرفة.

2. الفرضيات:

أ- أخلاقيات العمل الإسلامي ستكون إيجابية المتعلقة بسلوكيات المواطنة التنظيمية.

ب- أخلاقيات العمل الإسلامي ستكون إيجابية المتعلقة بسلوكيات تبادل المعرفة.

3. الطريقة والأدوات: تم جمع البيانات من خلال إدارة الموقع من خلال استطلاعات للرأي في ست جامعات،

كما زودهم والاستجابة كانت سرية والاستبيان باللغة الإنجليزية كما شملت العينة 300 لكن هناك 85 غير كاملة فبقيت 215 أجريت دراسة استقصائية عليها.

4. الإطار الزمني: 2011

5. نتائج الدراسة :

أشارت الدراسة إلى وجود تأثير (IWE) على سلوكيات المواطنة التنظيمية أي كلما ارتفعت الأخلاق تزداد

المواطنة، وأشارت النتائج إلى إيجابية تأثير (IWE) على سلوكيات مشاركة المعرفة.

¹ غلام مرتضى وآخرون، أثر أخلاقيات العمل الإسلامي على المواطنة التنظيمية وسلوكيات مشاركة المعرفة، مجلة أخلاقيات الأعمال، سبتمبر 2014، ص 155-178.

ثالثاً: أخلاقيات العمل الإسلامي وظهورها لدى مدبرو الشركات الصغيرة والمتوسطة التركية¹.

1. الإشكالية: تأثير المعتقدات الدينية على المواقف المتعلقة بعمل الشركات التركية الصغيرة والمتوسطة لدى المديرين.

2. الفرضيات:

أ- تأثير القيم الدينية على المشاريع التركية.

ب- تأثير الأصول العرقية على المشاريع التركية بغض النظر على القيم الدينية.

3. الطريقة والأدوات: دراسة ميدانية مع 32 رجل أعمال تركي استمرت لأكثر من 50 دقيقة للفرد سنة 1999م وذلك من خلال المقابلة حين استمرت للشخص الواحد ما بين 50 و 56 دقيقة.

4. نتائج الدراسة:

أ- من خلال المقابلة وجود ظهور طبقة جديدة تجارية.

ب- كما أن هناك تأثير بعض القيم الدينية على بعض أعمال الاقتصادية والتجارية.

ج- تأثير العرقية على الأعمال الاقتصادية والتجارية بغض النظر على المعتقدات الدينية.

رابعاً: دراسة العلاقة بين أخلاق العمل الإسلامي والابتكار².

1. الإشكالية: أخلاقيات العمل الإسلامية (IWE) وتأثيرها على القدرة على الابتكار في القطاع العام.

2. الفرضيات:

أ- توجد علاقة بين الأخلاقيات الأعمال والابتكار في مؤسسات القطاع العام الماليزي.

ب- أخلاقيات العمل تؤدي إلى ارتفاع مستوى تبني الإبداع في مؤسسات القطاع العام الماليزي.

3. الطريقة والأدوات: دراسة تجريبية أجريت لدى 472 موظف لدى القطاع العام الماليزي.

4. الإطار الزمني: ديسمبر 2008

¹ سلحوق البيوغور، أخلاقيات العمل الإسلامي وظهورها لدى مدبرو الشركات الصغيرة والمتوسطة التركية، مجلة أخلاقيات الأعمال، أكتوبر (2010) ص 211-225.

² ناريش كومار ورودوان تشي روز، ورقة بحثية دراسة العلاقة بين أخلاق العمل الإسلامي والابتكار، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة بوترا ماليزيا 2009.

5. نتائج الدراسة: تشير النتائج التجريبية إلى أن IWE مهياة بدرجة عالية في القطاع العام بالإضافة إلى ذلك، أعلن المجهيون بشكل جماعي أن قوة الابتكار في الجمهور الماليزي في القطاع العام يتصاعد. وأحد أسباب النجاح في استيعاب IWE في سياق القطاع العام الماليزي هو أن كل من الموظفين المسلمين وغير المسلمين على دراية ووعي من دينية مطالب لإقامة العدل والتعامل العادل في مكان العمل.

• التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال الدراسات السابقة يتبين لنا أن هناك تشابه بين دراستنا والدراسات السابقة خاصة الأجنبية منها لكن ما يميز دراستنا الحالية أنها تطرقت الى أبعاد القيم الإسلامية بشيء من التفصيل أما مقارنة بالدراسات العربية فإن دراستنا تميزت بإسقاط مفهوم القيم الدينية ومدى تأثيره على الميزة التنافسية على عكس الدراسات الأخرى التي عادة ما تربطها بالمسؤولية الإجتماعية أو بعض الأبعاد الأخرى كما تميزت دراستنا بإسقاط هذه المفاهيم على القطاع الإنتاجي الجزائري وأخذ مؤسسة الورود للروائح والعطور كنموذج للدراسة .

خلاصة الفصل :

تركز المنظمات المعاصرة على الأهداف والبادئ والقيم والأخلاقيات في تطوير أداء الأفراد العاملين، الذين أصبحوا الآن أفضل مورد من موارد المنظمة ويمثلون رأس مال فكري (معرفي)، يتم التركيز عليهم وبناءهم بناءاً روحياً وفكرياً من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات والقدرات والسلوك في إطار ثقافة المنظمة، والذي فيه أصبح توجه المنظمات والمدراء نحو أخلاقيات العمل من خلال السلوك الفردي والسلوك الخاص بالمنظمة، وهذا يتطلب منها مواكبة التغيير الذي يحصل في البيئة الخارجية.

وقد أثار مفهوم القيم الدينية ومدى تطبيقه في المؤسسات بأنواعها جدلاً كبيراً بين الباحثين سواء في الغرب أو حتى عند المسلمين فتناولوا الموضوع من زوايا مختلفة فمنهم من تطرق إلى أخلاقيات العمل الإسلامي وتأثيراتها على المؤسسة داخلياً كربطها بالرضا الوظيفي أو الابتكار وهناك من ذهب لربطها بالمحيط الخارجي كالمسؤولية الاجتماعية مثلاً .

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد تطرقنا في الجزء النظري للدراسة إلى الإطار المفاهيمي للقيم الدينية والميزة التنافسية سنحاول في هذا الفصل إسقاط الدراسة النظرية على عينة الدراسة (مجمع الورود) قصد معرفة وقياس أثر القيم الدينية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية . وذلك من عرض الطريقة والأدوات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات قصد الوصول إلى النتائج ومناقشتها.

وستتطرق في هذا الفصل الى المبحثين التاليين :

المبحث الأول :طريقة وأدوات الدراسة.

المبحث الثاني :عرض النتائج ومناقشتها.

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة

في هذا المبحث سيتم استعراض الطريقة المعتمدة والأدوات المستعملة في الدراسة التطبيقية، حيث يتوقف نجاح إنجاز الدراسة الميدانية على تحديد طريقة توزيع البيانات المتعلقة بموضوع البحث، إضافة إلى تحديد مختلف الأدوات الإحصائية المستخدمة لتحليل هذه البيانات.

المطلب الأول : طريقة الدراسة

يعتمد تحديد طريقة الدراسة على جمع البيانات لمعرفة مجتمع الدراسة ومتغيراتها وكيفية قياسها، و التأكد من صحة وثبات أداة البحث.

الفرع الأول:مجتمع الدراسة و العينة:

أولاً: مجتمع الدراسة : لقد وقع اختيارنا لمجتمع الدراسة على مؤسسة مجمع الورود كونه مؤسسة إقتصادية إنتاجية تعمل على تطوير ميزتها التنافسية.

ثانياً: عينة الدراسة : تم توزيع (42) من الاستبيانات على كافة العاملين في هذه المؤسسة وبطريقة المسح الشامل، تم استرداد (40) استبان من إجمالي عدد الاستبيانات المرسله، حيث من خلال فرز الاستبيانات تم استبعاد 04 منها لعدم اكتمال تعبئتها، وبذلك استقرت العينة على (36) منهم 28 عامل إداري و 08 رؤساء ورشات إنتاج في المؤسسة المعنية التي خضعت للتحليل وبنسبة (85.7%) من المجتمع الكلي.

الجدول رقم (1)العينة المستهدفة

عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المسترجعة	عدد الاستمارات الملغاة	عدد الاستمارات القابلة للتحليل
42	40	04	36

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الاستبيان.

الفرع الثاني: تحديد متغيرات الدراسة وكيفية قياسها :

أولاً: تحديد متغيرات الدراسة :تمثلت متغيرات الدراسة في المتغير المستقل والمتغير التابع

1. المتغير المستقل : هو المتغير الذي يؤثر في باقي المتغيرات ويتمثل في دراستنا هذه في القيم الدينية

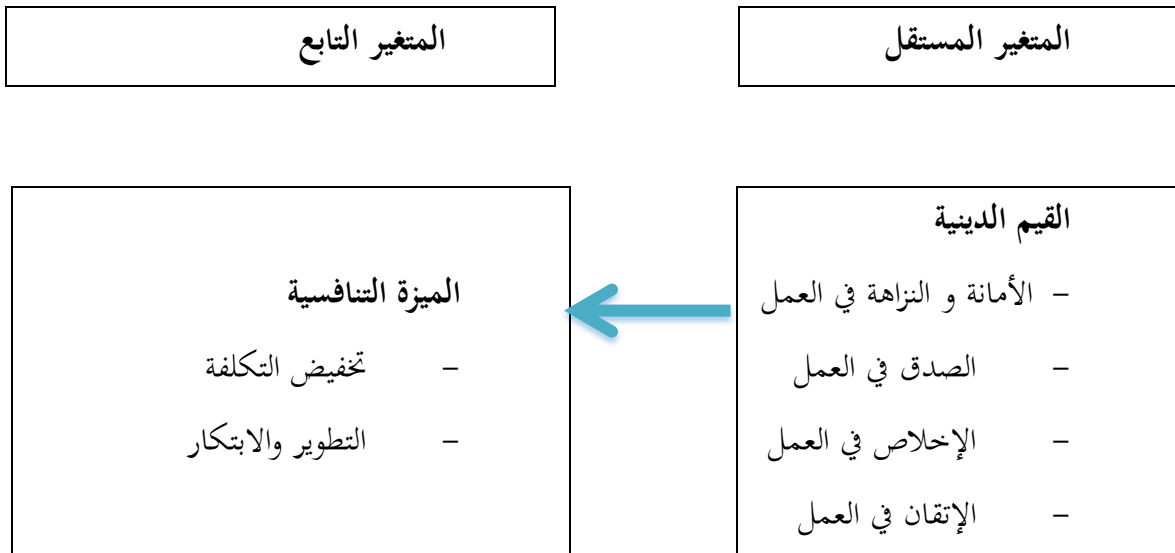
ويتكون من الأبعاد (الأمانة والنزاهة ,الصدق ,الإخلاص, الإتيقان.)

2. المتغير التابع : هو المتغير الذي يتأثر بالمتغير المستقل ولا يؤثر فيه ويتمثل في دراستنا هذه في الميزة

التنافسية (تخفيض التكلفة, التجديد والإبتكار).

والشكل التالي يتعلق بنموذج الدراسة الذي يوضح طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

الشكل رقم (01) نموذج الدراسة يوضح طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع



المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الدراسات السابقة.

ثانيا: كيفية قياس متغيرات الدراسة

تم الاعتماد على مقياس ليكارت الثلاثي كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (2) مقياس ليكارت الثلاثي ومعايير اتجاه العينة المستهدفة

التصنيف	موافق	محايد	غير موافق
الوزن النسبي	3	2	1
	من 2.34 الى 3	من 1.67 الى 2.33	من 1 الى 1.66

المصدر : من إعداد الطلبة بناءا على الإستبيان

ثالثا: طريقة جمع البيانات : تم الاعتماد في جمع البيانات اللازمة للبحث على نوعين من المصادر هما:

1.المصادر الثانوية : وتتمثل في كل ما يتوفر من كتب متعلقة بالموضوع وكذلك بحوث ومقالات و دراسات.

2.المصادر الأولية : وتتمثل في تصميم استبيان كأداة لجمع البيانات الأولية المتعلقة بمجتمع البحث وتطبيقها على عينة ممثلة له.

والجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بأبعاد القيم الدينية.

الجدول رقم(3) توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بأبعاد القيم الدينية

القيم الدينية	العبارات
الأمانة و النزاهة	من 1 إلى 4
الصدق	من 5 إلى 8
الإخلاص	من 9 إلى 12
الإتقان	من 13 إلى 16

المصدر : من إعداد الطلبة بناءا على الإستبيان

الجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالميزة التنافسية.

الجدول رقم (4) توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالميزة التنافسية

الميزة التنافسية	العبارات
تخفيض التكلفة	من 17 إلى 20
التجديد والابتكار	من 21 إلى 24

المصدر : من إعداد الطلبة بناءا على الإستبيان

رابعاً: صدق وثبات أداة البحث

1. صدق التحكيم: تم التأكد من الصدق الظاهري للمقياس من خلال عرض أداة البحث على مجموعة من المحكمين والخبراء من ذوي التخصص وذلك لبيان ملاحظاتهم وآرائهم على عبارات الاستبيان ومدى وضوحها وإلمامها لمغيرات البحث، وقد تم الأخذ بآرائهم ونصائحهم.
2. ثانياً: صدق الثبات : تم قياس مدى صدق ثبات أداة البحث باستخدام معامل الثبات Alpha - Cronbach. للتأكد من مدى التناسق الداخلي لهذه العبارات.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

قصد القيام بتحليل الإحصائي للبيانات المتعلقة بموضوع البحث استخدمنا عدة أدوات إحصائية، وكذلك عدة برامج إحصائية.

أولاً: الأدوات الإحصائية المستخدمة:

1. الإحصاءات الوصفية المستخدمة :

- التكرارات : لتحديد عدد المستقصين من موظفي وعمال المؤسسة.
- النسب المئوية : لتحديد نسب المستقصين من موظفي وعمال المؤسسة.

- المتوسط الحسابي: يعتبر المؤشر الأكثر أهمية لقياس المواضع المركزية، ويستخدم بكثرة في الاستبيانات والدراسات والحسابات¹.
- الانحراف المعياري: يعتبر من أهم مقاييس التشتت لأنه يمكننا من التعرف على مدى تشتت العبارات وله فائدة قصوى في التحليلات الإحصائية.
- 2. الاختبارات الاستدلالية المستخدمة:
 - ألفا كرونباخ: وذلك للتأكد من الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان.
 - معامل الارتباط (بيرسون): هو مقياس للعلاقة الثنائية الخطية بين متغيرين.
 - اختبار t: هو أحد أهم الاختبارات الإحصائية وأكثرها استخداماً في الدراسات التي إلى الكشف عن الدلالة الفروقية الإحصائية بين متوسطي عينتين.
 - اختبار Levene's Test: هو اختبار يستخدم للتأكد من التجانس بين المتغيرات أي الانحرافات المعيارية للمجموعات المسحوب منها العينات تكون متساوية
- ثانياً: البرمجيات الإحصائية المستخدمة وتتمثل فيما يلي:
 - برنامج IBM SPSS Statistics 24: وهو برنامج يعد أحد أهم وأشهر الحزم الإحصائية الجاهزة في مجال المعالجة الإحصائية للبيانات².
 - برنامج MINITAB 11: هو أحد أشهر الحزم الإحصائية الجاهزة التي تستخدم في أدوات العرض والتحليل الإحصائي للبيانات، وهو يعد من البرامج المنافسة لبرنامج SPSS³.

¹ أسامة ربيع أمن سليمان، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss، الجزء الأول، الطبعة الثانية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة 2007، ص 192.

² نفس المرجع السابق، ص 193.

³ نفس المرجع السابق، نفس صفحة.

المبحث الثاني : عرض النتائج ومناقشتها

سنقوم في هذا البحث بعرض النتائج المتوصل إليها والتي تحصلنا عليها من خلال الأدوات الإحصائية المستخدمة

في تحليل البيانات، كما سنقوم بمناقشة هذه النتائج على ضوء فرضيات الدراسة.

المطلب الأول : عرض النتائج

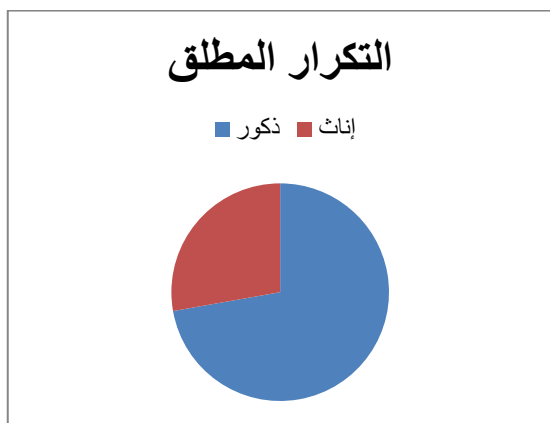
سنستطرق في هذا المطلب الى عرض النتائج من خلال عرض نتائج التغيرات الديمغرافية والخصائص السيكومترية

للعينة المدروسة، إضافة إلى عرض نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

الفرع الأول : المتغيرات الديمغرافية:

أولاً: توزيع العينة حسب الجنس:

الجدول رقم (5): توزيع العينة حسب الجنس الشكل رقم (2) دائرة نسبوية توضح توزيع العينة حسب الجنس



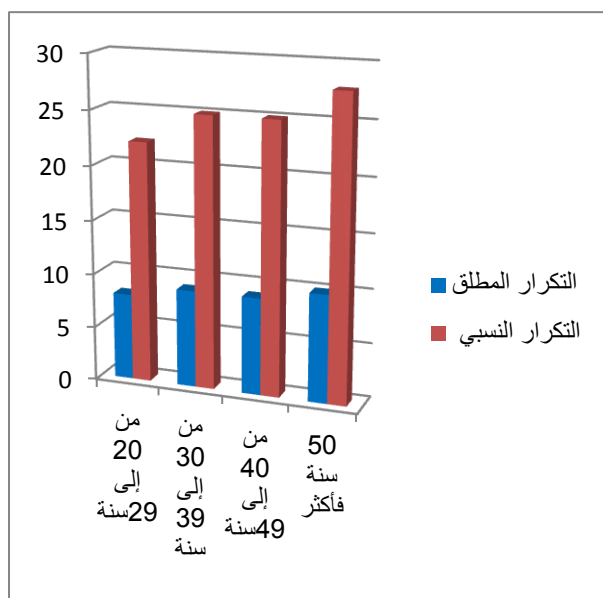
التكرار النسبي	التكرار المطلق	
72.2	26	ذكور
27.8	10	إناث
100.0	36	المجموع

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

تتكون العينة المدروسة من 36 فرد بحيث تزيد نسبة الذكور على نسبة الاناث اذ نجد ان الذكور يمثلون 26 فرد أي بنسبة 72.2 % من العينة، في المقابل عدد الاناث يمثل 10 أفراد أي بنسبة 27.8 % من العينة.

ثانيا: توزيع العينة حسب السن

جدول رقم (6) يوضح توزيع العينة حسب السن الشكل رقم (3) مخطط أعمدة يوضح توزيع العينة حسب السن



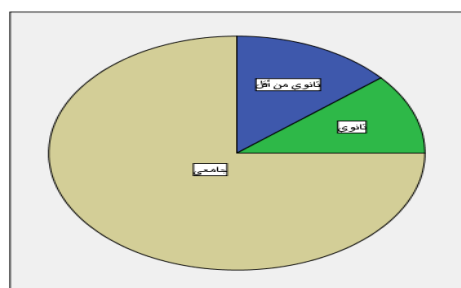
السن	التكرار المطلق	التكرار النسبي
من 20 إلى 29 سنة	8	22.2
من 30 إلى 39 سنة	9	25.0
من 40 إلى 49 سنة	9	25.0
50 سنة فأكثر	10	27.8
المجموع	36	100.0

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

تم تقسيم افراد العينة المدروسة الى اربعة فئات عمرية حيث نجد ان الفئة الفئة الأكثر من 50 سنة التي تمثل 10 افراد بنسبة 27.8% تحتل المرتبة الأولى، ثم الفئتين ما بين 30 و 39 سنة و 40 و 49 سنة متساويتان تحتلان المرتبة الثانية بما يعادل 09 أفراد لكل منهما بنسبة 25.0% لكل منهما، ثم بعدها الفئة ما بين 20 و 29 سنة التي تمثل 8 افراد بنسبة 22.2%.

ثالثا: توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي

جدول (7) توزيع افراد العينة حسب المستوى الدراسي الشكل رقم (4) دائرة نسببة توضح توزيع العينة حسب المستوى



المستوى الدراسي	التكرار المطلق	التكرار النسبي
أقل من الثانوي	5	13.9
ثانوي	4	11.1
جامعي	27	75.0
المجموع	36	100.0

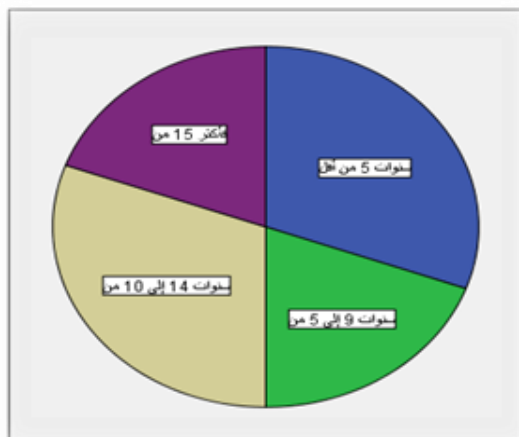
المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج spss

من خلال العينة المدروسة التي تم تقسيمها اربع مستويات دراسية وجدنا الفئة الأكبر أصحاب المستوى الجامعي والمتكونة من 27 فرد بنسبة 75.0% ، ثم يليها مستوى أقل من الثانوي ل5 افراد بنسبة 13.9% ، في حين انخفضة المستوى الثانوي شملت 4 افراد بنسبة 11.1.

رابعاً: توزيع العينة حسب الاقدمية المهنية:

جدول رقم (8) توزيع العينة حسب الاقدمية المهنية

الشكل رقم (5) دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب الاقدمية



الأقدمية	التكرار المطلق	التكرار النسبي
أقل من 5 سنوات	11	30.6
ما بين 5 إلى 10 سنوات	7	19.4
ما بين 11 إلى 15 سنة	11	30.6
أكثر من 15 سنة	7	19.4
المجموع	36	100.0

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

توزعت عينة الدراسة حسب اربع فئات للاقدمية المهنية حيث تتساوى الفئة التي ما بين 11 إلى 15 سنة و الفئة الأقل من 05 سنوات اقدمية أي بنسبة 30.6% ، ثم تتساوي الفئة التي ما بين 05 و 10 سنوات مع فئة الاقدمية الاكثر من 15 سنة ب 7 افراد لكل منهما و بنسبة 19.4% .

الفرع الثاني: الخصائص السيكومترية للعينة :

أولاً: معامل الثبات **Alpha Cronbach** لعبارات الاستبيان:

جدول رقم(9): اختبار ثبات عبارات الاستبيان

المحور	عدد الأسئلة	ألفا كرونباخ
المحور الأول	16	0.818
المحور الثاني	08	0.750
مجموع المحاور	24	0.876

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول السابق يتضح لنا ان عبارات الاستبيان في كلا المحورين تتميز بالثبات حسب معامل ألفا كرونباخ الذي تجاوز الدلالة الاحصائية 0.876 أي 87.6 % أي انها مقبولة وهذا بمجموع العبارات 24 عبارة

ثانياً: اختبار الفرضيات:

قصد إختبار الفرضيات نتأكد من توزيع البيانات بإستخدام إختبار T ، وتم الاعتماد على الفرضيات التالية:

H_0 : البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت $Sig \geq 0.05$

H_1 : البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي إذا كان $Sig \leq 0.05$.

اثبت الاختبار بأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

1. تقييم توفر القيم الدينية

أ- تقييم مستوى توفر بعد الأمانة لدى العاملين في المؤسسة

لمعرفة مستوى توفر الأمانة لدى العاملين في المؤسسة نعتمد على الجدول التالي:

جدول رقم (10): مستوى توفر بعد الأمانة في المؤسسة

الأبعاد	رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	Sig T	إتجاه العينة	موافق		محايد		غ موافق	
							%	F	%	F	%	F
الأمانة	1.	الأمانة و الاستقامة و مراعاة توازن المصالح و الانحياز لمصلحة الشركة	2.72	.513	31. 819	موافق	75	27	22.2	8	2.8	1
	2.	يبتعد العامل عن المحسوبية و الوساطات أثناء تأدية عمله	2.89	.398	43. 506	موافق	91.7	33	5.6	2	2.8	1
	3.	النزاهة و العفة أثناء تأدية العمل	2.75	.554	29. 772	موافق	80,6	29	13.9	5	5.6	2
	4.	يتحلى العامل بالعدل عند القيام بالأعمال خاصة المتعلقة بالزبائن	2.81	.401	41. 938	موافق	80.6	29	24.3	7	00.0	0
		الأمانة	2.79	1.254								

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن العبارة (يبتعد العامل عن المحسوبية و الوساطات أثناء تأدية عمله) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.89، تليها العبارة (يتحلى العامل بالعدل عند القيام بالأعمال خاصة المتعلقة بالزبائن) و التي احتلت الرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.81 تليها العبارة (النزاهة و العفة أثناء تأدية العمل) و التي احتلت الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.75، وتليها العبارة (الأمانة و الاستقامة و مراعاة توازن المصالح و الانحياز لمصلحة الشركة) والتي احتلت الرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.72 .

ب- لتقييم مستوى توفر بعد الصدق لدى العاملين في المؤسسة

لمعرفة مستوى توفر الصدق لدى العاملين في المؤسسة نعتمد على الجدول التالي:

جدول رقم(11):مستوى توفر بعد الصدق في المؤسسة

الأبعاد	رقم العبارة	العبارة	ن	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	Sig T	ن	إتجاه العينة
				%	F	%	F	%	F					
الصدق	1.	الصدق بين أعضاء المؤسسة في تعاملاتها الداخلية هو السلوك السائد	36	24	66.8	10	27.8	2	5.6	2.61	.599	26.157	4	موافق
	2.	تتعامل المؤسسة مع زبائننا بكل صدق في كل ما يتعلق بهم	36	28	77.8	8	22.2	00	0.0	52.7	.422	39.528	3	موافق
	3.	يتحلى العامل بالصدق و المصارحة في أداء الواجبات	36	29	80.6	6	16.7	1	2.8	2.78	.485	34.387	2	موافق
	4.	الابتعاد عن كل صور الغش في التعاملات الاخوية وما تعلق بالزبائن	36	31	86.1	3	8.3	2	5.6	2.81	.525	32.077	1	موافق
		الصدق								2.76	1.108			

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن العبارة (الابتعاد عن كل صور الغش في التعاملات الداخلية وما تعلق بالزبائن) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.81، تليها العبارة (يتحلى العامل بالصدق و المصارحة في أداء الواجبات) و التي إحتلت الرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.78، تليها العبارة (تتعامل المؤسسة مع زبائننا بكل صدق في كل ما يتعلق بهم) التي احتلت الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.75، تليها العبارة (الصدق بين أعضاء المؤسسة في تعاملاتها الداخلية هو السلوك السائد) و التي إحتلت الرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.61.

ج- تقييم مستوى توفر بعد الإخلاص لدى العاملين في المؤسسة

لمعرفة مستوى توفر الإخلاص لدى العاملين في المؤسسة نستخدم الجدول التالي:

جدول رقم (12): مستوى توفر بعد الإخلاص في المؤسسة

الأبعاد	رقم العبارة	العبارة	موافق				محايد				غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	SIG T	الرتبة	اتجاه العينة
			%		F		%		F		%	F					
الإخلاص	1.	يؤدي العامل مهامه بكل اخلاص	36	31	86.1	5	13.9	00	00	00.0	2.86	.351	48.945	1	موافق		
	2.	يراعي العامل مصلحة المؤسسة في كل ممارساته	36	27	75.0	8	22.2	1	2.8	2.72	.513	31.819	2	موافق			
	3.	الشعور بلذة العمل والإقبال عليه بكل حبٍ و العمل على نماء الأعمال	36	21	58.3	11	30.6	4	11.1	2.47	.696	21.301	3	موافق			
	4.	يشعر العامل بوجود رقابة ذاتية على سلوكياته وتصرفاته في المؤسسة	36	20	55.6	12	33.3	4	11.1	2.44	.695	21.114	4	موافق			
		الإخلاص									2.62	1.540					

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن العبارة (يؤدي العامل مهامه بكل إخلاص) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.86، تليها العبارة (يراعي العامل مصلحة المؤسسة في كل ممارساته) و التي احتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.72 تليها العبارة (الشعور بلذة العمل والإقبال عليه بكل حبٍ و العمل على نماء الأعمال) و التي احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.47، تليها العبارة (يشعر العامل بوجود رقابة ذاتية على سلوكياته وتصرفاته في المؤسسة) التي احتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.44 .

د- تقييم مستوى توفر بعد الإتقان لدى العاملين في المؤسسة

لمعرفة مستوى توفر الإتقان لدى العاملين في المؤسسة نستخدم الجدول التالي:

جدول رقم (13): مستوى توفر بعد الإتقان في المؤسسة

الأبعاد	رقم العبارة	العبارة	العينة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	SIG T	إتجاه العينة
				%	F	%	F	%	F				
الإتقان	1	بذل الجهد لاجتناب الوقوع في الأخطاء والاختلالات أثناء تأدية العمل	36	77.8	28	19.4	7	2.8	1	2.75	.500	33.000	موافق
	2	القدرة المهنية على تحسين العمل و إتقانه هو سلوك العاملين في المؤسسة	36	61.1	22	38.9	14	00.0	0	2.61	.494	31.687	موافق
	3	شعور العامل بالمسؤولية إتجاه ما يوكل اليه من مهام والاسراع في إنجازها	36	77.8	28	13.9	5	8.3	3	2.69	.624	25.898	موافق
	4	الكفاءة العالية على إنجاز العمل المراد القيام به.	36	86.1	31	13.9	5	00.0	0	2.86	.351	48.945	موافق
		الإتقان								2.72	1.228		

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن العبارة (الكفاءة العالية على إنجاز العمل المراد القيام به) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.86، تليها العبارة (بذل الجهد لاجتناب الوقوع في الأخطاء والاختلالات أثناء تأدية العمل) والتي احتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.75، تليها العبارة (شعور العامل بالمسؤولية إتجاه ما يوكل اليه من مهام والاسراع في إنجازها) والتي احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.69، و تليها العبارة (القدرة المهنية على تحسين العمل و إتقانه هو سلوك العاملين في المؤسسة) التي احتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.61.

2. تقييم توفر الميزة التنافسية في المؤسسة:

أ- تقييم مستوى توفر عنصر تخفيض التكلفة لدى المؤسسة:

لمعرفة مستوى توفر عنصر تخفيض التكلفة لدى المؤسسة نعلم على الجدول التالي:

جدول رقم (14): مستوى توفر بعد تخفيض التكلفة في المؤسسة

الأبعاد	رقم العبارة	العبارة	نموذج	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	SIG T	إتجاه العينة
				%	F	%	F	%	F				
تخفيض التكاليف	1.	تتسم خدمات المؤسسة بإخفاض تكلفتها مقارنة بالمؤسسات المنافسة	36	28	77.8	7	19.4	1	2.8	2.75	.500	33.000	موافق
	2.	للمؤسسة استراتيجية خاصة بخفض التكاليف المباشرة وغير المباشرة	36	20	55.6	16	44.4	00	00.0	52.5	.504	30.426	موافق
	3.	هناك المام كامل لدى كل العاملين بأهمية ومزايا خفض التكاليف	36	25	69.4	6	16.7	5	13.9	2.56	.735	20.872	موافق
	4.	تقوم المؤسسة بإلغاء كل الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمشروع	36	25	69.6	7	19.4	4	11.1	2.58	.692	22.406	موافق
تخفيض التكلفة												1.904	2.61

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن العبارة (تتسم خدمات المؤسسة بإخفاض تكلفتها مقارنة بالمؤسسات المنافسة) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.75، تليها العبارة (تقوم المؤسسة بإلغاء كل الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمشروع) و التي احتلت الرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.58 و تليها العبارة (هناك المام كامل لدى كل العاملين بأهمية ومزايا خفض التكاليف) و التي احتلت الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.84، و تليها العبارة (للمؤسسة استراتيجية خاصة بخفض التكاليف المباشرة وغير المباشرة) التي احتلت الرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.55.

ب- تقييم مستوى توفر عنصر الابتكار والتجديد لدى المؤسسة:

لمعرفة مستوى توفر عنصر الابتكار والتجديد لدى المؤسسة نعتمد على الجدول التالي:

جدول رقم(15): مستوى توفر بعد الابتكار و التجديد في المؤسسة

الأبعاد	رقم العبارة	العبارة	العينة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	SIG T	الرتبة	إتجاه العينة
				F	%	F	%	F	%					
التطوير والابتكار	1.	تسعى المؤسسة لتقديم خدمات جديدة لمحاكاة حاجات السوق المتغيرة	36	26	72.2	8	22.2	2	5.6	2.67	.586	27.325	4	موافق
	2.	تطور المؤسسة خدماتها بناء على جهود البحث والتطوير	36	25	69.4	11	30.6	00	00.0	2.69	.467	34.605	2	موافق
	3.	تطور المؤسسة خدماتها اعتمادا على دراسات السوق	36	28	77.8	4	11.1	4	11.1	82.6	.676	23.664	3	موافق
	4.	للمؤسسة استراتيجية خاصة بالتطوير في كل أعمالها	36	30	83.3	5	13.9	1	2.8	2.81	.467	36.032	1	موافق
	5.									2.71	1.424			

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن العبارة (للمؤسسة استراتيجية خاصة بالتطوير في كل أعمالها) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.81، تليها العبارة (تطور المؤسسة خدماتها بناء على جهود البحث والتطوير) و التي احتلت الرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.69، تليها العبارة (تطور المؤسسة خدماتها اعتمادا على دراسات السوق) و التي احتلت الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ 2.68، و تليها العبارة (تسعى المؤسسة لتقديم خدمات جديدة لمحاكاة حاجات السوق المتغيرة) التي احتلت الرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ 2.67.

3. تقييم القيم الدينية حسب المعايير الديموغرافية حسب وجهات نظر العاملين

أ. معيار السن (اختبار تحليل التباين الأحادي) ANOVA

جدول رقم (16): مدى تأثير معيار السن على تطبيق القيم الدينية في المؤسسة

المعيار	قيمة F	مستوى الدلالة Sig	القرار
السن	3.009	0.045	دال إحصائياً عند 0.05

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن قيمة F تساوي 3.009، و مستوى الدلالة Sig تساوي 0.045 و هي أقل من 0.05، إذن هي دالة إحصائية، و منه معيار السن يؤثر على توجهات العمال في تطبيق القيم الدينية

ب . معيار الأقدمية (اختبار تحليل التباين الأحادي) ANOVA

جدول رقم (17): مدى تأثير معيار الأقدمية على تطبيق القيم الدينية في المؤسسة

المعيار	قيمة F	مستوى الدلالة Sig	القرار
الأقدمية	6.795	0.001	دال إحصائياً عند 0.01

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن قيمة F تساوي 6.795، و مستوى الدلالة Sig تساوي 0.001 و هي أقل من 0.05، إذن هي دالة إحصائية عند 0.01، و منه نقول معيار الأقدمية يؤثر في توجهات العمال في تطبيق القيم الدينية.

ج. معيار المستوى (إختبار تحليل التباين الأحادي) ANOVA

جدول رقم(18): مدى تأثير معيار المستوى على تطبيق القيم الدينية في المؤسسة

المعيار	قيمة F	مستوى الدلالة Sig	القرار
المستوى	3.185	.054	غير دال إحصائيا

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن قيمة F تساوي 3.185، و مستوى الدلالة Sig تساوي 0.054 و هي أكبر من 0.05، إذن هي غير دالة إحصائيا عند 0.01، و منه نقول معيار الأقدمية لا يؤثر في توجهات العمال في تطبيق القيم الدينية.

د. معيار الجنس (بإختبار Ttest لعينتين مستقلتين)

جدول رقم(19): مدى تأثير معيار الجنس على تطبيق القيم الدينية في المؤسسة

الجنس	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة Sig	القرار
ذكر	26	43.19	4.345	0.815	0.421	غير دال إحصائيا
أنثى	10	44.50	4.223			

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن قيمة المتوسط الحسابي تساوي 43.19، والانحراف المعياري يساوي 4.345 بالنسبة للذكور، أما الإناث فكان المتوسط الحسابي 44.223، و الانحراف المعياري 4.223، عند قيمة T تساوي 0.815 عند مستوى الدلالة Sig تساوي 0.421 و هي أكبر من 0.05، إذن هي غير دالة إحصائيا، و منه معيار الجنس لا يؤثر على توجهات في تطبيق القيم الدينية

4. أثر القيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية:

أ- الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للقيم الدينية و دورها في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين .

يمكننا إختبار الفرضية على النحو التالي:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للقيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة 0.05

H1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للقيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة 0.05

جدول رقم(20):أثر القيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة

R: 0.717 R ² : 51.4% قيمة (F): 36.021 مستوى المعنوية: 0.000					
المتغيرات	B	SEb	بيتا B	قيمة t	معنوية t
المعلمة الثابتة	.648	3.453		.188	.852
القيم الدينية	.474	.079	.717	6.002	.000

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة t المحسوبة 6.002 بقيمة إحصائية Sig= 0.000 و هي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لدعم القيم الدينية المعلمة الثابتة الميزة التنافسية، و هذا معزز بقيمة معامل الميل beta الذي بلغ 0.717 مما يدل على أن المتغير التابع الميزة التنافسية تأثر بدرجة كبيرة بتغير المتغير المستقل القيم الدينية في حين بلغ معامل التحديد $R^2 = 51.4\%$.

الفرضيات الفرعية

✓ الفرضية الفرعية الأولى :

يمكننا إختبار الفرضية على النحو التالي:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمانة في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $Sig \geq 0.05$

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمانة في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $Sig \geq 0.05$

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لمعرفة أثر دعم الأمانة و دورها في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العمال.

جدول رقم(21): أثر بعد الأمانة في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة

مستوى المعنوية: 0.008		قيمة (F): 8.020		R^2 : 19.1%		R: 0.437
معنوية t	قيمة t	Beta	SEb	B	المتغيرات	
.013	2.615		3.919	10.246	المعلمة الثابتة	
.008	2.832	.437	.349	.988	الأمانة	

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة t المحسوبة بلغت 2.832 بقيمة احتمالية 0.008 و هي اقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الأمانة على دعم و تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العمال و هذا معزز بقيمة Beta تساوي 0.437، كما بلغ التباين المفسر R^2 يساوي 19.1%، و بناءً على هذه النتائج نرفض الفرضية العدمية و تقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$.

✓ الفرضية الفرعية الثانية :

يمكننا إختبار الفرضية على النحو التالي:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للصدق في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $\text{Sig} \geq 0.05$

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للصدق في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $\text{Sig} \geq 0.05$

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لمعرفة أثر دعم الصدق و دورها في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العمال.

جدول رقم(22): أثر بعد الصدق في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة:

R: 0.539 R ² : 29.1 % قيمة (F): 13.937 مستوى المعنوية: 0.000					
المتغيرات	B	SEb	بيتا B	قيمة t	معنوية t
المعلمة الثابتة	6.142	4.074		1.508	.141
الصدق	1.379	.369	.539	3.734	.001

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة t المحسوبة بلغت 3.734 بقيمة احتمالية 0.001 و هي اقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الصدق على دعم و تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العمال و هذا معزز بقيمة Beta تساوي 0.539، كما بلغ التباين المفسر squar R يساوي 28.5%، و بناء على هذه النتائج ترفض الفرضية العدمية و تقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$.

✓ الفرضية الفرعية الثالثة :

يمكننا إختبار الفرضية على النحو التالي:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإخلاص في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $Sig \geq 0.05$

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإخلاص في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $Sig \geq 0.05$

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لمعرفة أثر دعم الإخلاص و دورها في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية من وجهة نظر العمال.

جدول رقم(23): أثر بعد الإخلاص في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة:

R: 0.635. R ² : 40.3% قيمة (F): 22.961 مستوى المعنوية: 0.000					
المتغيرات	B	SEb	بيتا B	قيمة t	معنوية t
المعلمة الثابتة	9.007	2.587		3.481	.001
الإخلاص	1.169	.244	.635	4.792	.000

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة t المحسوبة بلغت 4.792 بقيمة احتمالية 0.000 و هي اقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الإخلاص على دعم و تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العمال و هذا معزز بقيمة Beta تساوي 0.635، كما بلغ التباين المفسر R^2 يساوي 40.3%، و بناء على هذه النتائج نرفض الفرضية العدمية و تقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$.

✓ الفرضية الفرعية الرابعة :

يمكننا إختبار الفرضية على النحو التالي:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإتقان في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $\text{Sig} \geq 0.05$

H1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإتقان في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين عند مستوى الدلالة $\text{Sig} \geq 0.05$

الجدول التالي يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لمعرفة أثر دعم الإتقان و دورها في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية من وجهة نظر العمال.

جدول رقم(24): أثر بعد الإتقان في تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية في المؤسسة:

R: 0.779 R ² : 60.6% قيمة (F): 52.349 مستوى المعنوية: 0.000					
المتغيرات	B	SEb	بيتا B	قيمة t	معنوية t
المعلمة الثابتة	1.652	2.729		.605	.549
الإتقان	1.798	.248	.779	7.235	.000

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على الحزمة الإحصائية لبرنامج SPSS

من خلال الجدول نجد أن قيمة t المحسوبة بلغت 7.235 بقيمة احتمالية 0.000 و هي اقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ مما يدل على وجود أثر ذو دلالة احصائية لمتغير الإتقان على دعم و تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العمال و هذا معزز بقيمة Beta تساوي 0.779، كما بلغ التباين المفسر squar R يساوي 60.6%، و بناءا على هذه النتائج ترفض الفرضية العدمية و تقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$.

المطلب الثاني : مناقشة النتائج

بعد عرض النتائج ستقوم بمناقشة هذه النتائج على ضوء الفرضيات التي تم اختبارها كما يلي:

الفرع الأول: مناقشة نتائج توفر القيم الدينية في المؤسسة.

أولاً: مناقشة نتائج توفر قيمة الأمانة

أظهرت نتائج الدراسة وجود قيمة الأمانة لدى العاملين من خلال مراعاة توازن مصالح المؤسسة والابتعاد عن المحسوبية والنزاهة والعدل في كل ما يخص الزبائن مما يعني أن معظم العمال يتسمون بخلق الامانة كقيمة دينية انعكست ايجابا على واقع المؤسسة.

ثانياً: مناقشة نتائج توفر قيمة الصدق

أظهرت نتائج الدراسة توفر خلق الصدق لدى العاملين في المؤسسة تجلّى ذلك في تعاملاتهم الداخلية والخارجية مع الزبائن والابتعاد عن كل صور الغش مما أهل المؤسسة وأكتسبها ثقة الزبائن.

ثالثاً: مناقشة نتائج توفر قيمة الاخلاص

أظهرت نتائج الدراسة توفر قيمة الاخلاص لدى العمال من خلال شعورهم بلذة العمل داخل المؤسسة ومراعاتهم لمصلحة المؤسسة في كل ممارساتهم واستشعارهم للرقابة الذاتية في كل سلوكياتهم داخل المؤسسة هذا ما يعني أن المؤسسة تكسب قيمتها الدينية انطلاقاً من موظفيها واختيارهم للعمل في المؤسسة.

رابعاً: مناقشة نتائج توفر قيمة الإتقان

أظهرت نتائج الدراسة توفر عنصر الإتقان كقيمة خلقية دينية تجلّى ذلك في شعور العمال بالمسؤولية تجاه كل ما يوكل إليهم من مهام وأدائها على احسن وجه بكفاءة عالية وفي وقت قياسي كما يسعى العمال لتحسين مردودهم باستمرار وهذا يدل على ان الإتقان له انعكاسات ايجابية على مردود المؤسسة ومكانتها السوقية.

الفرع الثاني :مناقشة نتائج توفر الميزة التنافسية في المؤسسة

أولاً: مناقشة توفر معيار تخفيض التكلفة

أظهرت نتائج الدراسة أن لدى المؤسسة آليات لتخفيض التكاليف المباشرة والغير مباشرة من خلال تبنيها لاستراتيجية تخفيض التكاليف وإلغاء كل الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمشروع .

ثانيا : مناقشة توفر معيار الابتكار والتجديد

أظهرت نتائج الدراسة أن لدى المؤسسة ميزة تنافسية إنطلاقاً من تطوير خدماتها بناءً على جهود البحث ودراسة السوق .

الفرع الثالث :مناقشة نتائج وجهات نظر العاملين حول تقييم القيم الدينية حسب المعايير الديمغرافية أولاً :حسب معيار السن

دلت النتائج من خلال الجداول السابقة على ان قيمة fتساوي 3.009 ومستوى الدلالة sig تساوي 0.045 وهي دالة احصائيا وهذا يبين أن معيار السن يؤثر على توجهات العمال والموظفين في تبني وتطبيق القيم الدينية .

ثانيا : حسب معيار الأقدمية

دلت النتائج من خلال الجداول السابقة على ان قيمة fتساوي 6.795 ومستوى الدلالة sig تساوي 0.01 وهي دالة احصائيا وهذا يبين أن معيار السن يؤثر على توجهات العمال والموظفين في تبني وتطبيق القيم الدينية .

ثالثا : حسب معيار المستوى

دلت النتائج من خلال الجداول السابقة على ان قيمة fتساوي 3.185 ومستوى الدلالة sig تساوي 0.054 وهي غير دالة احصائيا وهذا يبين أن معيار المستوى لا يؤثر على توجهات العمال والموظفين في تبني وتطبيق القيم الدينية .

رابعا : حسب معيار الجنس

دلت النتائج من خلال الجداول السابقة على ان قيمة tتساوي 0.815 عند مستوى الدلالة sig تساوي 0.421 وهي غير دالة احصائيا وهذا يبين أن معيار الجنس لا يؤثر على توجهات العمال والموظفين في تبني وتطبيق القيم الدينية .

الفرع الرابع: مناقشة نتائج تأثير القيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية

أولاً: تشير نتائج الفرضية الرئيسية على أنه توجد علاقة قوية بين القيم الدينية و الميزة التنافسية، و هذا ما يؤكدته معامل الارتباط القوي بقيمة (0.717)، حيث وصل مستوى المعنوية إلى (0.000)، أي أنه بدرجة ثقة عالية تصل إلى 99% حيث قدر معامل التحديد ب 51.4%، ما يدل على أن 48.6% من التغيرات الحاصلة

في الميزة التنافسية، تفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في الدراسة، و هذا ما يعكس أهمية المتغيرة المدروسة و التي تجاوز تفسيرها للتنافسية 50% .

و من خلال معلمات النموذج الخطي تبين أن ميل معلمة القيم الدينية موجب بقيمة (0.474)، و هذا ما يدل على وجود علاقة إيجابية و هي ذات دلالة إحصائية بمستوى معنوية (0.000)، أي بدرجة ثقة عالية تصل إلى 99%، و هذا ما يعكس وضوح العلاقة، بينما نلاحظ أن المعلمة الثابتة و التي تعبر عن المتغيرات الأخرى التي لم تدخل في الدراسة و التي قدرت قيمتها بـ (2.996)، لا تمتلك معنوية و هذا ما يدل على أن المتغيرات التي لم تدخل في الدراسة لا تمتلك أثر واضح ذو دلالة .

ثانيا: تشير نتائج الفرضية الفرعية الأولى على أنه هناك أثر للأمانة في الميزة التنافسية، و هذا ما يؤكد معامل الارتباط بقيمة (0.437)، حيث وصل مستوى المعنوية إلى (0.008)، بدرجة ثقة متوسطة، حيث قدر معامل التحديد بـ 19.1%، ما يدل على أن 80.9% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية، تفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في الدراسة، و هذا ما يعكس أهمية المتغيرة المدروسة و التي وصل تفسيرها للتنافسية 19.1% فقط. و من خلال معلمات النموذج الخطي تبين أن ميل معلمة الامانة موجب بقيمة (0.988)، و هي ذات دلالة إحصائية بمستوى معنوية (0.008)، أي بدرجة ثقة عالية، و هذا ما يعكس أنه يوجد أثر للأمانة في تحقيق الميزة التنافسية.

ثالثا : تشير نتائج الفرضية الفرعية الثانية على أنه يوجد علاقة بين الصدق و الميزة التنافسية، و هذا ما يؤكد معامل الارتباط قوي بقيمة (0.539)، حيث وصل مستوى المعنوية إلى (0.001)، أي أنه بدرجة تصل إلى 99% حيث قدر معامل التحديد بـ 29.1%، ما يدل على أن 70.5% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية، تفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في الدراسة، و هذا ما يعكس أهمية المتغيرة المدروسة و التي وصل تفسيرها للتنافسية 29.1% فقط.

و من خلال معلمات النموذج الخطي تبين أن ميل معلمة الصدق موجب بقيمة (1.379)، و هذا ما يدل على وجود علاقة إيجابية و هي ذات دلالة إحصائية بمستوى معنوية (0.001)، أي بدرجة ثقة عالية جدا تصل إلى 99%، و هذا ما يعكس وضوح العلاقة، بينما نلاحظ أن المعلمة الثابتة و التي تعبر عن المتغيرات الأخرى التي لم تدخل في الدراسة و التي قدرت قيمتها بـ (2.996)، لا تمتلك معنوية و هذا ما يدل على أن المتغيرات التي لم تدخل في الدراسة لا تمتلك أثر واضح ذو دلالة .

رابعاً: تشير نتائج الفرضية الفرعية الثالثة على أنه توجد علاقة قوية بين الإخلاص و الميزة التنافسية، و هذا ما يؤكد معامل الارتباط قوي بقيمة (0.635)، حيث وصل مستوى المعنوية إلى (0.001)، أي أنه بدرجة تصل إلى 99% حيث قدر معامل التحديد ب 40.3%، ما يدل على أن 59.7% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية، تفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في الدراسة، و هذا ما يعكس أهمية المتغيرة المدروسة و التي تجاوز تفسيرها للتنافسية 40.3%.

و من خلال معلمات النموذج الخطي تبين أن ميل معلمة الصديق موجب بقيمة (1.169)، و هذا ما يدل على وجود علاقة إيجابية و هي ذات دلالة إحصائية بمستوى معنوية (0.000)، أي بدرجة ثقة عالية تصل إلى 99%، و هذا ما يعكس وضوح العلاقة، بينما نلاحظ أن المعلمة الثابتة و التي تعبر عن المتغيرات الأخرى التي لم تدخل في الدراسة و التي قدرت قيمتها ب (2.996)، لا تمتلك معنوية و هذا ما يدل على أن المتغيرات التي لم تدخل في الدراسة لا تمتلك أثر واضح ذو دلالة .

خامساً: تشير نتائج الفرضية الفرعية الرابعة على أنه توجد علاقة بين الإتقان و الميزة التنافسية، و هذا ما يؤكد معامل الارتباط القوي جدا بقيمة (0.779)، حيث وصل مستوى المعنوية إلى (0.000)، أي أنه بدرجة تصل إلى 99% حيث قدر معامل التحديد ب 60.6%، ما يدل على أن 39.4% من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية، تفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في الدراسة، و هذا ما يعكس أهمية المتغيرة المدروسة و التي تجاوز تفسيرها للتنافسية 60.6%.

و من خلال معلمات النموذج الخطي تبين أن ميل معلمة الصديق موجب بقيمة (1,798)، و هذا ما يدل على وجود علاقة إيجابية و هي ذات دلالة إحصائية بمستوى معنوية (0.000)، أي بدرجة ثقة عالية تصل إلى 99%، و هذا ما يعكس وضوح العلاقة، بينما نلاحظ أن المعلمة الثابتة و التي تعبر عن المتغيرات الأخرى التي لم تدخل في الدراسة و التي قدرت قيمتها ب (2.996)، لا تمتلك معنوية و هذا ما يدل على أن المتغيرات التي لم تدخل في الدراسة لا تمتلك أثر واضح ذو دلالة .

خلاصة الفصل الثاني:

من خلال ما سبق نستخلص أن هناك توفر لأبعاد القيم الدينية من وجهة نظر أفراد العينة في مؤسسة الورود كما تتميز المؤسسة بميزة تنافسية اعتماداً على سياسي تخفيض التكلفة والابتكار والتطوير، وبينت الدراسة بأن هناك أثر لتبني أبعاد القيم الدينية في المؤسسة على تحقيق الميزة التنافسية الأخلاقية وبنسب مختلفة، ونظراً للدور الهام الذي تلعبه القيم الدينية و الأخلاقية المتعلقة بالممارسة المهنية في تحسين أداء العامل واستثماره لوقته بالشكل الأمثل، وسعيه لتحقيق أفضل عائد، يمكننا القول أن على مؤسسة الورود أن تحرص على أخلاقيات العمل الإسلامية، فهي أمرٌ أخلاقي وديني وإداري، فعليها أن تعزز من الصدق و الإخلاص و الإتقان، و أن تعرّف بضرورة رفع مستوى الأمانة لدى منظومتها.



خاتمة :

لقد حملت التطورات الحاصلة عالميا وخاصة على الصعيد الاقتصادي منظمات الأعمال مهمة أكبر وجعلتها المحرك الأساسي لعجلة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، مما جعلها في موقف يحتم عليها البقاء والاستمرار في ظل بيئة شديدة التنافس، ولكن تركيز هذه المنظمات على تعظيم الأرباح والبقاء في السوق وإهمالها للعديد من الجوانب الأخلاقية والتي نتج عنها الكثير من الخروقات الأخلاقية والفضائح المالية لفت الأنظار وسلط الأضواء على موضوع أخلاقيات الأعمال في العقود الأخيرة القليلة من القرن الماضي وذلك باعتباره من الموضوعات المعاصرة التي تكتسب أهميتها من واقع حال الأسواق العالمية التي تسعى فيها منظمات الأعمال إلى البقاء من خلال امتلاك مزايا تنافسية ذات بعد أخلاقي.

❖ اختبار فرضيات البحث :

الفرضية الأولى: توفر القيم الدينية في مؤسسة ورود فرضية صحيحة وفق نتائج الاختبار

الفرضية الثانية : توفر الميزة التنافسية في مؤسسة ورود فرضية صحيحة وفق نتائج الاختبار

الفرضية الثالثة : أثر القيم الدينية في تحقيق الميزة التنافسية لدى مؤسسة بنك ورود البركة تظهر صحتها من خلال معامل الارتباط بين المحور الأول من الاستبيان الذي يتعلق بالفرضية الاولى، والمحور الثاني الذي يتعلق بالفرضية الثانية وهي فرضية صحيحة وفق نتيجة معامل الارتباط بيرسون.

❖ نتائج الدراسة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على المفاهيم والأبعاد المرتبطة بأخلاقيات الأعمال ودورها في تحقيق ميزة تنافسية جديدة للمنظمة قائمة على أسس غير ملموسة، الأمر الذي مكّننا من الخروج بمجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ إن الجانب الأخلاقي للأعمال ليس فقط صورة لإيضاح ما هو صحيح أو خاطئ من الناحية الأخلاقية ولكنه أيضا وسيلة للتسيير الجيد للمنظمة، فالالتزام الأخلاقي ينتج عنه أثار ربحية في الجانب الاقتصادي.
- ✓ لا توجد خطوات معينة أو طريقة عمل توضح كيف يمكن للمنظمة أن تكون ملتزمة أخلاقيا، فالمنظمة الأخلاقية هي التي تركز على ضمان الأبعاد والمبادئ الأخلاقية في مختلف جوانب بناءها.

✓ تحقق أخلاقيات الأعمال أو القيم الدينية أهداف المنظمة وأهمها زيادة الأرباح، والسمعة الجيدة في السوق ومنه الحصول على ميزة تنافسية إستراتيجية في السوق المحلية وسهولة نفاذها إلى الأسواق الخارجية مما يؤدي إلى تحقيق رضا العملاء وكسب ولاءهم.

✓ من خلال الدراسة الميدانية التي أجريتها بمؤسسة الورود تبين أن المؤسسة ملتزمة أخلاقيا بين عمالها وموظفيها وعملائها والبيئة التي تعمل فيها مما يجعلها تحصل على العديد من المزايا أهمها كسب ولاء الزبائن واحتلال موقع تنافسي مهم في الأسواق.

وأخيرا يمكن القول أن أخلاقيات الأعمال في الواقع المعاصر لم تعد تعترف بمقولة أن " الغاية تبرر الوسيلة " بل أصبحت الوسيلة لتحقيق الربح للمنظمة مهمة وموضوعة تحت الأنظار لذلك فان خلق ميزة تنافسية تدعم أخلاقيات الأعمال في المنظمة هو أمر لا بد منه.

❖ توصيات الدراسة :

- توصي الدراسة بضرورة تعزيز أخلاقيات الأعمال وضرورة أن تقوم المؤسسات بتحديد السياسات الأخلاقية وتوزيعها عبر العاملين وتدريبهم على تعزيز قدراتهم لمواجهة المشاكل الأخلاقية الصعبة.
- توصي الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات بالموضوعية و الاستقلالية والقدرة على مراعاة توازن المصالح. والتحقق من القدرة على العمل و إتقانه.
- توصي الدراسة بالحرص على أهمية الشفافية والنزاهة بهدف التأكد من الحيادية والبعد عن أي تأثيرات جانبية . وذلك لتأثيرها الواضح على القدرة التنافسية من وجهة نظر عينة الدراسة.
- توصي الدراسة بالعمل على إيجاد وتفعيل مدونات أخلاقية خاصة بكل مؤسسة والالتزام بها من الجميع
- توصي الدراسة بضرورة فهم ودراسة وتحليل العناصر المكونة للمبادئ الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية . باعتبار ذلك احد أهم المرتكزات الهامة لضمان نجاح الشركة وديمومتها . خاصة في ظل تنوع وتشعب وتعقد المخاطر المتعلقة بأعمالها.
- اجراء المزيد من الدراسات حول مفاهيم الاسلام كوعاء حضاري وإنساني للأخلاق الراقية في مختلف نواحي الحياة الأفراد والمنظمات والمجتمعات .

❖ آفاق مستقبلية للدراسة :

من حوصلة ما تعرضنا له في هذا البحث المتواضع، نطمح في المستقبل الى توسيع الدراسة الى ابحاث أخرى، والتي من شأنها ان تثري هذا الموضوع، لذا نقترح بعض المواضيع التي لها علاقة بهذه الدراسة:

- ✓ دور القيم الدينية في تحقيق الرضا الوظيفي داخل المنظمة
- ✓ دور القيم الدينية والأخلاقية في تحسيد المسؤولية الاجتماعية للشركات الجزائرية
- ✓ أثر القيم الدينية على تحسين أداء الأقسام الرئيسية في المؤسسة (قسم الانتاج، التسويق,)
- ✓ أثر القيم الدينية في دعم نظام الرقابة والمراجعة الداخلية للمؤسسات الجزائرية

وفي الأخير لا يسعنا الا ان نشكر الله على حسن عونه وتوفيقه لنا، فإن اصبنا فمن الله وحده وإن اخطأنا فمن نفسنا والشيطان، الى هنا نكون قد اكملنا هذه الدراسة فلم يبق لنا الا ان ندعو الله ان يوفقنا الى بحث آخر في موضوع آخر.

قائمة المراجع



قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب باللغة العربية

- 1 ابن منظور لسان العرب – دار الكتب العلمية، بيروت، ج 12، ط 2003، 1، ص 592.
- 2 أحمد الخشاب الاجتماع الديني مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية مكتبة القاهرة الحديثة، ص 400
- 3 أسامة ربيع أمين سليمان، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss - ، الجزء الأول، الطبعة الثانية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة 2007.
- 4 إيمان عبد الله شرف التربية الأخلاقية للطفل عالم الكتب القاهرة، ط 1، 2008 ص 67
- 5 إميل بديع يعقوب المعجم المفصل في دقائق اللغة العربية- دار الكتب العلمية، بيروت، ط 1، 2004 ص 314.
- 6 جابر قميحة دار الكتب الإسلامية، القاهرة، بيروت، ط 1 1984
- 7 الربيع ميمون نظرية القيم في الفكر المعاصر، بين النسبية والمطلقية- الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1980. ص 343
- 8 زهران حامد عبد السلام، علم النفس الاجتماعي، القاهرة، دار علم الكتب 1984
- 9 طاهر محمد محسن المغالي الإدارة الإستراتيجية منظور منهجي متكامل دار وائل للنشر الطبعة 2 سنة 2009 الأردن ص 309
- 10 طهطاوي سيد احمد، القيم التربوية في القصص القرآني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1996
- 11 عبد العزيز صالح بن حبتور، الإدارة الإستراتيجية، إدارة جديدة في عالم متغير، دار المسيرة عمان، 2007، ص 228
- 12 عبد الهادي الجوهري أصول علم الاجتماع – المكتبة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 296
- 13 علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة 2001
- 14 الغضبان منير، المنهج الحركي للسيرة النبوية، ط 15 المنصورة، دار الوفاء، 1998
- 15 فؤاد عبد الله العمر أخلاق العمل وسلوك العاملين في الخدمة العامة والرقابة عليها من منظور إسلامي؛ بحث رقم 25، السعودية - البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، ط 1، 1419هـ - 1999

- 16 ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، جامعة اليرموك، دار السيرة للنشر والتوزيع 2005 .
- 17 محسن أحمد الخضيري، اقتصاد ما بعد الحداثة وحداثة ما بعد الاقتصاد، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2006، ص 128
- 18 محمد عاطف غيث قاموس علم الاجتماع دار المعرفة الجامعي، ص 364
- 19 مكرم عبد الودود، الأحكام القيمية الإسلامية لدى الشباب، المدينة المنورة، مكتب احياء التراث الاسلامي، 1994، ص 90
- 20 نوال كريم زرزور معجم ألفاظ القيم الأخلاقية وتطورها الدلالي، بين لغة الشعر الجاهلي ولغة القرآن الكريم- مكتبة لبنان، ط، 1، 2001، ص. 10
- 21 هندي صالح دياب، دراسة في الثقافة الاسلامية، عمان جمعية عمال المطابع التعاونية 1989
- ثانيا: الرسائل والأطروحات الجامعية
- 1 بسام يوسف أحمد التل القيم الاسلامية ودورها في الإنتاجية في المؤسسات الصناعية الأردنية رسالة ماجستير جامعة اليرموك 1996 ص 54.
- 2 بوجحجوح يحي محمد، القيم البيئية المتضمنة في كتب المرحلة الاعدادية رسالة ماجستير فلسطين غزة 1999
- 3 سامية حمريش القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري مذكرة لنيل شهادة ماجستير جامعة باتنة 2010 ص 58
- 4 سلوت نور السيد، مفاهيم القيم المتضمنة في الاناشيد المتضمنة لطلبة المرحلة الاساسية رسالة ماجستير، فلسطين غزة 2005
- 5 سمارة محمد سامي ابراهيم، القيم التربوية المتضمنة في شعر علي بن ابي طالب رضي الله عنه رسالة ماجستير، فلسطين غزة 2000،
- 6 صليحة رحالي القيم الدينية والسلوك المنضبط الكشافة الإسلامية الجزائرية- أنموذجا مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الديني جامعة باتنة 2008
- 7 عبدوس عبد العزيز، دور الميزة التنافسية في تحسين أداء المؤسسات، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2006

8 فؤاد عبدالله العمر أخلاق العمل وسلوك العاملين في الخدمة العامة والرقابة عليها من منظور إسلامي، بحث رقم 25، السعودية - البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، ط1، 1419هـ - 1999م.

9 مسان كرومية، المسؤولية الاجتماعية ميزة إستراتيجية، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2010

رابعاً: المجالات العلمية

- 1 عطاالله بشير النويقه أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تعزيز الميزة التنافسية في البنوك التجارية العاملة في منطقة مكة المكرمة 2016، دراسات، العلوم الإدارية، المجلد 43، العدد 1
- 2 فؤاد علي العاجز القيم والتربية في عالم متغير دراسة مقدمة إلى مؤتمر كلية التربية والفنون تحت عنوان القيم والتربية في عالم متغير جامعة اليرموك 1999.
- 3 معن وعد الله المعاضيدي أخلاقيات منظمات الأعمال والمزايا التنافسية الأخلاقية أنموذج مقترح للمنظمات العربية كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل 2005.



[الطلاق]

الملاحق :



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

إستبيان

موضوع الدراسة: القيم الإسلامية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية الأخلاقية للمؤسسة في مجمع الورود للعطور و الروائح.

في إطار بحث نهاية الدراسات العلمية في الجامعة نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي سيوجه لدعم مذكرة التخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، لذا نرجوا من سيادتكم أن تجيئوا على هذه الأسئلة دون كتابة اسمكم مع العلم أن الإجابات سيتم المحافظة عليها بكل سرية.

كيفية الإجابة:

- قراءة العبارات بدقة وتركيز.
- اختيار الإجابة الصحيحة
- ضع علامة X في الخانة الموافقة للإجابة الصحيحة .

البيانات الشخصية :

السن : من 20 الى 29 سنة ☐ من 30 الى 39 سنة ☐ من 40 الى 50 سنة ☐ أكثر من سنة 50 ☐

الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

المستوى التعليمي: أقل من ثانوي ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

الأقدمية في الوظيفة : أقل من 5 سنوات ☐ من 5 الى 10 سنوات ☐ من 10 الى 15 سنة ☐ أكثر من 15 سنة ☐

مع تحيات الطلبة : منيعي قاسم شالقة عبد الحكيم غربي بوبكر

الملحق رقم (1) الإستبيان الموجه للعينة المستهدفة

1. جدول العبارات الخاصة بالقيم الدينية

رقم العبارة	العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1.	ينحاز العمل لمصلحة الشركة ويراعي مصالحها			
2.	يتعد العامل عن المحسوبة و الوساطات أثناء تأدية عمله			
3.	يتسم العاملون بالنزاهة و العفة أثناء تأدية العمل			
4.	يتحلى العامل بالعدل عند القيام بالأعمال خاصة المتعلقة بالزبائن			
5.	الصدق بين أعضاء المؤسسة في تعاملاتها الداخلية هو السلوك السائد			
6.	تتعامل المؤسسة مع زبائنها بكل صدق في كل ما يتعلق بهم			
7.	يتحلى العامل بالصدق و المصارحة في أداء الواجبات			
8.	الابتعاد عن كل صور الغش في التعاملات الداخلية وما تعلق بالزبائن			
9.	يؤدي العامل مهامه بكل اخلاص			
10.	يراعي العامل مصلحة المؤسسة في كل ممارساته			
11.	الشعور بلذة العمل والإقبال عليه بكل حب و العمل على نماء الأعمال			
12.	يشعر العامل بوجود رقابة ذاتية على سلوكياته وتصرفاته في المؤسسة			
13.	بذل الجهد لاجتناب الوقوع في الأخطاء والاختلالات أثناء تأدية العمل			
14.	القدرة المهنية على تحسين العمل و إتقانه هو سلوك العاملين في المؤسسة			
15.	شعور العامل بالمسؤولية اتجاه ما يوكل اليه من مهام والاسراع في إنجازها			
16.	الكفاءة العالية على إنجاز العمل المراد القيام به.			

2. جدول العبارات الخاصة بالميزة التنافسية

رقم العبارة	العبارة	موافق	محايد	غير موافق
1.	تتسم خدمات المؤسسة بإنخفاض تكلفتها مقارنة بالمؤسسات المنافسة			
2.	للمؤسسة استراتيجية خاصة بخفض التكاليف المباشرة وغير المباشرة			
3.	هناك المام كامل لدى كل العاملين بأهمية ومزايا حفظ التكاليف			
4.	تقوم المؤسسة بإلغاء كل الأنشطة التي لا تضيف قيمة للمشروع			
5.	تسعى المؤسسة لتقديم خدمات جديدة لمحاكاة حاجات السوق المتغيرة			
6.	تطور المؤسسة خدماتها بناء على جهود البحث والتطوير			
7.	تطور المؤسسة خدماتها اعتمادا على دراسات السوق			
8.	للمؤسسة استراتيجية خاصة بالتطوير في كل أعمالها			

شكرا لكم على إعطائنا بعضا من وقتكم ولتعاونكم معنا.

الملحق رقم (2)

قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	الأستاذ	الصفة	التخصص	الجامعة
1.	العماري سفيان	أستاذ محاضر أ	إدارة أعمال	جامعة وهران
2.	بلحسن الهواري	أستاذ محاضر أ	إحصاء	جامعة وهران

الملحق رقم (3)

اختبار التوزيع الطبيعي

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
1 من	31.819	35	.000	2.722	2.55	2.90
2 من	43.506	35	.000	2.889	2.75	3.02
3 من	29.772	35	.000	2.750	2.56	2.94
4 من	41.938	35	.000	2.806	2.67	2.94
5 من	26.157	35	.000	2.611	2.41	2.81
6 من	39.528	35	.000	2.778	2.64	2.92
7 من	34.387	35	.000	2.778	2.61	2.94
8 من	32.077	35	.000	2.806	2.63	2.98
9 من	48.945	35	.000	2.861	2.74	2.98
10 من	31.819	35	.000	2.722	2.55	2.90
11 من	21.301	35	.000	2.472	2.24	2.71
12 من	21.114	35	.000	2.444	2.21	2.68
13 من	33.000	35	.000	2.750	2.58	2.92
14 من	31.687	35	.000	2.611	2.44	2.78
15 من	25.898	35	.000	2.694	2.48	2.91
16 من	48.945	35	.000	2.861	2.74	2.98
17 من	33.000	35	.000	2.750	2.58	2.92
18 من	30.426	35	.000	2.556	2.39	2.73
19 من	20.872	35	.000	2.556	2.31	2.80
20 من	22.406	35	.000	2.583	2.35	2.82
21 من	27.325	35	.000	2.667	2.47	2.86
22 من	34.605	35	.000	2.694	2.54	2.85
23 من	23.664	35	.000	2.667	2.44	2.90
24 من	36.032	35	.000	2.806	2.65	2.96

جَمَلُ اللَّهِ