



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي-تبسة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



الرقم التسلسلي:...../2025

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي ل م د
الميدان: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم اقتصادية
التخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات
عنوان المذكرة:

دور اخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية
-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-

تحت إشراف:

موساوي رياض

من إعداد الطالب:

• ايوب عون

جامعة العربي التبسي - تبسة
Universite Larbi Tebessi - TEBESSA

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د.أحميدة مالكية	استاذ محاضر أ	رئيسا
د.رياض موساوي	استاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا
د.سارة حلمي	استاذ محاضر أ	مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024

الإهداء

إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها، والتي غمرتنا بعطفها وحنانها

وأنازلة لنا درب حياتنا بحبها.

إلى الصدر الحنون أمي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى الذي ربانا على الفضيلة والأخلاق، وكان لنا درع أمان نحتم به

وتحمل عبء الحياة حتى لا نحس بالحرمان.

إلى أبيي العزيز حفظه الله وأطال في عمره.

إلى إخوتي و زملاء الدراسة.

إلى كل من وقف معنا في لحظات الصعاب وساعدنا ولو بكلمة.

إلى كل هؤلاء نهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

شكر وعرفان

أتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير والامتنان إلى أستاذي المشرف
الدكتور رياض موساوي على ما بذله من جهد، وعلى دعمه العلمي
وتوجيهاته القيمة طيلة فترة إعداد هذه المذكرة، فقد كان نعم الموجه
والمرشد، فله مني كل التقدير والاحترام.

كما لا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى كافة أساتذة كلية العلوم
الاقتصادية على ما قدموه لنا من علم ومعرفة طوال سنوات الدراسة، وأخص
بذكر الدكتور نبيل شبن الذي كانت لملاحظاته وتوجيهاته الأثر الإيجابي
الكبير في تطوير هذه المذكرة.
جزاكم الله عنا كل خير، ووفقكم في مهامكم النبيلة.

قائمة المحتويات

الصفحة	
	اهداء وشكر
I	قائمة المحتويات
II-IV	قائمة الجداول والأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للبحث	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الأدبيات النظرية للبحث
3	المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لآخلاقيات العمل
10	المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي للميزة التنافسية
18	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
18	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة
23	المطلب الثاني: التعليق على الدراسات السابقة
25	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
27	تمهيد
28	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
28	المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة
37	المطلب الثاني: مجتمع الدراسة والعينة
42	المبحث الثاني: عرض نتائج البحث ومناقشتها
42	المطلب الأول: عرض النتائج
58	المطلب الأول: مناقشة النتائج
63	خلاصة الفصل
65	خاتمة
69	قائمة المراجع
72	الملاحق
	الملخص

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
4	المفهوم الشمولي لآخلاقيات العمل	الشكل رقم 01
8	مصادر أخلاقيات العمل	الشكل رقم 02
38	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	الشكل رقم 03
39	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	الشكل رقم 04
40	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	الشكل رقم 05
41	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	الشكل رقم 06

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
الجدول رقم 01	التعقيب على الدراسات السابقة	23
الجدول رقم 02	درجات الاجابة	29
الجدول رقم 03	قيمة المتوسط الحسابي لكل اتجاه	30
الجدول رقم 04	قياس ثبات محاور الاستبيان	30
الجدول رقم 05	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	31
الجدول رقم 06	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	32
الجدول رقم 07	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة	33
الجدول رقم 08	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	34
الجدول رقم 09	معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد	34
الجدول رقم 10	معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد	35
الجدول رقم 11	معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد	36
الجدول رقم 12	معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد	37
الجدول رقم 13	معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد	37
الجدول رقم 14	معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد	38
الجدول رقم 15	معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد	39
الجدول رقم 16	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	40
الجدول رقم 17	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	42
الجدول رقم 18	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	44
الجدول رقم 19	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	46
الجدول رقم 20	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	48
الجدول رقم 21	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	50
الجدول رقم 22	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	52
الجدول رقم 23	تحليل آراء العينة نحو بعد التميز	54
الجدول رقم 24	نتائج تحليل الانحدار البسيط بين اخلاقيات العمل والميزة التنافسية	56
الجدول رقم 25	مستوى ابعاد اخلاقيات العمل	58
الجدول رقم 26	نتائج تحليل الانحدار البسيط بين الصدق والشفافية والجودة	59
الجدول رقم 27	نتائج تحليل الانحدار البسيط بين الخبرة والميزة التنافسية	60

قائمة الملاحق

الصفحة	اسم الملحق	رقم الملحق
72	استبيان	الملحق رقم 01
76	مخرجات spss	الملحق رقم 02
	اتفاقية التبرص	الملحق رقم 03
	اذن طبع	الملحق رقم 04

مقدمة

1. تمهيد

في عالم تتسارع فيه التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية، وتزداد فيه حدة المنافسة بين المؤسسات، أصبح من الضروري البحث عن عوامل تتجاوز القدرات التقنية والإنتاجية، وتلامس القيم والسلوكيات التي تحكم بيئة العمل. ومن بين هذه العوامل، تبرز أخلاقيات العمل كأحد المفاهيم الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر في صورة المؤسسة وأدائها واستمراريتها.

إن تبني سلوك أخلاقي داخل المؤسسة لا يعكس فقط احترام القوانين والمعايير، بل يمثل التزاماً عميقاً تجاه جميع الأطراف ذات العلاقة: من موظفين وعملاء ومجتمع. وعندما تتحول هذه الأخلاقيات إلى ثقافة تنظيمية راسخة، فإنها تسهم في بناء بيئة عمل مستقرة، وتشجع على الابتكار، وتدعم العلاقات طويلة الأمد مع الزبائن، ما يؤدي في النهاية إلى تحقيق ميزة تنافسية يصعب على المنافسين تقليدها.

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية أخلاقيات العمل في العصر الحديث، وبيان دورها الحيوي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات، مع التركيز على الجوانب التي تجعل من السلوك الأخلاقي رافعة استراتيجية للنجاح والتميز في السوق.

2. الإشكالية:

كيف تؤثر أخلاقيات العمل في تحسين الميزة التنافسية ببنك التنمية الريفية تبسة ؟

3. تساؤلات الدراسة

إنطلاقاً مما تم طرحه في الإشكالية الرئيسية رأينا من الضروري طرح مجموعة من التساؤلات كالتالي:

- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات العمل والميزة التنافسية في البنك عند مستوى معنوية (0.05%) ؟
- ماهو المستوى المتوفر لابعاد اخلاقيات العمل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعد الصدق والشفافية وتحسين بعد الجودة في البنك عند مستوى معنوية (0.05%) ؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخبرة وتحسين الميزة التنافسية في البنك عند مستوى معنوية (0.05%) ؟

4. الفرضيات

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 % ل اخلاقيات العمل على الميزة التنافسية
- يوجد مستوى مرتفع لابعاد اخلاقيات العمل في البنك
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 % للصدق والشفافية على تحسين الجودة في البنك
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 % بين الخبرة وتحسين الميزة التنافسية في البنك

5. أهمية الدراسة

تكتسي دراسة "دور أخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية" أهمية بالغة، كونها تسلط الضوء على أحد العوامل الجوهرية التي تسهم في بناء مؤسسات ناجحة ومستدامة. فتبني معايير أخلاقية في بيئة العمل، كالنزاهة والشفافية والعدل، يعزز من سمعة المؤسسة ويكسبها ثقة العملاء والمستثمرين، مما ينعكس إيجاباً على قدرتها التنافسية في السوق. كما تساهم الأخلاقيات في خلق بيئة عمل صحية تُشجّع الموظفين على الالتزام والانتماء، الأمر الذي يزيد من الإنتاجية ويقلل من معدلات دوران العمالة. بالإضافة إلى ذلك، فإن التزام المؤسسة بالأخلاق المهنية يحميها من المخاطر القانونية والتشريعية، ويعزز من قدرتها على الابتكار وبناء علاقات قوية مع مختلف أصحاب المصلحة. ومن هنا، فإن هذه الدراسة تكتسب أهمية خاصة في توضيح كيف يمكن لقيم أخلاقية راسخة أن تتحول إلى مورد استراتيجي فعال يعزز الميزة التنافسية ويساهم في تحقيق النجاح على المدى الطويل.

6. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مفهوم أخلاقيات العمل وبيان أبعاده وأهميته داخل بيئة المؤسسات، مع التركيز على توضيح العلاقة بين السلوك الأخلاقي والقدرة التنافسية للمؤسسة. وتسعى إلى استكشاف مدى تأثير الممارسات الأخلاقية في تحسين الأداء المؤسسي، من حيث زيادة الإنتاجية، تحسين جودة الخدمات أو المنتجات، ورفع مستوى رضا العملاء. كما تهدف الدراسة إلى إبراز دور القيادة الأخلاقية في ترسيخ ثقافة تنظيمية قائمة على القيم والمبادئ، واستعراض نماذج أو تجارب ناجحة لمؤسسات استطاعت تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال التزامها بالأخلاق. وفي النهاية، تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات عملية تساعد المؤسسات على دمج البعد الأخلاقي في استراتيجياتها لتحقيق النجاح والتفوق في بيئة العمل التنافسية.

7. دوافع اختيار الموضوع

يمكن حصر أهم اسباب اختيار هذا الموضوع فيما يلي:

ذاتية

الرغبة الشخصية في فهم العلاقة بين القيم الأخلاقية والنجاح المؤسسي.
الاهتمام بتعزيز ثقافة العمل الإيجابي داخل المؤسسات
السعي لتسليط الضوء على دور الأخلاق كمصدر قوة وليس فقط كواجب أخلاقي.

أ. موضوعية

تزايد الحاجة إلى الالتزام الأخلاقي في ظل التحديات التنافسية في الأسواق.
أهمية الأخلاق في بناء الثقة والولاء بين المؤسسة وأصحاب المصلحة (عملاء، موظفين، شركاء).
قلة الدراسات التطبيقية التي تربط بين أخلاقيات العمل والميزة التنافسية خاصة في السياق العربي.
مساهمة الدراسة في تقديم حلول عملية لتعزيز الأداء المؤسسي من خلال منظور أخلاقي.

8. المنهج المتبع

سعيًا للإجابة عن التساؤلات التي تطرحها هذه الدراسة، والتي تعكس إشكالية البحث وتسعى إلى تحقيق أهدافه، تم اعتماد المنهج الوصفي بهدف التعرف على المفاهيم المرتبطة بأخلاقيات العمل والميزة التنافسية، كما تم توظيف المنهج التحليلي في معالجة البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية عبر برنامج SPSS، وذلك لاستخلاص النتائج والتحقق من صحة الفرضيات المطروحة في إطار الدراسة.

9. صعوبات الدراسة

أ. صعوبات ذاتية

صعوبة الإحاطة الشاملة بالمفاهيم النظرية المرتبطة بأخلاقيات العمل والميزة التنافسية بسبب تشعبها وتعدد المقاربات التي تناولتها.

الافتقار إلى الخبرة الكافية في استخدام البرامج الإحصائية مثل SPSS في المراحل الأولى من البحث.

ب. صعوبات موضوعية

ندرة الدراسات السابقة التطبيقية التي تربط بين أخلاقيات العمل والميزة التنافسية

صعوبة الحصول على البيانات من البنك

ضعف الوعي بأهمية أخلاقيات العمل لدى بعض الموظفين

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للبحث

تمهيد

تعتبر أخلاقيات العمل عاملاً حيويًا في تشكيل ثقافة المؤسسات، حيث تؤثر بشكل مباشر على سلوك الأفراد وأدائهم داخل بيئة العمل؛ وفي سياق بيئة الأعمال التنافسية، تُعد هذه الأخلاقيات من العناصر الأساسية التي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية، من خلال تحسين الأداء وزيادة الثقة بين الموظفين والإدارة، وتعزيز السمعة المؤسسية.

وتم التطرق الى المباحث التالية

المبحث الاول: الادبيات النظرية لاخلاقيات العمل والميزة التنافسية

المبحث الثاني: الادبيات التطبيقية لاخلاقيات العمل و للميزة التنافسية

المبحث الاول الادبيات النظرية للاخلاقيات العمل والميزة التنافسية

أخلاقيات العمل تُعتبر ركيزة أساسية في بناء الثقة داخل المؤسسات وتعزيز سمعتها، إذ تساهم في تحسين بيئة العمل وتوجيه سلوك الأفراد وفق معايير أخلاقية رصينة. بالمقابل، تُعد الميزة التنافسية عامل نجاح رئيسي يُمكن المؤسسات من التفوق في الأسواق وتحقيق أداء متميز.

المطلب الاول: ماهية اخلاقيات العمل

تُعد أخلاقيات الأعمال مجموعة المبادئ والقيم التي توجه سلوك الأفراد داخل المؤسسات، مما يساهم في بناء بيئة عمل عادلة ومسؤولة. فهي تعزز الثقة بين الأطراف المعنية، وتؤثر إيجابياً على سمعة المؤسسة واستدامتها، مما يجعلها عنصراً أساسياً في نجاح الأعمال.

الفرع الاول مفهوم اخلاقيات العمل

تُعد أخلاقيات العمل من الركائز الأساسية التي توجه سلوك الأفراد داخل بيئة العمل وتعكس مدى التزامهم المهني.

اولا تعريف اخلاقيات العمل

لا يوجد تعريف دقيق ومحدد لأخلاقيات العمل، حيث حاول العديد من الباحثين والمختصين تقديم تعريفات مختلفة تساعد في فهم هذا المفهوم ومدلوله. ومن بين هذه التعريفات:

- عرّفها "Peter Drucker" بأنها العلم الذي يعالج الاختيارات العقلانية استناداً إلى القيم بين الوسائل المؤدية إلى الأهداف¹.
- تُعرف أيضاً على أنها مجموعة من المعايير والمبادئ التي توجه السلوك الإداري، وتشكل خطوطاً إرشادية للمديرين عند اتخاذ القرارات، مما يساعدهم في اختيار البديل الأخلاقي الأنسب الذي يراعي مصالح جميع الأطراف المعنية².
- يشير بعض الباحثين إلى أن أخلاقيات العمل تشمل العدالة والمساواة، إضافةً إلى الالتزام بتوقعات المجتمع، والمنافسة النزيهة، والمسؤولية الاجتماعية، والتصرفات السليمة سواء في البيئة المحلية أو الدولية³.
- يراها آخرون على أنها مجموعة من المبادئ والمعايير التي تحدد السلوك المرغوب في بيئة العمل، والتي يتعهد العاملون بالالتزام بها. كما تتضمن قواعد السلوك المهني وآداب

¹¹ نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة في عالم متغير، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، ص36

² بودراع امينة، دور اخلاقيات الاعمال في تحسين اداء العامل، دراسة عينة من البنوك التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012-2013، ص13

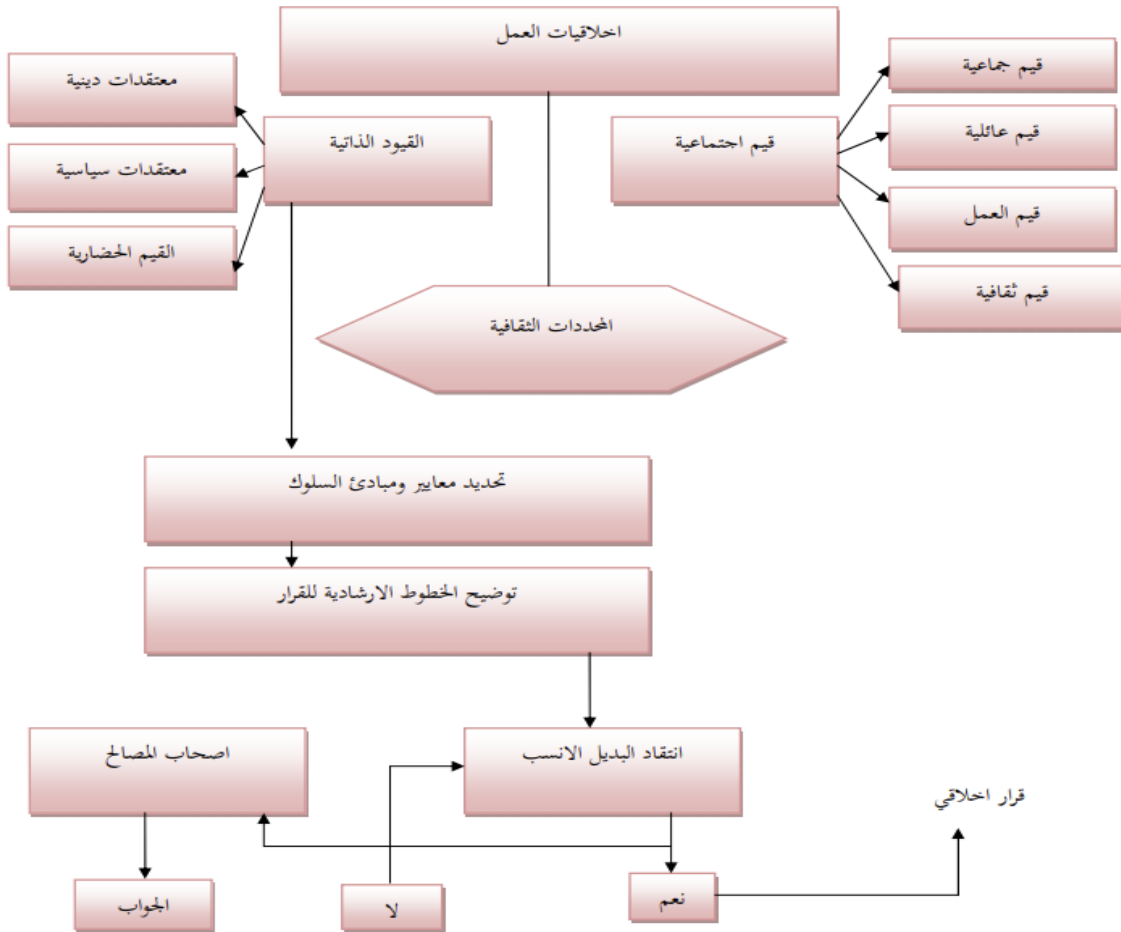
³ دجله مهدي محمود، تأثير الاخلاقيات الوظيفية في الابداع الاداري، بحث ميداني في عينة من المصارف العراقية، مجلة الإدارة المجد السادس والعشرون، العدد الرابع 2013 ص117

المهنة، والتي تم تحديدها وفقاً للوائح والقوانين المنظمة. ويؤدي الإخلال بها إلى فقدان الثقة بين الزملاء، وقد يصل الأمر إلى فرض عقوبات على المخالفين¹.

- يمكن تعريفها أيضاً بأنها مجموعة من المعتقدات والقيم والمبادئ التي تحكم سلوك الأفراد عند اتخاذ القرارات، مما يساعد في التمييز بين الصواب والخطأ، أو بين ما هو جيد وما هو سيئ².

وبناءً على هذه التعريفات، يمكن تعريف أخلاقيات العمل إجرائياً بأنها مجموعة من القواعد والمبادئ القانونية والمهنية التي ينبغي على جميع الأفراد داخل المنظمة الالتزام بها دون استثناء، والتي تحدد الواجبات المهنية المشتركة داخل المنظمة، كما تساهم في حماية حقوق الأفراد والمجتمعات وتعزيز بيئة عمل قائمة على النزاهة والشفافية.

الشكل (1): المفهوم الشمولي لأخلاقيات العمل



المصدر زكريا الدوري، مبادئ ومداخل ووظائف في القرن الحادي والعشرون، دار اليازور العلمية، الاردن، 2010، ص 43

¹ بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، طبعة الثالثة، دار المسيرة لنشر والطباعة، 2013، الاردن، ص 18-

² بوزراع امينة مرجع سبق ذكره ص 14

ثانيا: ابعاد اخلاق العمل

تتكون اخلاق العمل من الابعاد الاتية:¹

- **التعاون:** هو العمل سويا بغية تحقيق غايات مشتركة؛
- **الالتزام بأنظمة العمل:** يعني التقيد عمليا وقوليا بالمنهج والاصل والحكم والحد والاطار والمعيار الى اي خروج عنها؛
- **الالتقان:** يعني انجاز العمل المطلوب من الشخص كما طلب دون نقص بل بالشكل الكامل وبذل الجهد لتنفيذه بالوقت المطلوب ايضا.

ثالثا: أهمية أخلاقيات العمل:

تحظى أخلاقيات العمل بأهمية كبيرة، نظراً لكون الأخلاق من أسمى العلوم وأعلاها قيمة، إذ لا يمكن أن تستقيم الحياة بدونها. فهي ضرورية لاستقرار المجتمع وتقدمه على أسس راسخة من القيم والمبادئ والإخلاص في العمل. ويمكن تلخيص أهمية أخلاقيات العمل في النقاط التالية:²

- تعزيز التنمية الاقتصادية واستمراريتها من خلال التوجيه السليم للموارد المالية وحسن إدارتها، مع تقليل الفاقد والحد من أي تسرب أو سوء استغلال؛
- رفع ثقة المواطنين في المؤسسات، إذ أن انتشار الممارسات غير الأخلاقية يؤثر سلباً على مصداقية القطاعين العام والخاص، مما يستوجب تحليل هذه الظواهر السلبية ومعالجتها؛
- ترسيخ المبادئ والقيم الإيجابية داخل المجتمع، مما يضمن استدامة الحضارة والتقدم دون التخلي عن الأسس الأخلاقية؛
- تحسين سمعة المنظمات على المستويات المحلية والإقليمية والدولية، مما ينعكس إيجاباً على أدائها وقدرتها التنافسية؛
- تجنب التكاليف الباهظة الناتجة عن إهمال المعايير الأخلاقية، حيث يؤدي التجاوز الأخلاقي إلى التعرض للملاحقات القانونية والدعاوى القضائية، خصوصاً إذا ركزت المنظمة على الجوانب الاقتصادية فقط دون مراعاة الأبعاد الاجتماعية والأخلاقية؛

¹ أحمد عبد السلام رجب النفراوي ، توسط المناخ الأخلاقي في العلاقة بين القيادة الأخلاقية والارتباط الوظيفي: دراسة تطبيقية ، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، المجلد 50 ، العدد 4 ، جامعة عين شمس ، مصر ، 2020 ، ص. 197

² احمد بن داود المزجاني الاشعري،الوجيز في اخلاقيات الاعمال،خوارزم العلمية للنشر والتوزيع السعودية 2013 ص23

- تقليل المخاطر التي قد تواجه المؤسسات، حيث إن الالتزام الأخلاقي يحدّ من المخالفات، ويقلّل من معدلات الجريمة والنزاعات، ويعزز احترام القوانين باعتبارها قيمة أخلاقية بحد ذاتها ؛
- الحدّ من الممارسات السلطوية التي قد تمارسها بعض الإدارات على موظفيها، مما يخلق بيئة عمل أكثر إنصافاً وشفافية؛
- التأكيد على أن الأخلاق هي ركيزة أساسية لنهضة الأمم، إذ أظهرت تجارب التاريخ أن انهيار العديد من الحضارات كان نتيجة لانحطاط القيم الأخلاقية؛
- تحقيق التوازن بين تحقيق الربح وتعزيز المسؤولية الاجتماعية، بحيث تأخذ القرارات المؤسسية الأبعاد الأخلاقية والإنسانية بعين الاعتبار؛
- دعم التنمية المستدامة من خلال التربية الأخلاقية، وهو ما أكد عليه أحد وزراء اليابان حينما سُئل عن سرّ تقدم بلادهم، فأجاب بأن السبب الرئيسي يعود إلى التربية الأخلاقية.

الفرع الثاني: مصادر اخلاقيات العمل

تختلف النظم الادارية في مستوياتها وطبيعتها وطرق تعاملها وهذا لا يعني اختلافها من حيث الجوهر قد اجمع الكثير في تحديد المصادر الاساسية الاخلاقية والمتمثلة:¹

المصدر الديني: يُعتبر الدين من أهم مصادر الأخلاق، إذ تحت جميع الأديان، سواء السماوية أو غير السماوية، على القيم الفاضلة والمبادئ الأخلاقية. ويعمل الدين كوسيلة للضبط الاجتماعي، حيث تختلف الأديان في مدى تركيزها على علاقة الفرد بالخالق وعلاقته بالمجتمع. ويمتاز الإسلام، بمصدره القرآن والسنة، بكونه نظام حياة متكامل ينظم علاقات الفرد بالخالق وبالأخرين في المجتمع.

القوانين والتشريعات: يمثل القانون والتشريعات أدوات أساسية لتنظيم حياة الأفراد داخل المجتمع، إذ أنها تتبع من حاجة المجتمع لضبط سلوك أفراده. وتعد القوانين واللوائح من المصادر المهمة للأخلاقيات، حيث تضمن الالتزام بالسلوكيات الأخلاقية في إدارة المؤسسات وتعزز الدقة والشفافية في العمل الإداري.

¹ فاطمة الزهراء، برحومة عبد الحميد، دور الثقافة التنظيمية في ترسيخ اخلاقيات الاعمال التجربة اليابانية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الثالث حول تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص05

الذات الإنسانية: تُعد الأخلاق انعكاسًا لما يشعر به الإنسان تجاه أفعاله، حيث يكون الفعل الأخلاقي جذابًا له عندما يتوافق مع قناعاته الشخصية. إلا أن الاعتماد على الذات وحدها قد يكون محفوفًا بالمخاطر، حيث تختلف القيم الأخلاقية من شخص لآخر، مما قد يؤدي إلى غياب الثبات والاستقرار في السلوكيات الأخلاقية.

الأسرة: تلعب الأسرة دورًا محوريًا في غرس المبادئ الأخلاقية في الفرد منذ الصغر. فالأشخاص الذين نشأوا في بيئات أسرية تعتمد على الصدق والأمانة والاحترام غالبًا ما يظلون متمسكين بهذه القيم في حياتهم المهنية وتعاملهم مع الآخرين.

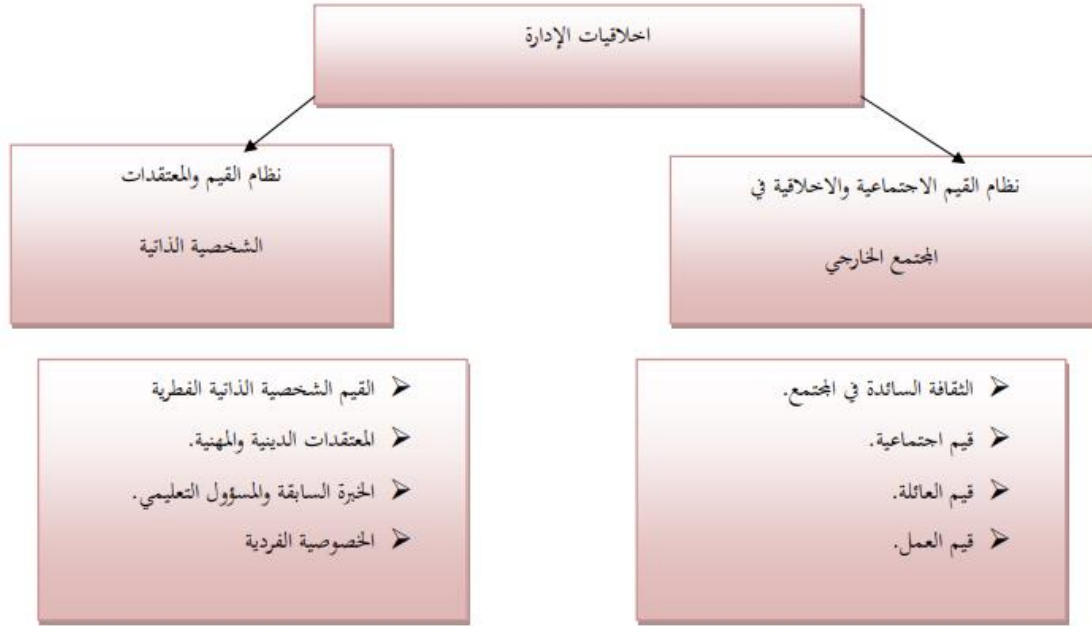
المؤسسات التعليمية والخبرة المكتسبة: تساهم المؤسسات التعليمية في تأهيل الأفراد لسوق العمل من خلال تعزيز مفاهيم الدين والأخلاق والعلاقات العامة، مما يساعد على بناء سلوكيات إيجابية قائمة على الولاء والانتماء للمؤسسة.

الأعراف والتقاليد الاجتماعية: تشكل القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية إطارًا أخلاقيًا يضبط السلوك الفردي، حيث تكتسب بعض الأعراف قوة القانون في توجيه الأفراد نحو التصرفات السليمة في بيئات العمل.

المصدر الاقتصادي: تلعب الظروف الاقتصادية دورًا أساسيًا في تشكيل السلوكيات الأخلاقية، إذ أن الأوضاع الاقتصادية الصعبة قد تدفع البعض إلى ممارسات غير أخلاقية مثل الغش واستغلال الوظيفة. ومع تطور التكنولوجيا وزيادة المغريات، أصبح البعد الاقتصادي أكثر تأثيرًا على أخلاقيات العمل.

المصدر السياسي: يؤثر النظام السياسي في المجتمع بشكل مباشر على أخلاقيات الأفراد، فالنظام الديمقراطي الذي يعزز المشاركة واحترام الرأي الآخر ينعكس إيجابيًا على القيم الأخلاقية، بينما يؤدي النظام الديكتاتوري الفاسد إلى تراجع المبادئ الأخلاقية وانتشار الفساد في بيئة العمل.

الشكل (02): مصادر اخلاقيات العمل



المصدر بلال خلف سكارنة، اخلاقيات العمل، دار المسيرة، الاردن، 2013، ص57

الفرع الثالث: عناصر اخلاقيات العمل

تتمثل عناصر اخلاقيات الادارة في:¹

النسيج الثقافي: يعد ظهور الثقافة التنظيمية في الادارة اواخر الثلاثينيات من القرن الماضي وتزايد الاهتمام بها في مرحلة الخمسينيات والذي كان بمثابة الولادة الحقيقية لمفهوم الثقافة التنظيمية والنسيج الثقافي هو بناء ذو مستويين من الخصائص الملحوظة وغير الملحوظة الاولى بنماذج السلوك والرموز واللغة والاساطير وتتمثل الخصائص الملحوظة بالقيم والعادات والمعتقدات والافتراضات المشتركة بذلك الوصف فإن النسيج الثقافي هو نماذج لهذين المستويين يواجه اعضاء المنظمة لمعالجة المشاكل المتعلقة بتكيفها الخارجي وتوازنها الداخلي وتشكل ثقافة المنظمة واحدة من أهم القوى في تكوين اخلاقيات الادارة في المنظمة.

تشكيل اخلاقيات الفرد يدخل في تكوين اخلاق الافراد جملة من المصادر التحديد ما هو صحيح وما هو خطأ فالقرآن الكريم والسنة النبوية المقدسة الاخرى والضمير والاباء وكذا القوانين اي تمنح

¹ محمد ال حسين، اثر ابعاد الثقافة التنظيمية في محفظة اخلاقيات العمل (دراسة مقارنة بين العراق والهند وكوريا الجنوبية)، المجلة العربية للإدارة المجلد 41، العدد3، العراق، 2021، ص228

هذه المصادر القدرة على الحكم على ما هو صحيح وما هو خطأ ازاء المواقف والحالات التي تواجه الفردشأنها.

انظمة المنظمة: تساهم الانظمة والسياسات ومجموعة المبادئ الاخلاقية في تشكيل اخلاقيات الادارة والتي من توجه سلوك الفرد باتجاه معين، ولكل نظام تأثير خاص على طبيعة سلوك العادي وهذا التأثير هو الذي يتحكم فيالسلوك باتجاه يعزز او يضعف العمل باخلاقيات الادارة .

الجمهور الخارجي: تشكل الانظمة الحكومية والزبائن والجماعات المستفيدة والقوى التي تسهم في تكوين اخلاقيات الادارة وتوجهها باتجاه معين دون غيره لاسيما في عالم اليوم الذي يتصف بزيادة المنافسة وتحول الاسواق والتطور التكنولوجي الذي يجعل تقادم المنتجات خلال فترة زمنية تكاد لا تهدف.

الفرع الرابع: وسائل ترسيخ اخلاقيات العمل

إن الالتزام بالأخلاق يعد ضرورة لكل فرد، غير أن إدارة المؤسسة لا يمكنها الاعتماد فقط على قناعة العاملين الذاتية بأخلاقيات العمل، بل يجب أن تضع إطاراً واضحاً يحدد ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي وفقاً لثقافتها المؤسسية. إذ أن غياب هذا الإطار يؤدي إلى اختلاف المعايير بين الموظفين، مما يستدعي فرض الالتزام بأخلاقيات المهنة بشكل صارم، لا سيما في مجالات مثل دقة التقارير الإدارية، ونزاهة البيانات، ومنع نشر العداء بين العاملين.

وفي هذا السياق، هناك عدة وسائل لتعزيز وترسيخ أخلاقيات العمل داخل المؤسسة، منها¹:

تنمية الرقابة الذاتية: فالموظف الناجح هو من يراقب الله قبل أن يراقبه المسؤول، ويضع المصلحة العامة فوق المصلحة الشخصية. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تعزيز الإيمان، وتعميق الحس الوطني، وترسيخ الشعور بالمسؤولية، وإقناع الموظفين بأهمية دورهم في المؤسسة.

القدوة الحسنة: يمثل النبي محمد ﷺ خير قدوة في الأخلاق، لذا ينبغي الاقتداء بأخلاقه وقيمه في التعاملات المهنية، مما يساهم في بناء بيئة عمل قائمة على النزاهة والاحترام المتبادل.

وضع أنظمة وقوانين واضحة: مثل إعداد ميثاق لأخلاقيات العمل وتوزيعه على الموظفين ليكون مرجعاً لهم، بالإضافة إلى إلزامهم بالقيم الأخلاقية الخاصة بوظائفهم.

¹ راحم لخيري، تأثير مبادئ الحكومة على اخلاقيات العمل في المؤسسة الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 18، 2017، ص 134

مكافأة الموظف الملتزم أخلاقياً: يجب تقدير الموظفين الملتزمين أخلاقياً عبر المكافآت والحوافز والترقيات، مما يشجع على تبني السلوكيات الإيجابية داخل المؤسسة.

تعزيز الوعي الأخلاقي والتحليل الأخلاقي للمشكلات: لا يمكن ترسيخ القيم الأخلاقية والانضباط فقط من خلال المناهج النظرية، بل لا بد من وضع معايير واضحة، وتطوير أدوات تساعد الموظفين على تحليل المواقف من منظور أخلاقي، والتعامل مع المشكلات التي تواجههم بوعي ومسؤولية. ويمكن تحقيق ذلك عبر إنشاء مكتب مختص بأخلاقيات الوظيفة، يرتبط برئاسة الوزراء أو البرلمان، مما يمنحه الاستقلالية والاعتبار اللازمين.

فرض الجزاء والردع: يجب التعامل بحزم مع أي تصرف عدواني أو إيذاء داخل بيئة العمل، مع فرض احترام متبادل بين الموظفين، وضمان الالتزام بالأخلاقيات المهنية كجزء أساسي من متطلبات العمل، وليس مجرد خيار فردي.

المطلب الثاني: ماهية الميزة التنافسية

الميزة التنافسية هي العنصر الذي يميز شركة أو مشروعاً عن منافسيه، مما يمنحه تفوقاً في السوق. يمكن أن تكون هذه الميزة متعلقة بالجودة، السعر، الابتكار، خدمة العملاء، أو أي عامل آخر يجعل المنتج أو الخدمة أكثر جاذبية للعملاء. تحقيق ميزة تنافسية يتطلب استغلال الموارد بكفاءة، وفهم احتياجات السوق، وتطوير استراتيجيات تضمن الاستمرارية والتفوق على المنافسين.

الفرع الأول: مفهوم وأهمية الميزة التنافسية.

من خلال هذا الفرع سوف يتم التركيز على مفهوم الميزة التنافسية على مستوى المؤسسة، مع التطرق إلى أهمية الميزة التنافسية.

أولاً : مفهوم الميزة التنافسية.

يشغل مفهوم الميزة التنافسية حيزاً هاماً في مجالات إدارة الأعمال والإدارة الاستراتيجية، إذ يمثل العنصر الحاسم الذي يتيح للمؤسسة تحقيق ربحية مستدامة مقارنةً بمنافسيها. ويعتمد نجاح المؤسسة على قدرتها على خلق قيمة مضافة لعملائها بطريقة تفوق ما يقدمه المنافسون.

حاول العديد من الباحثين تحديد مفهوم الميزة التنافسية، ومن بين أبرز التعريفات ما يلي:

- مايكل بورتر (1985): يرى أن الميزة التنافسية تنشأ من القيمة التي تخلقها المؤسسة لزبائنها، والتي قد تتمثل في أسعار أقل بنفس الجودة، أو منتج فريد يبرر السعر الأعلى¹.
- فاهاي (1989): يعرف الميزة التنافسية بأنها أي شيء يميز المؤسسة إيجابياً عن منافسيها في نظر المستهلك النهائي، مما يعني أن المستهلك هو الحكم الأساسي في تحديد وجود ميزة تنافسية من عدمه².
- لينش (2000): يركز على أن الميزة التنافسية تعني قدرة المؤسسة على خلق شيء متفرد يميزها عن المنافسين، مما يشير إلى أن التميز في المنتج أو الخدمة هو العامل الأساسي في تحقيق هذه الميزة³.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريفها كما يلي الميزة التنافسية هي العوامل أو القدرات التي تجعل المؤسسة فريدة وتجذب العملاء إليها بدلاً من اختيار المنافسين، مما يعزز قدرتها على تحقيق أداء مالي مستدام ونمو مستمر.

ثانيا : أهمية الميزة التنافسية:

تعد الميزة التنافسية عاملاً أساسياً في نجاح المؤسسات، حيث تسعى جميع الشركات، بغض النظر عن نوعها، إلى تحقيقها لمواجهة التحديات التنافسية في البيئة الاقتصادية. وتكمن أهمية امتلاك ميزة تنافسية في قدرتها على: خلق قيمة مضافة تلبي احتياجات العملاء وتعزز ولاءهم، مما يساهم في ترسيخ سمعة إيجابية للمؤسسة؛ تحقيق تفوق استراتيجي على المنافسين من خلال تقديم منتجات وخدمات متميزة، إلى جانب التفوق في استغلال الموارد والكفاءات والاستراتيجيات المتبعة؛ ضمان حصة سوقية قوية وتحقيق أرباح مستدامة تضمن بقاء المؤسسة واستمراريتها في السوق⁴.

ثالثاً: خصائص الميزة التنافسية

- تتميز الميزة التنافسية بعدة خصائص تجعلها فعالة في تحقيق التفوق في السوق، حيث يجب أن تكون فريدة، مستدامة، وقابلة للتطوير لتضمن نجاح الشركة على المدى الطويل وهي كالتالي⁵:
- الميزة التنافسية ذات طابع نسبي، فهي تتحقق بالمقارنة مع المؤسسات المنافسة وليست مطلقة.

¹ مصطفى محمود أبو بكر ، الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية ، الدار الجامعية ، مصر، 13

² علي السلمي ، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية ، دار غريب للنشر والطباعة، مصر، ص26

³ نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال ، مركز الإسكندرية ، مصر، ص57

⁴ مصطفى محمود أبو بكر ، مرجع سبق ذكره، ص21

⁵ وائل محمد ادريس ، الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي ، الدار اليازوري للطباعة والنشر، الاردن، 2007، ص96

- لتحقيق الميزة التنافسية، يجب أن تتميز المؤسسة بالتفوق والأفضلية بين منافسيها؛
- تتبع الميزة التنافسية من داخل المؤسسة، مما يسهم في خلق قيمة مضافة لها؛
- تنعكس هذه الميزة في كفاءة أداء المؤسسة لأنشطتها، أو في القيمة التي تقدمها للعملاء، أو في كليهما معاً؛
- ينبغي أن تؤثر الميزة التنافسية في إدراك العملاء لجودة المنتجات أو الخدمات، مما يدفعهم إلى تفضيل المؤسسة والشراء منها؛
- عند تطويرها، تكون الميزة التنافسية طويلة الأمد ولا تزول بسرعة؛
- تستند إلى فهم دقيق لرغبات واحتياجات العملاء؛
- تتميز بصعوبة التقليد من قبل المنافسين، مما يعزز استدامتها؛
- تسهم في توجيه وتحفيز المنظمة ككل نحو تحقيق أهدافها؛
- يؤدي تحقيق الميزة التنافسية إلى تعزيز مكانة المؤسسة وتفوقها على منافسيها؛
- تبقى فعالة لفترة طويلة، خاصة عند تطويرها وتجديدها باستمرار.

الفرع الثاني ابعاد وانواع الميزة التنافسية

تتعدد أبعاد وأنواع الميزة التنافسية وفقاً لطبيعة السوق واستراتيجيات الشركات، حيث تختلف في كيفية تحقيقها وتأثيرها على التفوق والاستدامة.

اولا : ابعاد الميزة التنافسية

للميزة التنافسية بعدان أساسيان¹:

1. القيمة المدركة لدى العميل:

تستطيع المنظمات الاستفادة من إمكانياتها المختلفة لتحسين القيمة التي يدركها العملاء للسلع والخدمات التي تقدمها، مما يساهم في بناء ميزتها التنافسية. على سبيل المثال، تمكنت شركة IBM في السبعينات من السيطرة على صناعة الحواسيب الآلية، لكنها لم تدرك أهمية السوق المتنامي للحواسيب الشخصية، مما أدى إلى خسائر بلغت حوالي 90 مليون دولار، واضطرها إلى إعادة النظر في استراتيجياتها وسياساتها وهياكلها التنظيمية.

تتحقق الميزة التنافسية عندما يشعر العملاء بأنهم يحصلون على قيمة أعلى عند التعامل مع المؤسسة مقارنةً بمنافسيها.

¹ محي الدين القطب ، الخيار الإستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية ، دار حامد للطباعة والنشر والتوزيع ، الاردن، ص20

ورغم أن الدراسات تشير إلى أن السعر يلعب دورًا كبيرًا في تحديد مفهوم القيمة لدى العميل، إلا أن الأمر أكثر تعقيدًا من مجرد مقارنة السعر بالجودة. فالقيمة تشمل أيضًا مدى إقناع المنتج أو الخدمة، ومدى الاعتمادية عليهما، إضافةً إلى خدمات ما بعد البيع. وتلعب إدارة الموارد البشرية دورًا محوريًا في تعزيز مفهوم القيمة لدى العملاء من خلال تصميم وتنفيذ برامج تتماشى مع احتياجاتهم، وتوفير الكفاءات القادرة على تلبيتها.

2. التميز:

يمكن تحقيق الميزة التنافسية أيضًا من خلال تقديم سلعة أو خدمة يصعب على المنافسين تقليدها أو إنتاج بديل مماثل لها. وتوجد عدة مصادر للتميز، أبرزها:

- الموارد المالية: حيث يمكن للمنظمة الحصول على تمويل بشروط مميزة تتيح لها إنتاج سلع وخدمات بأسعار تنافسية.
- الموارد المادية: وتشمل المعدات والتكنولوجيا والقدرة على تأمين الإمدادات اللازمة للإنتاج، مما يساعد في تقديم المنتجات أو الخدمات بطريقة فريدة.
- الموارد البشرية: إذ يُعزى نجاح العديد من المنظمات إلى ما تمتلكه من مهارات وقدرات بشرية متميزة.
- الإمكانيات التنظيمية: وتشمل إدارة الأنظمة والموارد البشرية بفعالية لتلبية احتياجات العملاء. وتتميز هذه الإمكانيات عن غيرها بقدرتها على إضافة قيمة فريدة لمنتجات أو خدمات المنظمة، يصعب على المنافسين تقليدها أو استنساخها.

ثانيا: انواع الميزة التنافسية

وفقًا لمايكل بورتر، هناك نوعان رئيسيان من الميزة التنافسية التي يمكن للمؤسسات تحقيقها ويمكن للمؤسسة التفوق على منافسيها إما من خلال تقليل تكاليف الإنتاج، مما يمنحها ميزة السعر المنخفض، أو من خلال تقديم منتجات وخدمات متميزة وهي كالتالي:¹

1. ميزة التكلفة الأقل:

لتحقيق ميزة التكلفة الأقل، يجب على المؤسسة خفض تكاليفها إلى ما دون تكاليف منافسيها. ويتم ذلك من خلال التعرف على العوامل المؤثرة في التكاليف ومراقبتها باستمرار، حيث يسهم التحكم الفعال في هذه العوامل في تحقيق الميزة التنافسية. تشمل هذه العوامل:

¹ فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة : مدخل إستراتيجي للمنافسة، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، ص115

- **مراقبة الحجم:** تخفيض تكاليف الإنتاج من خلال التوسع في تشكيلة المنتجات، الأسواق، الأنشطة التسويقية، أو الاستثمار في وسائل إنتاج جديدة، مما يحقق وفورات الحجم؛
 - **مراقبة التعلم:** تعزيز مهارات الموظفين والإداريين عبر التعلم المستمر والتدريب، مما يحسن الكفاءة ويقلل الأخطاء والتكاليف؛
 - **مراقبة الروابط:** تحليل الروابط بين الأنشطة المختلفة داخل المؤسسة واستغلالها بشكل استراتيجي لزيادة الكفاءة وتحقيق التكامل في سلسلة القيمة؛
 - **مراقبة الإلحاق:** تجميع بعض الأنشطة المهمة أو نقل الخبرات بين وحدات المؤسسة لتحقيق أقصى استفادة من الإمكانيات المشتركة؛
 - **مراقبة الإجراءات:** تقييم الإجراءات التشغيلية بشكل دوري، وإلغاء أو تعديل تلك التي لا تسهم في تحقيق ميزة التكلفة الأقل أو التي تؤدي إلى زيادة غير مبررة في التكاليف؛
 - **مراقبة تموضع الأنشطة:** تحسين التموضع الاستراتيجي للأنشطة داخل المؤسسة، بما يشمل العلاقة مع الموردين وعملاء، مما يؤثر على تكاليف الأجور، الإمدادات، وكفاءة العمليات؛
 - **مراقبة الرزنامة:** الاستفادة من الدخول المبكر إلى الأسواق لتعزيز ميزة التكلفة، أو انتظار التغيرات التكنولوجية للحصول على صورة أوضح قبل اتخاذ القرارات الاستراتيجية.
2. **ميزة التميز:**

يمكن للمؤسسة تحقيق ميزة التميز عندما تمتلك خصائص فريدة تجعل عملاءها أكثر ارتباطاً بمنتجاتها وخدماتها. ويتحقق ذلك عندما تقدم المؤسسة شيئاً منفرداً يصعب تقليده من قبل المنافسين، سواء من خلال المواصفات الفنية، التصميم، العلامة التجارية، أو غيرها من عوامل التميز. ولتحقيق هذه الميزة، يجب على المؤسسة التركيز على عوامل التفرد، والتي تشمل:

- **الإجراءات التقديرية:** تحسين العمليات والإجراءات بما يخلق قيمة إضافية للعميل؛
- **الروابط:** استغلال الترابط بين الأنشطة المختلفة لتعزيز التميز؛
- **الرزنامة المتوقعة:** تحديد التوقيت المناسب لإطلاق المنتجات أو الخدمات لضمان الريادة في السوق؛
- **الإلحاق:** دمج الخبرات والقدرات التنظيمية بطريقة تعزز التفرد؛
- **التعلم وآثاره:** تعزيز التعلم المؤسسي وتحسين الكفاءات لتحقيق تميز مستدام؛
- **التكامل:** تحقيق تكامل سلس بين مختلف أقسام المؤسسة لضمان تقديم قيمة مضافة؛
- **الحجم:** استخدام حجم المؤسسة بشكل استراتيجي لدعم التفرد والتميز؛

لتحقيق ميزة التميز، يجب على المؤسسة تحديد المجالات التي يمكنها التفرد فيها، والتركيز على العوامل التي تضمن استدامة هذا التميز. ويعتبر التعلم من أهم العوامل المؤثرة، حيث يساهم امتلاك المعرفة والخبرة في المحافظة على تفوق المؤسسة على المدى الطويل.

الفرع الثالث محددات ومصادر الميزة التنافسية

تتأثر الميزة التنافسية بعدة محددات ومصادر تشكل أساس قوتها في السوق، مما يساهم في تحقيق التفوق والاستدامة أمام المنافسين

أولا محددات الميزة التنافسية

تسعى كل من الدول المتقدمة والنامية إلى الاستحواذ على القدرة التنافسية والعمل على زيادتها وكما هو معلوم فإن الميزة التنافسية يجب أن تستجيب للتغيرات في البيئة الدولية ، وقد أرجع بورتر الميزة التنافسية في أية صناعة إلى أربعة محددات رئيسية تؤثر كل منها في الأخرى كما يلي:¹

1. **أوضاع عوامل الإنتاج:** لا تقتصر عوامل الإنتاج وفقاً لنظرية الميزة التنافسية على العمل ورأس المال فحسب، بل تشمل أيضاً الموارد البشرية، المعرفة، المناخ، والموقع الجغرافي. وتحقق الميزة التنافسية من خلال الكفاءة في استخدام هذه العوامل، بالإضافة إلى تفاعلها مع المحددات الأخرى التي تؤثر في تنافسية المؤسسة.
2. **أوضاع الطلب المحلي:** يتمثل الطلب المحلي في هيكله، معدل نموه، ومدى توافقه مع الطلب العالمي. فإذا كان الطلب المحلي يركز على السلع كثيفة التكنولوجيا، فإنه يحفز الشركات على تطوير منتجاتها ورفع جودتها، مما يمنحها ميزة تنافسية في الأسواق العالمية.
3. **الصناعات المكملية والمغذية:** يُعد توفر الصناعات المكملية والمغذية من العوامل المهمة التي تعزز الميزة التنافسية، حيث تساهم هذه الصناعات في توفير المدخلات بسرعة ومرونة، مما يساهم في تقليل التكاليف وتحقيق أسعار تنافسية. كما يؤدي وجود هذه الصناعات إلى تقليل المسافات في سلاسل الإمداد، وتسهيل تبادل المعلومات والأفكار والتكنولوجيا، مما يساهم في تعزيز الابتكار وتطوير المهارات الإنتاجية والإدارية.
4. **استراتيجية المنشأة وهيكلها ودرجة المنافسة:** يتضمن هذا العامل الأهداف والاستراتيجيات وأساليب تنظيم المنشأة، إلى جانب طبيعة المنافسة المحلية. فكلما زادت حدة المنافسة

¹ محي الدين القطب، مرجع سبق ذكره، ص33

المحلية، ارتفعت مستويات الابتكار والإبداع، مما يعزز قدرة الشركات على النجاح عالمياً. كما تؤثر المناهج الإدارية والمهارات التنظيمية بشكل مباشر على قدرة الدول على تحقيق مزايا تنافسية في صناعات مختلفة، حيث تلعب العلاقة بين الإدارة والعمال دوراً حيوياً في تطوير وتحسين الابتكار داخل المنشآت.

ثانياً: مصادر الميزة التنافسية

تتنوع مصادر الميزة التنافسية وفقاً لطبيعة السوق وقدرات الشركة، حيث تعتمد على مواردها وإمكاناتها في تحقيق التفوق وهي كالتالي:¹

1. الكفاءة:

وتنسب الكفاءة إلى المعرفة والقدرات التي تتمتع بها منظمة الأعمال والتي تساعد على القيام بنشاطها بطريقة أكثر من المنافسين، بحيث تجسد الكفاءة في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة، وتقاس بكمية المدخلات المستخدمة لإنتاج مخرجات محددة، تعتبر المؤسسة أداة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، فالمدخلات هي العوامل الأساسية للإنتاج مثل العمالة والأرض، أما المخرجات تتمثل في السلع والخدمات، فكلما ارتفع معدل كفاءة المؤسسة كلما قلت المدخلات المطلوبة لإنتاج مخرجات معينة، فالمؤسسة تتميز تكاليفها لانخفاض إذا كانت تستحوذ على كفاءة إنتاجية عالية مقارنة بمنافسيها، مما يسمح لها ببناء مزايا تنافسية. إلا أن تحقيق الكفاءة يقتضي التزاماً واسع النطاق على مستوى المؤسسة والقدرة على تحقيق تعاون وثيق بين الوظائف المختلفة.

2. الجودة

مع التطورات السريعة والمتلاحقة، أصبح اهتمام المؤسسات منصباً بشكل متزايد على تلبية رغبات المستهلكين وضمان رضاهم. فلم يعد السعر هو العامل الوحيد الذي يؤثر في سلوك المستهلك، بل أصبحت الجودة في مقدمة أولوياته والقيمة الأساسية التي يسعى للحصول عليها. لذلك، فإن المؤسسات الراغبة في الحفاظ على قدرتها التنافسية تحتاج إلى إنتاج منتجات عالية الجودة. فالسمعة القوية المبنية على الجودة تمنح المؤسسة القدرة على فرض أسعار مرتفعة، كما أن ضمان سلامة العملية الإنتاجية وخلوها من العيوب يساهم في تعزيز الكفاءة وخفض التكاليف.

¹ فلاح الحسن الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص 130

ويمكن تحقيق ذلك من خلال استخدام التقنيات الحديثة، وتحسين العمليات التشغيلية عبر الإدارة الفعالة والتدريب المستمر.

3. المعرفة

تُعتبر الأصول الفكرية عنصراً أساسياً لاستمرار المؤسسات في بيئة تنافسية تعتمد بشكل متزايد على المعلومات والمعرفة. فقد أصبح قياس الأصول الفكرية، مثل براءات الاختراع والعلامات التجارية المتميزة، جزءاً لا يتجزأ من السياسات الاستثمارية الحديثة. وتستثمر العديد من المؤسسات بشكل مكثف في المعرفة، حيث تعمل على استيعاب أفضل الممارسات وإعادة إنتاجها لتحقيق أقصى استفادة من رأس مالها الفكري. غير أن نجاح هذا الاستثمار يتطلب تحديد التحديات المرتبطة بتطبيق المعرفة داخل المؤسسة.

فالمؤسسات الرائدة هي تلك التي توظف معارفها بفعالية، وتنقلها عبر قنواتها التنظيمية لتطوير المنتجات والخدمات، وتحسين الهياكل والعمليات. وفي ظل التغيرات المتسارعة في الأسواق والتكنولوجيا والمنافسة، تتميز المؤسسات الناجحة بقدرتها على توليد المعرفة الجديدة وتوظيفها في التكنولوجيا، والمنتجات، والخدمات، وأساليب العمل، مما يسهم في خلق ميزة تنافسية مستدامة.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

سنحاول في هذا المبحث التعرض لأهم الدراسات السابقة (عربية وأجنبية) والتي لها علاقة مباشرة بمتغيرات الدراسة، وقد تم عرض هذه الدراسات السابقة وفق تتبع زمني من الأقدم إلى الأحدث، ثم بعد ذلك التعقيب على هذه الدراسات وإبراز أهم نقاط التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، وتختتم المبحث بإبراز جوانب الاستفادة من هذه الدراسات السابقة وما أضافته إلى الدراسة الحالية.

الفرع الأول : الدراسات باللغة العربية

تم الاعتماد على عدة دراسات وبحوث علمية لها علاقة مباشرة بالموضوع وتم تقسيم المطلب الى قسمين ،ومن بين الدراسات نذكر ما يلي:

1. الدراسات السابقة المتعلقة بالأخلاقيات العمل

- دراسة بلقايد محمد جواد 2019 الدراسة عبارة عن اطروحة دكتوراه بعنوان : دور المسؤولية الاجتماعية و اخلاقيات العمل في الرفع من اداء الموارد البشرية

اشكالية الدراسة: هل تساهم المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل في الرفع من أداء الموارد البشرية في المؤسسة؟

المنهج المتبع تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المعتمدة على المنهج الوصفي التحليلي

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل في تحسين أداء الموارد البشرية، من خلال تعزيز بيئة عمل إيجابية، وتحفيز الموظفين، وزيادة ولائهم للمؤسسة. كما سعت إلى تحليل تأثير تبني القيم الأخلاقية والممارسات المسؤولة اجتماعيًا على رفع الإنتاجية، وتقليل معدل دوران العمالة، وتعزيز صورة المؤسسة داخليًا وخارجيًا.

وقد أظهرت النتائج أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل يساهم في خلق بيئة عمل محفزة تشجع على الابتكار والتفاني في العمل، مما ينعكس إيجابًا على الأداء العام للموارد البشرية. كما تبين أن المؤسسات التي تتبنى سياسات مسؤولة اجتماعيًا وتلتزم بالسلوك الأخلاقي تحقق مستويات أعلى من الرضا الوظيفي والانتماء المؤسسي، مما يؤدي إلى تحسين الإنتاجية وتعزيز القدرة التنافسية في السوق.

- دراسة لطرش محمد 2019 الدراسة عبارة عن مقال علمي بعنوان: دور الثقافة التنظيمية في إرساء اخلاقيات العمل

اشكالية الدراسة : ماهو دور الثقافة التنظيمية في إرساء اخلاقيات العمل؟

المنهج المتبع تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المعتمدة على المنهج الوضعي

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور الثقافة التنظيمية في إرساء أخلاقيات العمل داخل المؤسسات، من خلال تحديد تأثير القيم والمبادئ التنظيمية على سلوك الموظفين، وتعزيز بيئة عمل قائمة على النزاهة والشفافية والمسؤولية. كما سعت إلى إبراز العلاقة بين الثقافة التنظيمية القوية ومدى التزام الأفراد بالسلوك الأخلاقي، وتأثير ذلك على الأداء العام للمؤسسة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الثقافة التنظيمية تلعب دورًا محوريًا في تعزيز أخلاقيات العمل، حيث إن المؤسسات التي تعتمد على قيم واضحة مثل العدالة، والاحترام، والمساءلة، تحقق بيئة عمل إيجابية تدعم اتخاذ القرارات الأخلاقية وتحد من السلوكيات غير المشروعة. كما أظهرت النتائج أن ترسيخ ثقافة تنظيمية قائمة على الأخلاق ينعكس إيجابًا على رضا الموظفين، ويزيد من ثقة العملاء وأصحاب المصالح، مما يعزز سمعة المؤسسة ويمنحها ميزة تنافسية مستدامة.

2. الدراسات السابقة المتعلقة بالميزة التنافسية

- دراسة خالد خالفي 2014 الدراسة عبارة عن اطروحة دكتوراه بعنوان: التسويق الاستراتيجي و تحقيق الميزة التنافسية

اشكالية الدراسة كيف يؤثر التسويق الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية؟ المنهج المتبع تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المعتمدة على المنهج الوضعي

المنهج المتبع تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المعتمدة على المنهج الوصفي التحليلي

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور التسويق الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات من خلال استراتيجيات التمايز، التكلفة، والتركيز، بالإضافة إلى دراسة تأثير العوامل الداخلية والخارجية على القدرة التنافسية. كما سعت إلى تحديد كيفية استغلال الموارد المتاحة لتعزيز الأداء التنافسي، وتحقيق رضا العملاء، وضمان استدامة النمو في الأسواق المستهدفة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن التسويق الاستراتيجي يلعب دورًا محوريًا في بناء الميزة التنافسية من خلال تحليل السوق وتحديد الفرص، إضافة إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات، والابتكار

المستمر في العمليات التسويقية. كما أظهرت النتائج أن المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات تسويق قائمة على فهم احتياجات العملاء والتكيف مع المتغيرات البيئية تحقق تفوقاً واضحاً على المنافسين، مما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

- دراسة مالكي نادية فاطمة الزهراء وقريش بن علال 2021 الدراسة عبارة عن مقال علمي بعنوان: تحقيق الميزة التنافسية بالاعتماد على نظام إدارة الجودة الشاملة

الاشكالية : هل يوجد علاقة ارتباط بين أبعاد إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الميزة التنافسية

في مؤسسة موبيليس للاتصالات؟

المنهج المتبع تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات المعتمدة على المنهج الوصفي التحليلي هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور نظام إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات، من خلال تحسين الأداء الداخلي، وتعزيز رضا العملاء، وتقليل التكاليف وزيادة الكفاءة الإنتاجية. كما ركزت على توضيح العلاقة بين تطبيق معايير الجودة الشاملة والقدرة التنافسية للمؤسسة في السوق، إضافةً إلى إبراز أهمية التحسين المستمر والابتكار في العمليات لضمان الاستدامة والنمو. وقد توصلت الدراسة إلى أن تبني نظام إدارة الجودة الشاملة يسهم بشكل مباشر في تحقيق الميزة التنافسية عبر تحسين جودة المنتجات والخدمات، وزيادة رضا العملاء، وتعزيز سمعة المؤسسة في السوق. كما أظهرت النتائج أن المؤسسات التي تدمج معايير الجودة في عملياتها التشغيلية تحقق كفاءة أكبر في استخدام الموارد، وتتمكن من خفض التكاليف التشغيلية، مما يمنحها ميزة تنافسية طويلة الأمد ويؤدي إلى تعزيز قدرتها على مواجهة المنافسة في الأسواق المحلية والدولية.

الفرع الثاني: الدراسات السابقة باللغة الاجنبية

تم الاعتماد على عدة دراسات وبحوث علمية لها علاقة مباشرة بالموضوع وتم تقسيم المطلب الى قسمين ،ومن بين الدراسات نذكر ما يلي:

1. الدراسات السابقة حول اخلاقيات العمل

Muhammad Ari Luthfi 2025 THE MEDIATING & MODERATING EFFECT OF WORK MOTIVATION IN THE RELATIONSHIP BETWEEN WORK ETHICS AND EMPLOYEE PERFORMANCE

الاشكالية "ما هو الدور الذي تلعبه دافعية العمل كعامل وسيط ومعدّل في العلاقة بين أخلاقيات العمل وأداء الموظف؟"

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين أخلاقيات العمل وأداء الموظف، مع التركيز على فهم الدور الذي تلعبه دافعية العمل كعامل وسيط ومعدّل في هذه العلاقة. وتسعى الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير أخلاقيات العمل في تحسين أداء الموظف بشكل مباشر، بالإضافة إلى استكشاف كيف يمكن لدافعية العمل أن تعزز أو تُضعف هذا التأثير و توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية واضحة بين أخلاقيات العمل وأداء الموظف، حيث تبين أن الموظفين الذين يتمتعون بأخلاقيات عمل عالية يؤدون بشكل أفضل. كما أظهرت النتائج أن دافعية العمل تلعب دوراً وسيطاً، إذ تساهم في تعزيز تأثير أخلاقيات العمل على الأداء الوظيفي. إضافة إلى ذلك، تبين أن دافعية العمل تؤدي دوراً معدّلاً، حيث تكون العلاقة بين الأخلاقيات والأداء أقوى لدى الأفراد ذوي الدافعية العالية مقارنةً بذوي الدافعية المنخفضة

JOHN-VIANNEY IBE 2025 WORK ETHICS AND ATTITUDINAL CHANGE FOR GREATER PRODUCTIVITY IN TERTIARY EDUCATION IN NIGERIA

الاشكالية إلى أي مدى تساهم أخلاقيات العمل والتغيير الإيجابي في اتجاهات وسلوكيات العاملين في تعزيز الإنتاجية داخل مؤسسات التعليم العالي في نيجيريا؟

تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء مدى تأثير أخلاقيات العمل على الأداء العام في مؤسسات التعليم العالي في نيجيريا، من خلال التركيز على أهمية التغيير في الاتجاهات والسلوكيات الفردية والجماعية. كما تسعى إلى تسليط الضوء على العلاقة بين الانضباط المهني والالتزام الأخلاقي من جهة، والإنتاجية من جهة أخرى، وأظهرت نتائج الدراسة أن ضعف الالتزام بأخلاقيات العمل يشكّل عائقاً كبيراً أمام تحقيق مستويات عالية من الإنتاجية في مؤسسات التعليم العالي في نيجيريا. كما تبين أن التغيير الإيجابي في اتجاهات العاملين وسلوكياتهم، مثل الانضباط، والشفافية، والإخلاص في العمل، يساهم بشكل مباشر في تحسين الأداء ورفع كفاءة المؤسسات. وأكدت الدراسة على ضرورة تبني برامج تدريبية وسياسات مؤسسية تركز على تعزيز القيم الأخلاقية وتغيير السلوكيات السلبية من أجل تحقيق إنتاجية أفضل في القطاع الأكاديمي

2. الدراسات السابقة حول الميزة التنافسية

Mario Gomez et José Carlos Rodriguez 2004: The advantage of competition for mexcan companies

الاشكالية كيف يمكن للشركات المكسيكية الاستفادة من ميزة التنافسية لتحسين أدائها وزيادة قدرتها على النمو والابتكار في الأسواق المحلية والدولية
المنهج تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي

هدفت هذه الدراسة التعرف على طبيعة فائدة التنافس في الاقتصاديات الناشئة، العالم الجديد الذي تتميز فيه الأسواق على إفراح المجال لإيجاد الفائدة المرجوة من تنافس الشركات بشكل دائم أو مؤقت الذي يؤثر على تلك الشركات وقدراتهم على الأداء المبدع، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هناك تطوير كبير القدرات الديناميكية في القطاعات الصناعية التي يكثر فيها وجود الشركات المتعددة الجنسيات في الأسواق الناشئة ينصب عملهم حول مجرد نقل قدراتهم الخاصة لفروعهم المحلية للتنافس في هذه الأسواق.

Ahmed Atiya Mohamed & Dr. Abdelsalam Ashour (2023): Total Quality Management and Its Relationship with Achieving Sustainable Competitive Advantage: A Field Study on the Faculties of Economics at Al-ZawiaUniversity

الإشكالية: كيف يؤثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في كليات الاقتصاد بجامعة الزاوية؟

هدفت الدراسة لدراسة تأثير أبعاد إدارة الجودة الشاملة (مثل التركيز على الزبون، التحسين المستمر، دعم والتزام الإدارة العليا) على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الميزة التنافسية، مع الإشارة إلى أن تطبيق إدارة الجودة الشاملة ما زال محدودًا وفي بداياته.

المطلب الثاني: التعليق على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة واستقراء تام لاهدافها بالاضافة إلى أهم النتائج التي تم التوصل إليها في كل دراسة، سيتم توضيح ما توصل إليه من خلال المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية في الجدول التالي:

الجدول رقم (02):مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

الدراسات السابقة	الدراسة الحالية	
تمت هذه الدراسات في بيئة عربية واجنبية وكانت بين سنوات 2011-2023 حيث شملت الدراسات الدول التالية:المغرب،الجزائر،الاردن،	اجريت هذه الدراسة في سنة 2025 اما الحدود المكانية فكانت الجزائر ولاية تبسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية	من حيث الزمان والمكان
ركزت بعض الدراسات على عينات عشوائية كانت اغلبها من الموظفين والعمال،كما استخدمت بعض الدراسات عينات قصدية	تمثلت عينة الدراسة في موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية البالغ عددهم 33 عامل	من حيث العينة
نوعت مختلف الدراسات منها حيث المنهج المستخدم، منها المنهج الوصفي التحليلي، ومنها من استخدم دراسة حالة،	تماشيا مع طبيعة الموضوع والاشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي تحليلي	من حيث منهج الدراسة
استهدفت مختلف الدراسات قطاعات مختلفة ومنها الخاص والعام سواء كانت انتاجية او خدماتية	استهدفت الدراسة الحالية إلى القطاع العمومي	من حيث القطاع
تناولت الدراسات السابقة متغيرات مختلفة منها: اخلاقيات العمل،الميزة التنافسية،ادارة الجودة	اعتمدت الدراسة الحالية على متغيرين وهما:اخلاقيات العمل والميزة التنافسية	من حيث المتغيرات

الشاملة،التسويق الاستراتيجي،الثقافة التنظيمية		
--	--	--

المصدر: من اعداد الطالب

يتضح من خلال الجدول اعلاه أن أوجه تشابه كثيرة وكذلك بعض أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية، والدراسات السابقة، حيث أنهم اشتركوا في موضوع الدراسة الا أنهم كانوا بزاوية مختلفة سواء كانت في فترة الدراسة أم العينة المدروسة أو من ناحية الادوات المستعملة.

خلاصة

يتضح مما سبق أن أخلاقيات العمل ليست مجرد إطار قيمي يحكم السلوك المؤسسي، بل تمثل عنصرًا استراتيجيًا حاسمًا يسهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. فالمؤسسات التي تلتزم بالسلوك الأخلاقي تكسب ثقة العملاء وتحسن من سمعتها في السوق، كما تعزز من ولاء الموظفين وتحفزهم على الإبداع والعطاء. إضافة إلى ذلك، فإن هذه الأخلاقيات تقلل من المخاطر القانونية وتزيد من فرص جذب الشركاء والمستثمرين، وهو ما يعزز من قدرة المؤسسة على التميز في بيئة الأعمال التنافسية. ومن ثم، يمكن القول إن بناء ثقافة أخلاقية قوية داخل المنظمة يشكل أحد المقومات الأساسية لتعزيز قدرتها على البقاء والنمو في ظل التحديات المتسارعة التي تفرضها الأسواق الحديثة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد التأسيس النظري لمفاهيم أخلاقيات العمل والميزة التنافسية، واستعراض أبرز الأطر النظرية والمفاهيم ذات الصلة، يأتي هذا الفصل لتجسيد الجانب التطبيقي من الدراسة، من خلال إسقاط الإشكالية محل البحث على الواقع العملي داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية، باعتباره مؤسسة مصرفية وطنية تلعب دورًا محوريًا في تمويل القطاع الزراعي وتعزيز التنمية الاقتصادية، في بيئة مصرفية تتسم بالمنافسة والتحولات المتسارعة.

يهدف هذا الفصل إلى تحليل مدى تأثير الالتزام بأخلاقيات العمل على قدرة البنك في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، من خلال تعزيز ثقة العملاء، وتحسين جودة الخدمات، وزيادة ولاء الموارد البشرية. وقد تم إعداد هذا الفصل وفق منهجية علمية دقيقة شملت تحديد المجتمع والعينة، واختيار أدوات جمع البيانات المناسبة، وتطبيق أساليب تحليل كمية ونوعية تضمن الوصول إلى نتائج موضوعية وموثوقة.

ويتضمن الفصل عرضًا وصفيًا لمتغيرات الدراسة، وتحليلًا لآراء العاملين بالبنك حول ممارسات الأخلاقيات المؤسسية، ومدى انعكاسها على الأداء التنافسي، متبوعًا باختبار الفرضيات المطروحة، بما يسمح باستخلاص استنتاجات مدعومة بالأدلة حول دور البعد الأخلاقي في دعم التميز والتفوق الاستراتيجي للبنك داخل القطاع المالي والمصرفي.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اثر اخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية .

المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة

سيتم في هذا المطلب تحديد منهج الدراسة وكذلك مجتمع الدراسة وعينية الدراسة.
أولاً: منهج الدراسة.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أن المنهج الوصفي يستخدم لوصف ظاهرة ما للوصول إلى الأسباب التي أدت إلى حدوث تلك الظاهرة وكذلك التعرف إلى العوامل التي تؤثر على تلك الظاهرة، أما الجانب الآخر من هذه الدراسة فهو الجانب التحليلي الذي يعتمد على جمع وتحليل البيانات و اختبار فرضيات الدراسة ومن ثم استخلاص أهم النتائج والتوصيات، وقد اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة.
ثانياً: مجتمع الدراسة.

يشمل مجتمع الدراسة جميع عناصر ومفردات الظاهرة قيد الدراسة حيث تم حصر المجتمع الكلي لهذه الدراسة على جميع عمال وموظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية تبسة
ثالثاً: عينة الدراسة.

كانت عينة الدراسة تعتبر عدد معين من مفردات مجتمع الدراسة للتعميم على كل مفردات مجتمع الدراسة حيث تم استهداف مجموعة من العمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة وقد تم توزيع 40 استبيان استرد منها 33

رابعاً: الأساليب الإحصائية المستعملة لتحصيل البيانات

بعد التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة، واجراء اتفاقية التبرص بين الجامعة والبنك محل الدراسة تم توزيع 40 استبيان على أفراد العينة، ولتحليل بيانات الإستبيان واختبار فرضيات الدراسة وإنجاز الحسابات اللازمة تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الإجتماعية (SPSS) ⁽²⁰⁾ الذي يحتوي على عدة اختبارات إحصائية حيث تم استخدام مجموعة من أساليب إحصائية على النحو التالي:

⁽²⁰⁾ SPSS:Statistical Package For Social Sciences

1. اختيار المقياس

لقد تم اختيار مقياس ليكارت الخماسي، والسبب في ذلك أنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً في قياس الآراء لسهولة فهمه وتوازن درجاته، كما تم تقييم المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة على أساس المتوسط المعياري أو الفرضي 3، والمحسوب بالطريقة التالية:

$$\text{المتوسط المعياري} = \text{مجموع أوزان أبعاد المقياس} / \text{عدد أبعاد المقياس} \text{ بالتالي: } 3 = 5/5+4+3+2+1.$$

أما طول الفئة فهو: المدى مقسوماً على خلايا أو أبعاد المقياس، حيث المدى للمقياس الخماسي يعبر عنه كالتالي:

الحد الأقصى للسلم منقوص منه الحد الأدنى أي: $5-1 = 4$. بالرجوع إذن إلى طول الفئة نجد:

طول الفئة $= 5/4 = 0.8$. يمكننا الآن التعبير على المقياس الخماسي ليكارت في الجدول التالي:

الجدول الرقم (2): درجات الإجابة

الاستجابات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	05	04	03	02	01

المصدر: من إعداد الطالب.

وحتى يمكن قياس مدى موافقة أفراد العينة حيث تم إعطاء نقاط لهذه الإجابات، وتم تقسيم السلم إلى خمسة مجالات لتحديد درجة الموافقة كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم (3): قيمة المتوسط الحسابي ودرجات الموافقة لعينة الدراسة.

الاتجاه	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة	المستوى
الاتجاه الأول	من 1 إلى أقل من 1.80	غير موافق بشدة	منخفض جداً
الاتجاه الثاني	من 1.81 إلى أقل من 2.61	غير موافق	منخفض

الاتجاه الثالث	من 2.62 إلى أقل من 3.42	محايد	متوسط
الاتجاه الرابع	من 3.43 إلى أقل من 4.18	موافق	مرتفع
الاتجاه الخامس	من 4.2 إلى 05	موافق بشدة	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالب.

2. ثبات الدراسة

ولضمان صدق وثبات أداة البحث، تم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية، من بينها حساب معامل الثبات باستخدام اختبار ألفا كرونباخ. يهدف هذا الاختبار إلى قياس مدى الاتساق الداخلي بين فقرات الأداة، حيث تشير القيمة المرتفعة للمعامل إلى درجة عالية من الثبات، مما يعزز موثوقية النتائج المتحصل عليها. وجاءت النتائج كالتالي:

الجدول رقم (4): قياس ثبات محاور الاستبيان

المحور	عدد عبارات المحور	قيمة معامل ألفا كرونباخ
مجموع العبارات والقيمة العامة للمعامل	41	0.930

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

أسفر اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ عن نتيجة بلغت (0.930)، وهي نسبة مرتفعة تدل على مستوى عالٍ من الاتساق الداخلي بين بنود الأداة. ووفقاً للمعايير الإحصائية المعتمدة، فإن القيم التي تتجاوز 0.8 تعكس ثباتاً قوياً ومصدقية عالية للأداة البحثية، مما يضيف مزيداً من الموثوقية على النتائج المتحصل عليها ويعزز من صلاحية الأداة لقياس المفاهيم قيد الدراسة بدقة وموضوعية

3. صدق الدراسة: يقصد بمعامل الصدق، مدى صلاحية الاستبيان في قياس السلوك الذي صمم من أجله، أي أنه لا يقيس شيئاً آخر بدلاً منه وتجدر الإشارة، أنه لا يوجد اختبار عديم الصدق تماماً أو تام الصدق، وإنما تتوقف درجة الصدق على مدى ثبات الاختبار.

أولاً: الاتساق الداخلي لمحور (اخلاقيات العمل)

سيتم التحقق من الاتساق الداخلي لمحور اخلاقيات العمل ، وذلك بهدف التأكد من مدى صدق وثبات الفقرات التي تقيس هذا المحور ضمن أداة الدراسة

البعد الأول: العدالة والمساواة

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الاول قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد ويبين الجدول رقم (05) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم(05):معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط الفقرة مع البعد	الدلالة الاحصائية
1	0.750	0.000
2	0.792	0.000
3	0.656	0.000
4	0.523	0.000
5	0.837	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.523) و(0.837)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية تتفاوت في قوتها من متوسطة إلى قوية. كما أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

البعد الثاني الصدق والشفافية

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد ويبين الجدول رقم (06) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم (06): معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط الفقرة مع البعد	الدالة الاحصائية
1	0.748	0.000
2	0.443	0.000
3	0.681	0.000
4	0.753	0.000
5	0.745	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.453) و(0.748)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية تتفاوت في قوتها من متوسطة إلى قوية. كما أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

البعد الثالث: الالتزام والمسؤولية

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد وبين الجدول رقم(76) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم(07):معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط الفقرة مع البعد	الدالة الاحصائية
1	0.825	0.000

2	0.816	0.000
3	0.758	0.000
4	0.824	0.000
5	0.606	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.606) و(0.825)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية تتفاوت في قوتها من متوسطة إلى قوية. كما أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

ثانياً: الاتساق الداخلي لمحور الميزة التنافسية

سيتم التحقق من الاتساق الداخلي لمحور الميزة التنافسية، وذلك بهدف التأكد من مدى صدق وثبات الفقرات التي تقيس هذا المحور ضمن أداة الدراسة

البعد الأول الجودة

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الأول قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد وبين الجدول رقم(08) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم(08):معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط الفقرة مع البعد	الدلالة الاحصائية
1	0.843	0.000

2	0.854	0.000
3	0.679	0.000
4	0.838	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.679) و(0.854)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية تتفاوت في قوتها من متوسطة إلى قوية. كما أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

البعد الثاني: الكفاءة

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد وبين الجدول رقم(09) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم(09): معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط الفقرة مع البعد	الدلالة الاحصائية
1	0.8	0.000
2	0.8	0.000
3	0.838	0.000
4	0.816	0.000
5	0.749	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.749) و(0.838)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية قوية كما أظهرت النتائج أن جميع

معاملات الارتباط كانت دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

البعد الثالث: الابداع

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد وبين الجدول رقم (10) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم (10): معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط العبارة مع البعد	الدلالة الاحصائية
1	0.793	0.001
2	0.847	0.000
3	0.721	0.000
4	0.657	0.000
5	0.701	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.657) و(0.847)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية قوية كما أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

البعد الرابع: الاستجابة

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثاني قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد وبين الجدول رقم(11) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم(11): معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط الفقرة مع البعد	الدلالة الاحصائية
1	0.439	0.000
2	0.884	0.000
3	0.904	0.000
4	0.825	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.439) و(0.904)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية تتفاوت في قوتها ، كما أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

البعد الخامس: التميز

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي لفقرات البعد الثالث قام الطالب بحساب معامل ارتباط بيرسون بين علامة الفقرة والعلامة الكلية للبعد وبين الجدول رقم(12) قيم معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات البعد والدلالة الاحصائية لكل منها:

الجدول رقم(12): معامل الارتباط سبيرمان بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد

العبارة	ارتباط العبارة مع البعد	الدلالة الاحصائية
1	0.572	0.001
2	0.869	0.000
3	0.905	0.000
4	0.839	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss v26.

أظهرت نتائج تحليل معامل الارتباط لبيرسون أن قيم الترابط بين المتغيرات المدروسة تراوحت بين (0.572) و(0.905)، مما يدل على وجود علاقات ارتباط إيجابية تتفاوت في قوتها من متوسطة إلى قوية. كما أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.01)، وهو ما يعزز من موثوقية النتائج ويؤكد وجود علاقات خطية موجبة بين المتغيرات قيد الدراسة.

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة والعينة

سيتم عرض وتحليل نتائج الدراسة المتحصل عليها من خلال مخرجات برنامج SPSS

أولاً: الجنس: توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

يشير الجدول التالي الى توزيع العينة حسب الجنس من خلال التكرارات والنسب المئوية.

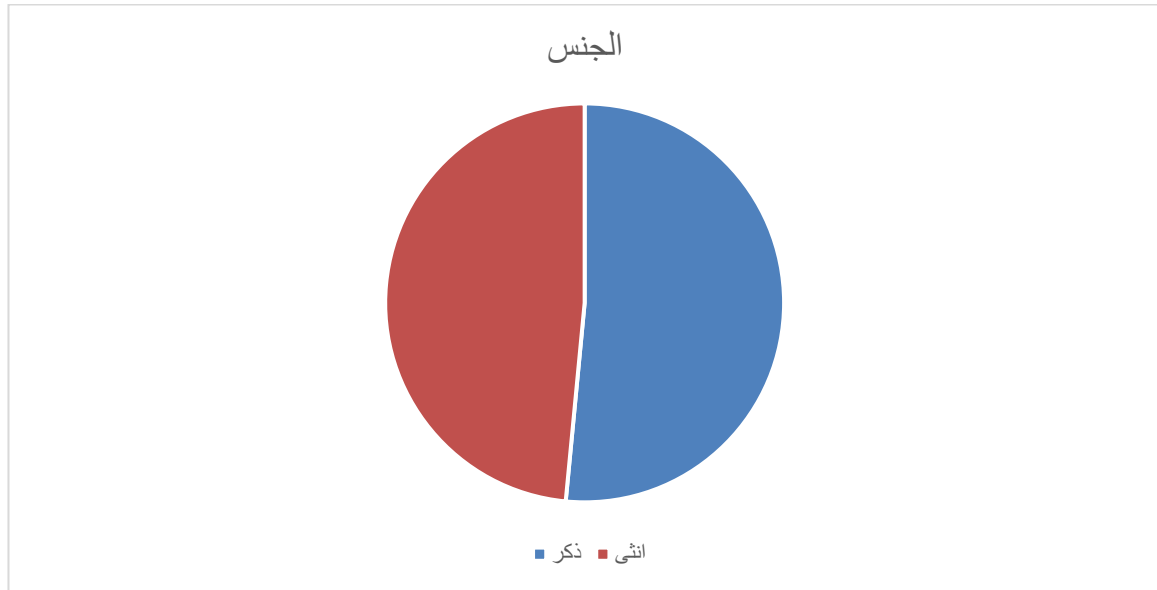
الجدول رقم (13): توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

العبارات	التكرارات	النسبة
ذكر	17	51.5
أنثى	16	48.5
المجموع	33	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من الجدول أعلاه، يتبين أن توزيع العينة حسب الجنس في دراسة الحالة ببنك التنمية الريفية يُظهر توازنًا ملحوظًا، حيث بلغ عدد الذكور 17 فردًا بنسبة 51.5%، في حين بلغ عدد الإناث 16 فردًا بنسبة 48.5% من إجمالي العينة المكونة من 33 فردًا.

الشكل رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج exel.

ثانياً: الفئة العمرية: توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

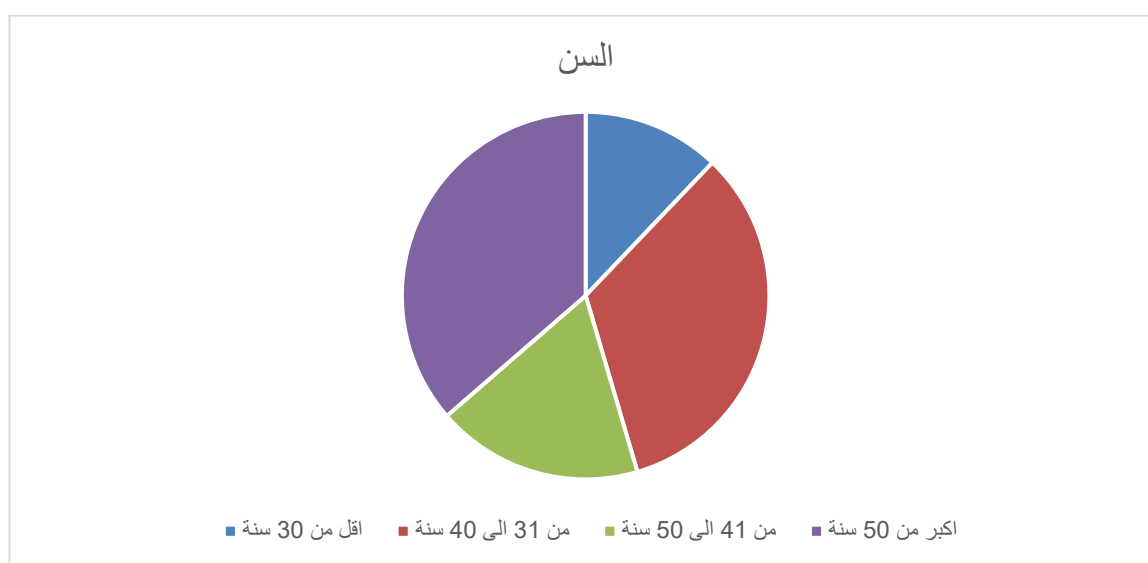
العبارات	التكرارات	النسبة
اقل من 30 سنة	4	12.1%
من 31 الى 40 سنة	11	33.3%
من 41 الى 50 سنة	6	18.2%
اكبر من 50 سنة	12	36.4%
المجموع	33	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من الجدول أعلاه، يُلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً في عينة الدراسة ببنك التنمية الريفية هي فئة "أكبر من 50 سنة"، حيث بلغ عدد أفرادها 12 بنسبة 36.4%، تليها فئة "من 31 إلى 40 سنة" بعدد 11

فردًا بنسبة 33.3%. أما فئة "من 41 إلى 50 سنة" فقد شكّلت 18.2% من العينة، بينما كانت الفئة الأقل تمثيلاً هي "أقل من 30 سنة" بنسبة 12.1%. يشير هذا التوزيع إلى أن أغلب أفراد العينة من الفئات العمرية المتقدمة نسبياً، مما قد يعكس خبرة مهنية طويلة داخل البنك، وهو ما يمكن أن يؤثر إيجابياً على جودة البيانات المستخلصة من الدراسة. كما أن ضعف تمثيل الفئة الشابة قد يُظهر محدودية في مشاركة الكوادر الجديدة أو صغار السن في بيئة العمل المدروسة.

الشكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج exel.

ثالثاً:الخبرة: توزيع مفردات العينة حسب الخبرة

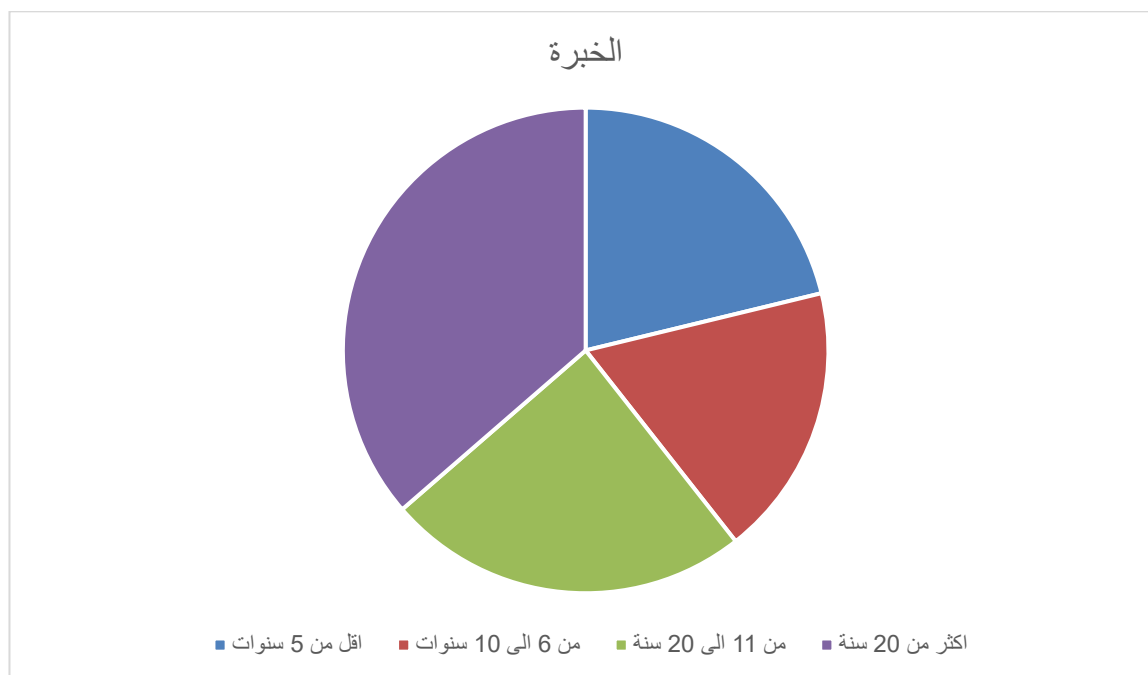
الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة

العبارات	التكرارات	النسبة
أقل من 5 سنوات	7	21.2
من 6 إلى 10 سنوات	6	18.2
من 11 إلى 20 سنة	8	24.2
أكثر من 20 سنة	12	36.4
المجموع	33	100%

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من الجدول أعلاه، يتضح أن غالبية أفراد عينة الدراسة في بنك التنمية الريفية يتمتعون بخبرة مهنية طويلة، حيث أن فئة "أكثر من 20 سنة" هي الأكثر تمثيلاً بنسبة 36.4%، تليها فئة "من 11 إلى 20 سنة" بنسبة 24.2%. بينما شكّلت فئة "أقل من 5 سنوات" نسبة 21.2%، وجاءت فئة "من 6 إلى 10 سنوات" في المرتبة الأخيرة بنسبة 18.2%. يعكس هذا التوزيع تركّزاً كبيراً للخبرات الطويلة داخل العينة.

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج exel.

رابعاً:الرتبة: توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي

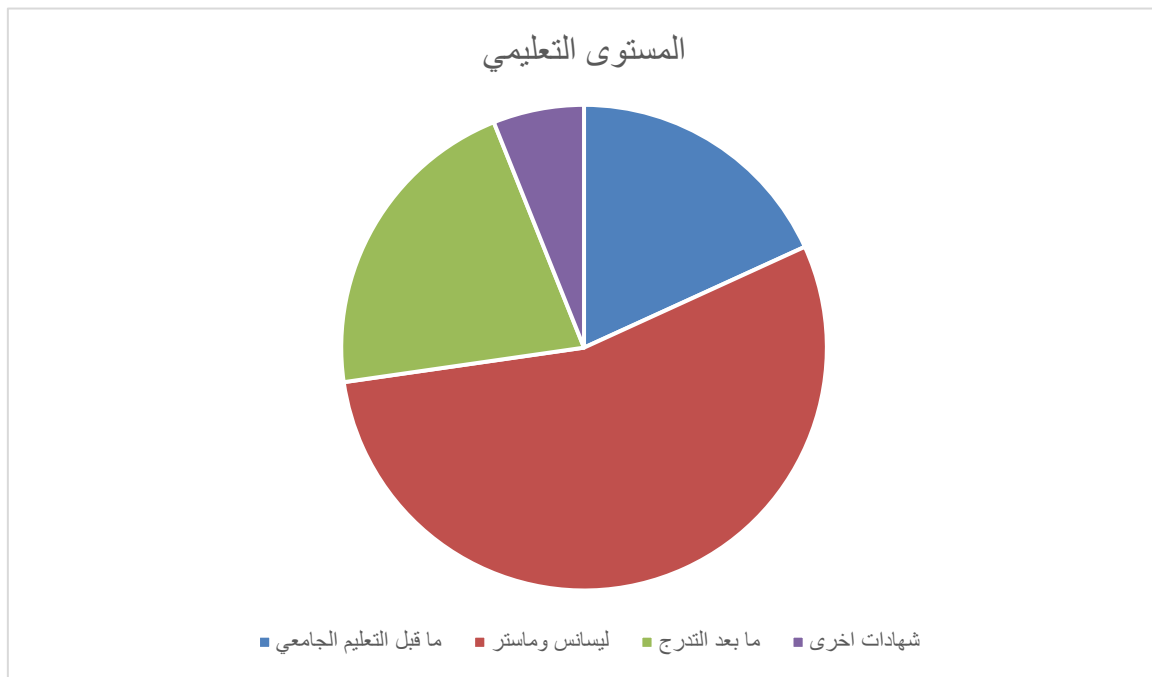
الجدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

العبارات	التكرارات	النسبة
ما قبل التعليم الجامعي	6	18.2
لياسنس وماستر	18	54.5
ما بعد التدرج (ماجستير ودكتوراه)	7	21.2
شهادات اخرى	2	6.1
المجموع	33	%100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من الجدول أعلاه، يتضح أن أغلب أفراد عينة الدراسة في بنك التنمية الريفية يتمتعون بمستوى تعليمي عالٍ، حيث شكّلت فئة الحاصلين على شهادة الليسانس والماستر النسبة الأكبر بـ 54.5%، تليها فئة ما بعد التدرج (ماجستير ودكتوراه) بنسبة 21.2%. أما فئة ما قبل التعليم الجامعي فقد مثّلت 18.2% من العينة، في حين كانت فئة "شهادات أخرى" الأقل تمثيلاً بنسبة 6.1%. يُشير هذا التوزيع إلى أن عينة الدراسة يغلب عليها الطابع الأكاديمي، مما قد يعكس وعياً ومعرفة جيدة بالمواضيع محل الدراسة

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج .excel

المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج المتوصل إليها

سيتم عرض وتحليل نتائج الدراسة المتحصل عليها من خلال مخرجات برنامج spss واختبار الفرضيات، والتي تشكل قاعدة أساسية لفهم واقع متغيرات الدراسة وتفسير طبيعة العلاقات بينها، وبناء عليه سيتم عرض نتائج الدراسة وتفسيرها، ودراسة دور اخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية للبنك.

المطلب الاول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

في هذا المطلب سيعرض النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة وتحليلها وتفسيرها، وذلك بهدف التعرف على اتجاهات العاملين في البنك.

1- عرض وتحليل البيانات المتعلقة بإجابات أفراد العينة حول المحور الأول اخلاقيات العمل (المتغير المستقل)

البعد الأول: العدالة والمساواة

الجدول رقم (17): تحليل آراء العينة نحو بعد العدالة والمساواة

الرقم	العبارات	درجة الموافقة	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
01	تتم معاملة الموظفين بعدالة دون تمييز.	التكرار	2	4	7	20	0	3.36	0.929	3	محايد
		%	6.1	12.1	21.2	60.6	0				
02	يتم تطبيق القوانين والأنظمة على الجميع بالتساوي.	التكرار	1	7	6	17	2	3.36	0.994	4	محايد
		%	3	21.2	18.2	51.5	6.1				
03	تُراعى الكفاءة في الترقيات.	التكرار	0	4	7	17	5	3.7	0.883	1	موافق
		%	0	12.1	21.2	51.5	15.2				
04	توزع المهام والأعباء الوظيفية بشكل عادل.	التكرار	3	8	9	13	0	2.97	1.01	5	محايد
		%	9.1	24.2	27.3	39.4	0				

05	يتم تقييم الموظفين بنفس المعايير عند ارتكاب الأخطاء .	التكرار	1	6	8	14	4	3.42	1.03	2	موافق
		%	3	18.2	24.2	42.4	12.1				
المتوسط العام والانحراف العام للمحور											
								3.36	0.96	–	موافق

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من الجدول أعلاه أن إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة ببعد العدالة والمساواة في بنك التنمية الريفية حيث بلغ متوسط الموافقة على هذا البعد (3,36) بالانحراف المعياري ب (0,841) ويدخل هذا المتوسط ضمن الفئة الثالثة من مقياس ليكارت الخماسي، وهذا يدل على أن البعد الأول العدالة والمساواة يتم إعتماده وهذا من وجهة نظر المستجوبين، إجمالاً فإن العينة تميل إلى الاتفاق إلى حد ما على أن بعد العدالة والمساواة متوفر بشكل نسبي في البنك، وبشكل عام يمكن إعتبار هذه النتائج إيجابية للبنك بإعتبار أن الموظفين يعتبرون أن هذا البعد ممارسة مهمة في تحسين الأداء للبنك، وتم ترتيب العبارات حسب درجة موافقة المستجوبين كالتالي:

جاءت العبارة رقم (03): (تُراعى الكفاءة في الترقية.) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب(3.7) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدّر الانحراف المعياري له ب(0.883).

جاءت العبارة رقم (05): (يتم تقييم الموظفين بنفس المعايير عند ارتكاب الأخطاء) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب(3.42) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدّر الانحراف المعياري له ب(1.03)

جاءت العبارة رقم (01): (تتم معاملة الموظفين بعدالة دون تمييز.) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.36) وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق الى حد ما والذي يدل على درجة محايدة، وقدّر الانحراف المعياري له ب(0,992).

جاءت العبارة رقم (04): (يتم تطبيق القوانين والأنظمة على الجميع بالتساوي) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.36) وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق الى حد ما والذي يدل على درجة محايدة ، قدر الانحراف المعياري له ب(0.994).

جاءت العبارة رقم(04): (توزع المهام والأعباء الوظيفية بشكل عادل) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي يقدر بـ(2.97) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة ، قدر الإنحراف المعياري له بـ(1.01)

البعد الثاني:الصدق والشفافية

الجدول رقم (18): تحليل آراء العينة نحو بعد الصدق والشفافية

الرقم	العبارات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	تتعامل إدارة البنك مع الموظفين بصدق ووضوح.	التكرار	1	1	4	12	15	4.18	0.983	1	موافق
		%	3	3	12.1	36.4	45.5				
02	تتم مشاركة المعلومات المهمة بشفافية.	التكرار	0	6	4	19	4	3.64	0.929	4	موافق
		%	0	18.2	12.1	57.6	12.1				
03	يتعامل البنك مع العملاء بشفافية في العقود والعروض.	التكرار	1	6	4	16	6	3.61	1.08	5	موافق
		%	3	18.2	12.1	48.5	18.2				
04	لا يتم إخفاء الأخطاء أو التلاعب بالنتائج.	التكرار	0	3	4	19	7	3.91	0.843	3	موافق
		%	0	9.1	12.1	57.6	21.2				
05	يتم اتخاذ القرارات بناءً على حقائق واضحة.	التكرار	0	2	1	21	9	4.12	0.740	2	موافق
		%	0	6.1	3	63.6	27.3				
	المتوسط العام والانحراف العام للمحور										
								3.89	0.915	-	موافق

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من الجدول أعلاه أن إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة ببعد الصدق والشفافية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية حيث بلغ متوسط الموافقة على هذا البعد (3,89) بالانحراف المعياري بـ (0,915) ويدخل هذا المتوسط ضمن الفئة الرابعة من مقياس ليكارت الخماسي، وهذا يدل على أن البعد الثاني الصدق والشفافية يتم

إعتماده وهذا من وجهة نظر المستجوبين، إجمالاً فإن العينة تميل إلى الاتفاق على أن بعد الصدق والشفافية متوفر في البنك، وبشكل عام يمكن إعتبار هذه النتائج إيجابية للبنك بإعتبار أن الموظفين يعتبرون أن هذا المعيار ممارسة مهمة في تحسين الأداء للبنك، وتم ترتيب العبارات حسب درجة موافقة المستجوبين كالتالي:

جاءت العبارة رقم(01): (تتعامل إدارة البنك مع الموظفين بصدق ووضوح.) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ(4.18) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الانحراف المعياري له بـ(0.983).

جاءت العبارة رقم(05): (يتم اتخاذ القرارات بناءً على حقائق واضحة.) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر بـ(4.12) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الانحراف المعياري له بـ(0.740)

جاءت العبارة رقم(04): (لا يتم إخفاء الأخطاء أو التلاعب بالنتائج.) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.91) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدر الانحراف المعياري له بـ(0.843).

جاءت العبارة رقم(02): (تتم مشاركة المعلومات المهمة بشفافية) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.64) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة ، قدر الانحراف المعياري له بـ(0.929).

جاءت العبارة رقم(03): (يتعامل البنك مع العملاء بشفافية في العقود والعروض.) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.61) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة ، قدر الانحراف المعياري له بـ(1.08).

الجدول رقم (19): تحليل آراء العينة نحو بعد الالتزام والمسؤولية

الرقم	العبارات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	يلتزم الموظفون بأداء واجباتهم المهنية.	التكرار	2	3	12	13	3	3.36	0.994	4	موافق
		%	6.1	9.1	36.4	39.4	9.1				
02	تتحمل إدارة البنك مسؤوليتها عن نتائج قراراتها.	التكرار	1	2	10	18	2	3.55	0.833	3	موافق
		%	3	6.1	30.3	54.5	6.1				
03	يُحاسب الموظفون على تقصيرهم في العمل.	التكرار	1	6	11	11	4	3.33	1.02	5	موافق
		%	3	18.2	33.3	33.3	12.1				
04	يلتزم البنك بتطبيق مدونة السلوك المهني.	التكرار	1	3	6	21	2	3.61	0.864	2	موافق
		%	3	9.1	18.2	63.6	6.1				
05	يتم تدريب الموظفين على معايير السلوك الأخلاقي.	التكرار	1	3	2	22	5	3.82	0.917	1	موافق
		%	3	9.1	6.1	66.7	15.2				
المتوسط العام والانحراف العام للمحور											
								3.53	0.92	-	موافق

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

من الجدول أعلاه أن إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة ببعد الالتزام والمسؤولية في بنك بنك الفلاحة والتنمية الريفية حيث بلغ متوسط الموافقة على هذا البعد (3,53) بالانحراف المعياري ب (0,92) ويدخل هذا المتوسط ضمن الفئة الرابعة من مقياس ليكارت الخماسي، وهذا يدل على أن البعد الالتزام والشفافية يتم إعتماده وهذا من وجهة نظر المستجوبين، إجمالاً فإن العينة تميل إلى الاتفاق على أن بعد الالتزام والمسؤولية متوفر في البنك، وبشكل عام يمكن إعتبار هذه النتائج إيجابية للبنك بإعتبار أن الموظفين يعتبرون أن هذا المعيار ممارسة مهمة في تحسين الأداء للبنك، وتم ترتيب العبارات حسب درجة موافقة المستجوبين كالتالي:

جاءت العبارة رقم(05): (يتم تدريب الموظفين على معايير السلوك الأخلاقي.) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.82) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدّر الانحراف المعياري له بـ(0.864).

جاءت العبارة رقم(04): (يلتزم البنك بتطبيق مدونة السلوك المهني.) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.61) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدّر الانحراف المعياري له بـ(0.864).

جاءت العبارة رقم(02): (تتحمل إدارة البنك مسؤوليتها عن نتائج قراراتها.) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.55) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة ، وقدّر الانحراف المعياري له بـ(0.833).

جاءت العبارة رقم(01): (يلتزم الموظفون بأداء واجباتهم المهنية) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.36) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة ، قدّر الانحراف المعياري له بـ(0.994).

جاءت العبارة رقم(03): (يُحاسب الموظفون على تقصيرهم في العمل.) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي يقدر بـ(33,3) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة ، قدّر الانحراف المعياري له بـ(1.02).

عرض وتحليل البيانات المتعلقة بإجابات أفراد العينة حول المحور الثاني الميزة التنافسية في المؤسسة
(المتغير التابع)

البعد الاول: الجودة

الجدول رقم (20): تحليل آراء العينة نحو بعد الجودة

الرقم	العبارات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	يقدم الموظفون في البنك الخدمات بالشكل المطلوب.	التكرار	1	5	8	13	6	3.55	1.063	1	موافق
		%	3	15.2	24.2	39.4	18.2				
02	يقوم الموظفون في البنك بتقديم الخدمات بسرعة وفي الوقت المحدد	التكرار	1	7	12	11	2	3.18	0.950	4	محايد
		%	3	21.2	36.4	33.3	6.1				
03	يسعى البنك والموظفين إلى تطبيق أنظمة ومعايير إدارة الجودة.	التكرار	1	4	9	18	1	3.42	0.867	2	موافق
		%	3	12.1	27.3	54.5	3				
04	تحدد إدارة البنك مقاييس جودة الخدمات البنكية.	التكرار	0	10	8	12	3	3.24	1.00	3	محايد
		%	0	30.3	24.2	36.4	9.1				
	المتوسط العام والانحراف العام في البنك										
								3.34	0.96	–	محايد

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

بناءً على نتائج الجدول السابق، يلاحظ أن هناك إتفاق نسبي من قبل أفراد العينة بأن البنك تولي إهتماماً بالتميز في الجودة وتسعى جاهدة لتحسينه حيث حقق المتوسط الحسابي الإجمالي مستوى قدر ب(3,34) وتظهر النتائج أن جميع العبارات التي تم إستخدامها في الجدول تحضى بمستوى موافقة ، كما يرجع ذلك إلى الحرص المستمر في تحسين الأداء ، ويشير الإنحراف المعياري المسجل والذي قدر ب (0,96)

جاءت العبارة رقم (01): (يقدم الموظفون في البنك الخدمات بالشكل المطلوب.) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.55) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدّر الانحراف المعياري له بـ (1,063).

جاءت العبارة رقم(03): (يسعى البنك والموظفين إلى تطبيق أنظمة ومعايير إدارة الجودة.) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر بـ(3,42) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدّر الانحراف المعياري له بـ (0.867).

جاءت العبارة رقم (04): (تحدد إدارة البنك مقاييس جودة الخدمات البنكية.) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.24) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدّر الانحراف المعياري له بـ(1.00).

جاءت العبارة رقم(02): (يقوم الموظفون في البنك بتقديم الخدمات بسرعة وفي الوقت المحدد) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.18) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدّر الانحراف المعياري له بـ(0.950).

البعد الثاني: الكفاءة

الجدول رقم (21): تحليل آراء العينة نحو بعد الكفاءة

الرقم	العبارات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	تطبق إدارة البنك التقنيات الحديثة بما يضمن سرعة تقديم الخدمات البنكية للعملاء.	التكرار	1	1	2	17	12	4.15	0.906	1	موافق
		%	3	3	6.1	51.5	36.4				
02	تدقق إدارة البنك كل الأنشطة والإجراءات وإلغاء غير الضروري منها.	التكرار	0	3	6	18	6	3.82	0.846	3	موافق
		%	0	9.1	18.2	54.5	18.2				
03	تسعى إدارة البنك إلى تبني كافة الطرق والأساليب والإستراتيجيات الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات في البنك.	التكرار	0	2	5	20	6	3.91	0.765	2	موافق
		%	0	6.1	15.2	60.6	18.2				
04	تسهل نظم المعلومات المستخدمة في البنك في تخفيض تكاليف الخدمات البنكية.	التكرار	1	3	11	12	6	3.53	0.983	5	موافق
		%	3	9.1	33.3	36.4	18.2				
05	يتضمن نطاق الرقابة الداخلية للبنك فحص وتقييم كفاءة وفعالية العمليات البنكية.	التكرار	0	6	5	19	3	3.58	0.902	4	موافق
		%	0	18.2	15.2	57.6	9.1				
	المتوسط العام والانحراف العام في البنك										
								3.79	0.88	-	موافق

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

بناء على نتائج الجدول السابق، يلاحظ أن هناك إتفاق كلي من قبل أفراد العينة بأن البنك تولي إهتماما كبيرا بالكفاءة حيث حقق المتوسط الحسابي الإجمالي مستوى مرتفع قدر ب(3.79) وتظهر النتائج أن جميع

العبارات التي تم إستخدامها في الجدول تحضى بمستوى موافقة مرتفعة، كما يرجع ذلك إلى الحرص المستمر في تطوير الكفاءة بما يتناسب مع احتياجات أصحاب المصالح، ويشير الانحراف المعياري المسجل والذي قدر ب (0,88) إلى وجود تشتت وتباين بين إجابات أفراد العينة وهو ما يؤكد اتفاق عينة الدراسة على كل عبارات هذا البعد

جاءت العبارة رقم (01): (تطبق إدارة البنك التقنيات الحديثة بما يضمن سرعة تقديم الخدمات البنكية للعملاء) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب(4.15) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الانحراف المعياري له ب (0,906).

جاءت العبارة رقم(03): (تسعى إدارة البنك إلى تبني كافة الطرق والأساليب والإستراتيجيات الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات في البنك) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب(3.91) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الانحراف المعياري له ب (0,765).

جاءت العبارة رقم (02): (تدقق إدارة البنك كل الأنشطة والإجراءات وإلغاء غير الضروري منها) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر ب(3,82) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدر الانحراف المعياري له ب(0.846).

جاءت العبارة رقم(05): (يتضمن نطاق الرقابة الداخلية للبنك فحص وتقييم كفاءة وفعالية العمليات البنكية) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.58) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدر الانحراف المعياري له ب(0.902).

جاءت العبارة رقم (04): (تسهم نظم المعلومات المستخدمة في البنك في تخفيض تكاليف الخدمات البنكية) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.58) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق ، وقدر الانحراف المعياري له ب(0,902).

البعد الثالث:الابداع

الجدول رقم (22): تحليل آراء العينة نحو بعد الابداع

الرقم	العبارات		درجة الموافقة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما					
01	تتبنى إدارة البنك إدخال وتجريب الأفكار الإبداعية التي يقدمها الموظفون لمواجهة مشكلات العمل.	التكرار	1	3	7	17	5	3.65	0.950	2	موافق	
		%	3	9.1	21.2	51.5	15.2					
02	يتمتع البنك بثقافة تنظيمية تساعد على الإبداع والابتكار والمبادرة.	التكرار	1	3	4	23	2	3.67	0.854	1	موافق	
		%	3	9.1	12.1		6.1					
03	يحرص البنك على الحصول على مراكز تنافسية مرتبطة بالإبداع والابتكار.	التكرار	0	7	5	21	0	3.42	0.830	4	موافق	
		%	0	21.2	15.2	63.6	0					
04	يحرص البنك على تحقيق التفوق الدائم على منافسيه من خلال بصماته الإبداعية.	التكرار	0	4	15	13	1	3.33	0.736	5	محايد	
		%	0	12.1	45.5	39.4	3					
05	لدى البنك القدرة على تغيير إستراتيجياته لتتوافق مع متطلبات الظروف التنافسية.	التكرار	0	5	8	16	4	3.58	0.902	3	موافق	
		%	0	15.2	24.2	48.5	12.1					
	المتوسط العام والانحراف العام في البنك											
								3.53	0.85	-	موافق	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

بناءً على نتائج الجدول السابق، يلاحظ أن هناك إتفاق كلي من قبل أفراد العينة بأن البنك تولي إهتماماً كبيراً بالابداع وتسعى جاهدة لتحسينها حيث حقق المتوسط الحسابي الإجمالي مستوى مرتفع قدر ب(3,53)

وتظهر النتائج أن جميع العبارات التي تم إستخدامها في الجدول تحضى بمستوى موافقة مرتفعة، كما يرجع ذلك إلى ، الإنحراف المعياري المسجل والذي قدر ب (0,85)

جاءت العبارة رقم (02): (يتمتع البنك بثقافة تنظيمية تساعد على الإبداع والابتكار والمبادرة.) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب(3.67) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الإنحراف المعياري له ب (0.854).

جاءت العبارة رقم(01): (تتبنى إدارة البنك إدخال وتجريب الأفكار الإبداعية التي يقدمها الموظفون لمواجهة مشكلات العمل.) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب(3.65) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الإنحراف المعياري له ب (0.950).

جاءت العبارة رقم (05): (لدى البنك القدرة على تغيير إستراتيجياته لتتوافق مع متطلبات الظروف التنافسية.) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.58) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدر الإنحراف المعياري له ب(0.902).

جاءت العبارة رقم(03): (يحرص البنك على الحصول على مراكز تنافسية مرتبطة بالإبداع والابتكار.) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.42) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدر الإنحراف المعياري له ب(0.830).

جاءت العبارة رقم (04): (يحرص البنك على تحقيق التفوق الدائم على منافسيه من خلال بصماته الإبداعية.) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.33) وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق الى حد ما ، وقدر الإنحراف المعياري له ب(0.736).

البعد الرابع: الاستجابة

الجدول رقم (23): تحليل آراء العينة نحو بعد الاستجابة

الرقم	العبارات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
			غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً				
01	تستكشف الإدارة رغبات وحاجات العملاء وتعمل على موافقتها بالخدمات المقدمة.	التكرار	0	4	12	17	0	3.39	0.704	4	موافق
		%	0	12.1	36.4	51.5	0				
02	تعمل إدارة البنك على التواصل مع العملاء وتفتح المجال أمامهم لتحديد الخدمات المناسبة لاحتياجاتهم.	التكرار	1	6	9	13	4	3.39	1.02	3	موافق
		%	3	18.2	27.3	39.4	12.1				
03	تهتم إدارة البنك بآراء العملاء وتأخذ بمقترحاتهم سعياً لتحسين الخدمات المقدمة.	التكرار	1	5	5	18	4	3.58	1.00	2	موافق
		%	3	15.2	15.2	54.5	12.1				
04	تتميز إدارة البنك بسرعة الاستجابة لتبني تكنولوجيا المعلومات الحديثة في عملياته.	التكرار	1	3	2	20	7	3.88	0.960	1	موافق
		%	3	9.1	6.1	60.6	21.2				
المتوسط العام والانحراف العام في البنك											
								3.56	0.921	–	موافق

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

بناءً على نتائج الجدول السابق، يلاحظ أن هناك إتفاق كلي من قبل أفراد العينة بأن البنك تولي إهتماماً كبيراً بالاستجابة في السوق وتسعى جاهدة لتحسينه حيث حقق المتوسط الحسابي الإجمالي مستوى مرتفع قدر ب(3,56) وتظهر النتائج أن جميع العبارات التي تم إستخدامها في الجدول تحضى بمستوى موافقة مرتفعة،

كما يرجع ذلك إلى الحرص المستمر في تحسين الأداء ، ويشير الانحراف المعياري المسجل والذي قدر ب (0,921)

جاءت العبارة رقم (04): (تتميز إدارة البنك بسرعة الاستجابة لتبني تكنولوجيا المعلومات الحديثة في عملياته.) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر ب(3.88) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الانحراف المعياري له ب (0.960).

جاءت العبارة رقم(03): (تهتم إدارة البنك بآراء العملاء وتأخذ بمقترحاتهم سعياً لتحسين الخدمات المقدمة.) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر ب(3.58) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الانحراف المعياري له ب (1.00).

جاءت العبارة رقم (02): (تعمل إدارة البنك على التواصل مع العملاء وتفتح المجال أمامهم لتحديد الخدمات المناسبة لاحتياجاتهم.) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.39) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدر الانحراف المعياري له ب(1.02).

جاءت العبارة رقم(01): (تستكشف الإدارة رغبات وحاجات العملاء وتعمل على موافقتها بالخدمات المقدمة.) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر ب(3.39) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة، وقدر الانحراف المعياري له ب(0.704).

البعد الخامس: التميز

الجدول رقم (24): تحليل آراء العينة نحو بعد التميز

الرقم	العبارات		درجة الموافقة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	الرأي
			غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	تتبنى الإدارة مواصفات ومعايير ضمان الجودة في جميع أنشطة البنك وعملياته.	التكرار	2	9	4	16	2	3.21	1.11	3	محايد
		%	6.1	27.3	12.1	48.5	6.1				
02	تشجع إدارة البنك على المبادرات للارتقاء بالخدمات بما يميزه عن البنوك الأخرى.	التكرار	2	7	8	13	3	3.24	1.09	2	محايد
		%	6.1	21.2	24.2	39.4	9.1				
03	لدى إدارة البنك توجه واضح للعمل للحصول على جوائز الجودة والتميز.	التكرار	0	5	8	16	4	3.57	0.902	1	موافق
		%	0	15.2	24.2	48.5	12.1				
04	تحرص إدارة البنك على أن تكون موارده متميزة وذات قيمة.	التكرار	1	7	12	11	2	3.18	0.950	4	محايد
		%	3	21.2	36.4	33.3	6.1				
المتوسط العام والانحراف العام في البنك											
								3.3	1.01	–	موافق

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

بناءً على نتائج الجدول السابق، يلاحظ أن هناك إتفاق كلي من قبل أفراد العينة بأن البنك تولي إهتماماً كبيراً بالتميز في الجودة وتسعى جاهدة لتحسينه حيث حقق المتوسط الحسابي الإجمالي مستوى مرتفع قدر ب(3,84) وتظهر النتائج أن جميع العبارات التي تم إستخدامها في الجدول تحضى بمستوى موافقة مرتفعة، كما يرجع ذلك إلى الحرص المستمر في تحسين الأداء ، ويشير الإنحراف المعياري المسجل والذي قدر ب (0,952)

جاءت العبارة رقم (03): (لدى إدارة البنك توجه واضح للعمل للحصول على جوائز الجودة والتميز) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي يقدر بـ(3.57) وهو يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق والذي يدل على درجة موافقة عالية ، وقدر الإنحراف المعياري له بـ (0.902).

جاءت العبارة رقم(02): (تشجع إدارة البنك على المبادرات للارتقاء بالخدمات بما يميزه عن البنوك الأخرى.) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي يقدر بـ(3,24) وهو يقع ضمن الفئة الثالث من فئات سلم ريكارت الخماسي والذي يشير إلى الخيار موافق الى حد ما والذي يدل على درجة موافقة نسبية، وقدر الإنحراف المعياري له بـ (1.09).

جاءت العبارة رقم (01): (تتبنى الإدارة مواصفات ومعايير ضمان الجودة في جميع أنشطة البنك وعملياته) في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3,21) وهو يقع ضمن الفئة الثالث من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق الى حد ما والذي يدل على درجة موافقة نسبية، وقدر الإنحراف المعياري له بـ(0.992).

جاءت العبارة رقم(04): (تحرص إدارة البنك على أن تكون موارده متميزة وذات قيمة.) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي يقدر بـ(3,18) وهو يقع ضمن الفئة الثالثة من فئات سلم ليكارت الخماسي والتي تشير إلى الخيار موافق الى حد ما والذي يدل على درجة موافقة نسبية، وقدر الإنحراف المعياري له بـ(0.950).

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

يهدف هذا المطلب إلى اختبار فرضيات الدراسة التي تم بناؤها استنادًا إلى الإطار النظري، وذلك للتحقق من مدى صحتها في ضوء النتائج المستخلصة من البيانات الميدانية.

1) الفرضية توجد علاقة معنوية بين اخلاقيات العمل والميزة التنافسية في البنك حيث تنص الفرضية الرئيسية على ما يلي:

H0: لا توجد علاقة معنوية بين اخلاقيات العمل والميزة التنافسية في البنك

H1: توجد علاقة معنوية بين اخلاقيات العمل والميزة التنافسية في البنك

تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية وقد أسفرت نتائج التحليل عن الآتي:

الجدول رقم (25): نتائج تحليل الانحدار البسيط بين اخلاقيات العمل والميزة التنافسية

المتغير المستقل	معامل الانحدار	المتغير التابع	P- VALUE	معامل الارتباط	معامل التحديد
اخلاقيات العمل	0.582	الميزة التنافسية	0.000	0.586	0.343

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية وقد أسفرت نتائج التحليل عن الآتي:

- تشير نتائج اختبار الفرضية إلى وجود علاقة خطية إيجابية قوية بين اخلاقيات العمل والميزة التنافسية، حيث بلغ معامل الارتباط (0.586)، مما يعكس ترابطاً عالياً بين المتغيرين.
- كما أن قيمة معامل التحديد (0.343) تعني أن اخلاقيات العمل تفسر حوالي 34.3% من التغيرات الحاصلة في مستوى الميزة التنافسية، وهي نسبة تفسير مرتفعة تدل على تأثير كبير للمتغير المستقل على المتغير التابع.
- أما قيمة P (0.000) فهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.01)، مما يشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية عالية، أي أن التأثير ليس ناتجاً عن الصدفة.

بناءً على ما سبق، تُقبل الفرضية البديلة التي تفترض وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات العمل والميزة التنافسية، ويتم رفض الفرضية الصفرية. وتشير النتائج إلى أن تحسين أخلاقيات العمل داخل البنك يمكن أن يؤدي إلى تعزيز مستوى الميزة التنافسية بشكل ملموس.

تشير النتائج إلى أن أخلاقيات العمل ليست فقط قيمة معنوية، بل أحد محركات الميزة التنافسية الأساسية. فكل تحسن في السلوك الأخلاقي للموظفين يمكن أن يُترجم إلى تحسن في الأداء الاقتصادي للبنك عبر رفع الكفاءة، تحسين صورة المؤسسة، وزيادة ولاء العملاء.

(2) الفرضية: يوجد مستوى مرتفع من ابعاد اخلاقيات العمل في البنك.

حيث تنص الفرضية الفرعية الاولى على ما يلي:

H0 :لايوجد مستوى مرتفع من ابعاد اخلاقيات العمل في البنك

H1 :يوجد مستوى مرتفع من ابعاد اخلاقيات العمل في البنك

حيث كانت نتائج اختبار الفرضية كما يلي:

الجدول رقم (26): مستوى ابعاد اخلاقيات العمل

الرقم	اخلاقيات العمل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1	العدالة والمساواة	3.36	0.96	3	متوسط
2	الصدق والشفافية	3.89	0.915	1	مرتفع
3	الالتزام والمسؤولية	3.53	0.92	2	مرتفع
	المتوسط العام	3.59	0.93	.	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

يتضح من الجدول اعلاه ان المتوسط الحسابي العام للمتغير المستقل (اخلاقيات العمل) هو 3.59 وانحرافه المعياري 0.93 بمستوى مرتفع، وقد احتل بعد الصدق والشفافية المرتبة الاولى بمتوسط حسابي 3.89 وانحراف معياري 0.915 وجاء البعد الثاني الالتزام والمسؤولية مرتبة ثانية بمتوسط حسابي 3.53 وانحراف معياري 0.92 وجاء في المرتبة الثالثة بعد العدالة والمساواة بمتوسط الحسابي 3.36 وبانحراف معياري 0.96 ما يدل على انه هناك ادراك مرتفع لاهمية اخلاقيات العمل في البنك.

ومنه ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة

تشير النتائج إلى أن إدراك موظفي البنك لأخلاقيات العمل بمستوى مرتفع، وخاصة في أبعاد الصدق والشفافية، والالتزام، والعدالة، يعكس بيئة تنظيمية إيجابية تؤثر بشكل مباشر على الأداء الاقتصادي للبنك. اقتصادياً، تسهم هذه الأخلاقيات في رفع الكفاءة الإنتاجية، تقليل الهدر، تعزيز ثقة العملاء والمستثمرين، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. كما أن ترسيخ هذه القيم يسهم في تحسين صورة البنك في السوق، وزيادة ولاء العملاء، ما يؤدي في النهاية إلى تحسين مؤشرات الربحية والاستقرار المالي، ويجعل من الاستثمار في أخلاقيات العمل عنصراً استراتيجياً يدعم النمو والتوسع.

3) الفرضية توجد علاقة معنوية بين الصدق والشفافية والجودة في البنك.

حيث تنص الفرضية الفرعية الثانية على ما يلي:

H0: لا توجد علاقة معنوية بين الصدق والشفافية والجودة في البنك

H1: توجد علاقة معنوية بين الصدق والشفافية والجودة في البنك

حيث كانت نتائج اختبار الفرضية كما يلي:

الجدول رقم(27): يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط بين الصدق والشفافية وبعد الجودة

المتغير المستقل	معامل الانحدار	المتغير التابع	P- VALUE	معامل الارتباط	معامل التحديد
الصدق والشفافية	0.464	الجودة	0.001	0.532	0.283

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

وقد أسفرت نتائج التحليل عن ما يلي:

- تشير نتائج التحليل إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين الصدق والشفافية والجودة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.532، وهو ما يدل على ارتباط كبير بين المتغيرين.
 - أما معامل التحديد (0.283) فيعني أن الصدق والشفافية تفسر نحو 28.3% من التغير في مستوى الجودة، مما يشير إلى أن هذا المتغير المستقل يمثل عنصراً مهماً في تفسير سلوك المتغير التابع.
 - بالإضافة إلى ذلك، فإن قيمة $P\text{-value} = 0.001$ أقل بكثير من مستوى الدلالة الإحصائية (0.01)، مما يشير إلى أن العلاقة بين المتغيرين دالة إحصائياً بدرجة عالية وليست ناتجة عن الصدفة.
 - ورغم أن قيمة معامل الانحدار $B = 0.464$ تُظهر تأثيراً مباشراً متوسطاً، إلا أن الارتباط المرتفع ومعامل التحديد الكبير يدعمان وجود تأثير حقيقي وملحوظ للصدق والشفافية على الجودة.
- بناءً على النتائج، يمكن القول إن الصدق والشفافية تسهم بشكل دال إحصائياً في تعزيز مستوى الجودة، وعليه يتم قبول الفرضية البديلة ورفض الفرضية الصفرية.

توضح النتائج أن الصدق والشفافية داخل المؤسسة يُعدان من العوامل الأساسية المؤثرة في مستوى الجودة، حيث أن العلاقة بين المتغيرين قوية ودالة إحصائياً. اقتصادياً، يعكس هذا الترابط أهمية بناء ثقافة مؤسسية قائمة على الوضوح والمصداقية، مما يُسهم في تحسين العمليات، تقليل الأخطاء، ورفع رضا العملاء.

كما أن تفسير الصدق والشفافية لنحو 28.3% من التغير في الجودة يشير إلى دورهما كمصدر مهم في خلق قيمة مضافة، وبالتالي فإن تعزيز هذه القيم لا يدعم فقط الأداء التنظيمي، بل يُعد استثمارًا اقتصاديًا في رفع الكفاءة وتعزيز التنافسية.

4) الفرضية توجد علاقة معنوية بين الخبرة والميزة التنافسية في البنك.

حيث تنص الفرضية الفرعية الثانية على ما يلي

H0 : لا توجد علاقة معنوية بين الخبرة والميزة التنافسية في البنك

H1 : توجد علاقة معنوية بين الخبرة والميزة التنافسية في البنك

حيث كانت نتائج اختبار الفرضية كما يلي:

الجدول رقم (28): يوضح نتائج تحليل الانحدار البسيط بين متغير الخبرة والميزة التنافسية

المتغير المستقل	معامل الانحدار	المتغير التابع	P- VALUE
الخبرة	0.55	الميزة التنافسية	0.012

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss.

تبين من نتيجة تحليل الاستبيان لمتغير الخبرة في البنك أن القيمة الاحصائية لمتغير الخبرة بلغ 0.012 وكانت أقل من مستوى الدلالة المعنوية وبالتالي هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات نظرة العاملين لاخلاقيات العمل ودورها في تعزيز الميزة التنافسية وبالتالي فإن خبرة العامل في البنك تؤثر في الميزة التنافسية حيث وجد أن البنك تمتع بعمال ذوي اقدمية وكفاءة كبيرة في العمل.

اقتصاديًا، يعكس ذلك أن العاملين ذوي الأقدمية يمتلكون فهماً أعمق لأثر السلوك الأخلاقي في تحسين الأداء المؤسسي، وهو ما يدعم الرؤية بأن تراكم الخبرات داخل البنك يُسهم في تعزيز كفاءته التنافسية، وزيادة فاعلية تطبيق السياسات الأخلاقية، مما يؤدي في النهاية إلى تحسين جودة الخدمات، رفع ولاء العملاء، وتحقيق أداء مالي مستقر ومستدام.

خلاصة

أسفرت الدراسة الميدانية عن جملة من النتائج التي تؤكد الأثر الإيجابي والفعال لأخلاقيات العمل في دعم وتعزيز الميزة التنافسية للبنك. وقد بيّن التحليل الإحصائي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، حيث أظهرت النتائج أن الالتزام بالأخلاقيات المهنية يُسهم بشكل ملموس في تحسين الأداء المؤسسي، وزيادة ولاء الموظفين، ورفع رضا العملاء، بما يعكس أثرًا مباشرًا على قدرة البنك في تحقيق التميز والتفوق في بيئتها التنافسية.

كما أظهرت النتائج أن ترسيخ ثقافة أخلاقية في بيئة العمل يعزز من كفاءة اتخاذ القرار، ويقلل من النزاعات والممارسات السلبية، ويدعم الثقة المتبادلة داخل البنك ومع محيطها الخارجي. وقد بلغت نسبة تفسير أخلاقيات العمل للميزة التنافسية مستوى معتبرًا، مما يدل على أهمية هذا البُعد السلوكي كأداة استراتيجية لبناء ميزة يصعب تقليدها.

بناءً عليه، يمكن القول إن تعزيز أخلاقيات العمل لم يعد خيارًا أخلاقيًا فحسب، بل أصبح ضرورة تنظيمية واستراتيجية تسهم في تحقيق الاستدامة والريادة في بيئة الأعمال المعاصرة.

خاتمة

تعد أخلاقيات العمل من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات الحديثة لتعزيز قدرتها على التميز والاستجابة الفعالة لمتطلبات البيئة التنافسية. فهي تمثل منظومة من القيم والمبادئ التي توجه سلوك الأفراد داخل البنك نحو الالتزام والانضباط والنزاهة، مما يساهم في بناء الثقة وتحسين الصورة الذهنية وتعزيز الانتماء المؤسسي.

أما الميزة التنافسية، فهي تعبير عن قدرة البنك على تحقيق التفوق في سوق العمل من خلال تقديم قيمة مضافة يصعب تقليدها من قبل المنافسين، سواء من خلال جودة المنتجات، أو الكفاءة التشغيلية، أو العلاقات الإيجابية مع العملاء.

ومن خلال نتائج هذه الدراسة، تبين وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات العمل والميزة التنافسية، وهو ما يؤكد أن ترسيخ الممارسات الأخلاقية داخل البنك يساهم بشكل مباشر في تعزيز قدرتها على التنافس، فكلما ازداد التزام البنك بالسلوكيات الأخلاقية، كلما انعكس ذلك في رفع مستوى الأداء والرضا والثقة بين مختلف أصحاب المصلحة.

وعليه، فإن تفعيل التكامل بين أخلاقيات العمل واستراتيجيات تحقيق الميزة التنافسية يُعدّ توجهًا ضروريًا لأي بنك تسعى إلى تحقيق استدامة طويلة الأمد، من خلال بناء ثقافة مؤسسية قائمة على القيم، وتحقيق التمايز في السوق، وتعزيز قدرتها على الابتكار واتخاذ قرارات مسؤولة ومدروسة.

أولاً: نتائج اختبار الفرضيات

من خلال الدراسة تبين ما يلي:

- 1) وجود تأثير لآخلاقيات العمل على الميزة التنافسية للبنك عند مستوى دلالة احصائية (0.05%) وهذا يعني قبول الفرضية الرئيسية
- 2) وجود هناك مستوى مرتفع لجميع ابعاد اخلاقيات العمل في البنك
- 3) وجود تأثير للصدق والشفافية على الجودة في البنك عند مستوى دلالة احصائية (0.05%) وهذا يعني قبول الفرضية الجزئية الاولى
- 4) وجود تأثير لمستوى الخبرة على الميزة التنافسية في البنك عند مستوى دلالة احصائية (0.05%) وهذا يعني قبول الفرضية الجزئية الثالثة

ثانياً: النتائج العامة

تمثل النتائج العامة للدراسة خلاصة ما تم التوصل إليه من معطيات وتحاليل تعكس مدى تحقيق أهداف البحث وهي كالتالي:

النتائج النظرية

- تؤكد الأدبيات أن أخلاقيات العمل تُعد من العناصر الأساسية في بناء ثقافة مؤسسية قوية ومستقرة، تُوجّه سلوك الأفراد وتدعم تحقيق أهداف البنك.
- تُظهر الدراسات السابقة أن الالتزام بالسلوك الأخلاقي يعزز الثقة بين البنك وأصحاب المصلحة (الموظفين، الزبائن، الموردين، المجتمع)، ما يُعد عاملاً حاسماً في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- تشير النظريات إلى أن الميزة التنافسية لا تتولد فقط من الإمكانيات المادية والتكنولوجية، بل كذلك من العوامل غير الملموسة مثل السمعة، القيم، والمسؤولية الأخلاقية.
- تؤكد النماذج النظرية أن ترسيخ أخلاقيات العمل يدعم قرارات إدارية أكثر اتزاناً، ويُقلل من النزاعات الداخلية والتجاوزات القانونية، مما يرفع كفاءة الأداء المؤسسي.

النتائج التطبيقية

- أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات العمل والميزة التنافسية، مما يدل على أن تحسين السلوك الأخلاقي داخل الكلية/البنك ينعكس مباشرة على قدرتها التنافسية.
- تُبرز النتائج التطبيقية أن تعزيز قيم مثل الصدق، العدالة، الشفافية، والمسؤولية الاجتماعية يساهم في خلق بيئة مؤسسية جاذبة، ويزيد من ولاء الموظفين ورضا العملاء.
- أكدت الدراسة أن ترسيخ القيم الأخلاقية في بيئة العمل يُمكن البنك من بناء سمعة قوية في السوق، مما يُعزز من موقعها التنافسي ويجعلها الخيار المفضل للعملاء والموردين على حد سواء.
- أظهرت الدراسة أن العاملين في بيئة عمل قائمة على الأخلاق يُبدون مستويات أعلى من المبادرة والإبداع، مما يعزز قدرة البنك على التطوير والابتكار.

ثالثاً: اقتراحات

اشراك العاملين في صنع القرار، مما يزيد من شعورهم بالانتماء، ويعزز التزامهم الأخلاقي تجاه البنك وزملائهم. بناء علاقات إيجابية مع العملاء والمجتمع قائمة على الاحترام والمصادقية، ما يدعم صورة البنك وسمعتها السوقية. قياس مؤشرات الأخلاق التنظيمية بشكل دوري، وتضمينها في تقارير الأداء العام للبنك لتقييم مدى انعكاسها على النتائج الفعلية.

تحفيز ثقافة التميز القائم على القيم، بتكريم الموظفين المثاليين أخلاقياً، مما يشجع على المنافسة الإيجابية داخل البنك.

دعم مبادرات المسؤولية الاجتماعية كجزء من أخلاقيات العمل، لتقوية العلاقة بين البنك وبيئتها الخارجية، وتحقيق قيمة مضافة على المستوى المجتمعي.

رابعاً: افاق الدراسة

أثناء عملية دراسة هذا الموضوع والاطلاع على مختلف المراجع، استوقفت العديد من الأفكار التي يمكن أن تشكل مواضيع واعدة لأبحاث مستقبلية للمهتمين بمجال اخلاقيات العمل والميزة التنافسية، ومن بين هذه الأفكار يمكن اقتراح ما يلي:

- دراسة العلاقة بين أخلاقيات العمل والأداء المالي للبنك.
- أخلاقيات العمل كعنصر من عناصر رأس المال غير الملموس.
- أثر القيادة الأخلاقية على ثقافة البنك التنافسية.
- دور أخلاقيات العمل في تعزيز الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية للبنك.
- مقارنة دور اخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية في مؤسسات القطاعين العام والخاص.

قائمة المراجع

الكتب

- بلال خلف السكارنة، اخلاقيات العمل، طبعة الثالثة، دار المسيرة لنشر والطباعة، 2013 الاردن
- علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للنشر والطباعة، مصر
- فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة: مدخل إستراتيجي للمنافسة، دار الشروق للنشر والتوزيع عمان
- محي الدين القطب، الخيار الإستراتيجي وأثره في تحقيق الميزة التنافسية، دار حامد للطباعة والنشر والتوزيع، الاردن
- مصطفى محمود أبوبكر، الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، مصر
- نبيل مرسى خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية، مصر
- نجم عبود نجم، اخلاقيات الادارة في عالم متغير، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، مصر
- وائل محمد ادريس، الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، الدار اليازوري للطباعة والنشر، الاردن، 2007

الاطروحات

- بودراع امينة، دور اخلاقيات الاعمال في تحسين اداء العامليندراسة عينة من البنوك التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012-2013،

المقالات

- احمد بن داود المزجاجي الاشعري، الوجيز في اخلاقيات الاعمال، خوارزم العلمية للنشر والتوزيع السعودية 2013
- أحمد عبد السلام رجب النفراوي، توسيط المناخ الأخلاقي في العلاقة بين القيادة الأخلاقية والارتباط الوظيفي: دراسة تطبيقية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 50، العدد 4، جامعة عين شمس، مصر، 2020
- دجله مهدي محمود، تأثير الاخلاقيات الوظيفية في الابداع الاداري، بحث ميداني في عينة من المصارف العراقية، مجلة الادارة المجد السادس والعشرون، العدد الرابع 2013
- راهم لخيري، تأثير مبادئ الحكومة على اخلاقيات العمل في المؤسسة الجزائرية، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 18، 2017

- فاطمة الزهراء، برحومة عبد الحميد، دور الثقافة التنظيمية في ترسيخ اخلاقيات الاعمال التجربة اليابانية، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الثالث حول تسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014،
- محمد ال حسين، اثر ابعاد الثقافة التنظيمية في محفظة اخلاقيات العمل (دراسة مقارنة بين العراق والهند وكوريا الجنوبية)، المجلة العربية للإدارة المجلد 41، العدد3، العراق، 2021،

الملاحق

استمارة استبانة مذكرة ماستر

الموسومة بـ: دور أخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية

دراسة حالة: بنك الفلاحة و التنمية الريفية - B.A.D.R - وكالة تبسة

أخي الفاضل، أختي الفاضلة، نشكر لكم قبولكم على أن تكونوا طرفا مشاركا وفعالا في بحثنا وذلك بالتفضل باستكمال الاستبيان المقدم بين أيديكم حول الموضوع الموسوم بـ: "دور أخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية-دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية - B.A.D.R - وكالة تبسة والذي يدخل ضمن إطار إعداد مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في شعبة العلوم الاقتصادية (تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات).
نتمنى أن تدلوا بآرائكم الشخصية بكل صراحة وموضوعية، لأنها الطريقة الفعالة والوحيدة التي يمكننا أن نستفيد بها منكم، نضمن لكم السرية التامة على إجاباتكم حيث أنها سوف تُعالج وتُحلل على أساس مجهول، كما نقدر لكم مجهوداتكم ونرحب باقتراحاتكم وتوجيهاتكم لنا.

الطالب: أيوب عون

القسم الأول: معلومات عامة

يرجى التكرم بالاجابة على الأسئلة التالية.

أولاً: الجنس

☐

2. أنثى ☐

1. ذكر

ثانياً: العمر:

☐

2. من 31 سنة إلى 40 سنة ☐

1. أقل من 30 سنة

☐

4. أكبر من 50 سنة ☐

3. من 41 سنة إلى 50 سنة

ثالثاً: عدد سنوات الخبرة

☐

2. من 6 إلى 10 سنوات ☐

1. أقل من 5 سنوات

☐

4. أكثر من 20 سنة ☐

3. من 11 إلى 20 سنة

رابعاً: المستوى التعليمي

☐

2. ليسانس وماستر ☐

1. ما قبل التعليم الجامعي

☐

4. آخر أذكر ☐

3. ما بعد التدرج (ماجستير ودكتوراه)

القسم الثاني: أخلاقيات العمل

يرجى التكرم بوضع الإشارة (X) مقابل كل عبارة من العبارات التالية، وفقاً للحكم الذي يعبر عن مدى موافقتك:

أولاً: بعد العدالة والمساواة

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً	غير موافق
01	تتم معاملة الموظفين بعدالة دون تمييز.					
02	يتم تطبيق القوانين والأنظمة على الجميع بالتساوي.					
03	تُراعى الكفاءة في الترقيات.					
04	توزع المهام والأعباء الوظيفية بشكل عادل.					
05	يتم تقييم الموظفين بنفس المعايير عند ارتكاب الأخطاء.					

ثانياً: الصدق والشفافية

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً	غير موافق
01	تتعامل إدارة البنك مع الموظفين بصدق ووضوح.					
02	تتم مشاركة المعلومات المهمة بشفافية.					
03	يتعامل البنك مع العملاء بشفافية في العقود والعروض.					
04	لا يتم إخفاء الأخطاء أو التلاعب بالنتائج.					
05	يتم اتخاذ القرارات بناءً على حقائق واضحة.					

ثالثاً: الالتزام والمسؤولية

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً	غير موافق
01	يلتزم الموظفون بأداء واجباتهم المهنية.					
02	تتحمل إدارة البنك مسؤوليتها عن نتائج قراراتها.					
03	يُحاسب الموظفون على تقصيرهم في العمل.					
04	يلتزم البنك بتطبيق مدونة السلوك المهني.					
05	يتم تدريب الموظفين على معايير السلوك الأخلاقي.					

القسم الثاني: الميزة التنافسية

يرجى التكرم بوضع الإشارة (X) مقابل كل عبارة من العبارات التالية، وفقاً للحكم الذي يعبر عن مدى موافقتك:

أولاً: بعد الجودة

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً	غير موافق
01	يقدم الموظفون في البنك الخدمات بالشكل المطلوب.					
02	يقوم الموظفون في البنك بتقديم الخدمات بسرعة وفي الوقت المحدد.					
03	يسعى البنك والموظفين إلى تطبيق أنظمة ومعايير إدارة الجودة.					
04	تحدد إدارة البنك مقاييس جودة الخدمات البنكية.					

ثانياً: الكفاءة

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً	غير موافق
01	تطبق إدارة البنك التقنيات الحديثة بما يضمن سرعة تقديم الخدمات البنكية للعملاء.					
02	تدقق إدارة البنك كل الأنشطة والإجراءات وإلغاء غير الضروري منها.					
03	تسعى إدارة البنك إلى تبني كافة الطرق والأساليب والإستراتيجيات الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات في البنك.					
04	تسهم نظم المعلومات المستخدمة في البنك في تخفيض تكاليف الخدمات البنكية.					
05	يتضمن نطاق الرقابة الداخلية للبنك فحص وتقييم كفاءة وفعالية العمليات البنكية.					

ثالثاً: الابداع

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً	غير موافق
01	تتبنى إدارة البنك إدخال وتجريب الأفكار الإبداعية التي يقدمها الموظفون لمواجهة مشكلات العمل.					
02	يتمتع البنك بثقافة تنظيمية تساعد على الإبداع والابتكار والمبادرة.					
03	يحرص البنك على الحصول على مراكز تنافسية مرتبطة بالإبداع والابتكار.					

04	يحرص البنك على تحقيق التفوق الدائم على منافسيه من خلال بصماته الإبداعية.				
05	لدى البنك القدرة على تغيير إستراتيجياته لتتوافق مع متطلبات الظروف التنافسية.				

رابعاً: الاستجابة

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً
01	تستكشف الإدارة رغبات وحاجات العملاء وتعمل على موافقتها بالخدمات المقدمة.				
02	تعمل إدارة البنك على التواصل مع العملاء وتفتح المجال أمامهم لتحديد الخدمات المناسبة لاحتياجاتهم.				
03	تهتم إدارة البنك بآراء العملاء وتأخذ بمقترحاتهم سعياً لتحسين الخدمات المقدمة.				
04	تتميز إدارة البنك بسرعة الاستجابة لتبني تكنولوجيا المعلومات الحديثة في عملياته.				

خامساً: التميز

رقم	رجاء اختر إجابة واحدة لكل سطر	موافق تماماً	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق تماماً
01	تتبنى الإدارة مواصفات ومعايير ضمان الجودة في جميع أنشطة البنك وعملياته.				
02	تشجع إدارة البنك على المبادرات للارتقاء بالخدمات بما يميزه عن البنوك الأخرى.				
03	لدى إدارة البنك توجه واضح للعمل للحصول على جوائز الجودة والتميز.				
04	تحرص إدارة البنك على أن تكون موارده متميزة وذات قيمة.				

تسهم نظم المعلومات المستخدمة في البنك في خفض تكاليف الخدمات البنكية.	32	1	5	3,53	,983
يتضمن نطاق الرقابة الداخلية للبنك فحص وتقييم كفاءة وفعالية العمليات البنكية.	33	2	5	3,58	,902
تتبنى إدارة البنك إدخال وتجريب الأفكار الإبداعية التي يقدمها الموظفون لمواجهة مشكلات العمل.	31	1	5	3,65	,950
يتمتع البنك بثقافة تنظيمية تساعد على الإبداع والابتكار والمبادرة.	33	1	5	3,67	,854
يحرص البنك على الحصول على مراكز تنافسية مرتبطة بالإبداع والابتكار.	33	2	4	3,42	,830
يحرص البنك على تحقيق التفوق الدائم على منافسيه من خلال بصماته الإبداعية.	33	2	5	3,33	,736
لدى البنك القدرة على تغيير إستراتيجياته لتتوافق مع متطلبات الظروف التنافسية.	33	2	5	3,58	,902
تستكشف الإدارة رغبات وحاجات العملاء وتعمل على مواءمتها بالخدمات المقدمة.	33	2	4	3,39	,704
تعمل إدارة البنك على التواصل مع العملاء وتفتح المجال أمامهم لتحديد الخدمات المناسبة لاحتياجاتهم.	33	1	5	3,39	1,029
تهتم إدارة البنك براءاء العملاء وتأخذ بمقترحاتهم سعياً لتحسين الخدمات المقدمة.	33	1	5	3,58	1,001
تتميز إدارة البنك بسرعة الاستجابة لتبني تكنولوجيا المعلومات الحديثة في عملياته.	33	1	5	3,88	,960
تتبنى الإدارة مواصفات ومعايير ضمان الجودة في جميع أنشطة البنك وعملياته.	33	1	5	3,21	1,111

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
تتم معاملة الموظفين بعدالة دون تمييز.	33	1	4	3,36	,929
يتم تطبيق القوانين والأنظمة على الجميع بالتساوي.	33	1	5	3,36	,994
تُراعى الكفاءة في الترقيات.	33	2	5	3,70	,883
توزع المهام والأعباء الوظيفية بشكل عادل.	33	1	4	2,97	1,015
يتم تقييم الموظفين بنفس المعايير عند ارتكاب الأخطاء.	33	1	5	3,42	1,032
تتعامل إدارة البنك مع الموظفين بصدق ووضوح.	33	1	5	4,18	,983
تتم مشاركة المعلومات المهمة بشفافية.	33	2	5	3,64	,929
تتعامل البنك مع العملاء بشفافية في العقود والعروض.	33	1	5	3,61	1,088
لا يتم إخفاء الأخطاء أو التلاعب بالنتائج.	33	2	5	3,91	,843
يتم اتخاذ القرارات بناءً على حقائق واضحة.	33	2	5	4,12	,740
تتم المهنيّة.	33	1	5	3,36	,994
تتحمل إدارة البنك مسؤوليتها عن نتائج قراراتها.	33	1	5	3,55	,833
يُحاسب الموظفون على تقصيرهم في العمل.	33	1	5	3,33	1,021
يلتزم البنك بتطبيق مدونة السلوك المهني.	33	1	5	3,61	,864
يتم تدريب الموظفين على معايير السلوك الأخلاقي.	33	1	5	3,82	,917
يقدم الموظفون في البنك الخدمات بالشكل المطلوب.	33	1	5	3,55	1,063
يقوم الموظفون في البنك بتقديم الخدمات بسرعة وفي الوقت المحدد.	33	1	5	3,18	,950
يسعى البنك والموظفون إلى تطبيق أنظمة ومعايير إدارة الجودة.	33	1	5	3,42	,867
تحدد إدارة البنك مقاييس جودة الخدمات البنكية.	33	2	5	3,24	1,001
تطبق إدارة البنك التقنيات الحديثة بما يضمن سرعة تقديم الخدمات البنكية للعملاء.	33	1	5	4,15	,906
تدقق إدارة البنك كل الأنشطة والإجراءات وإلغاء غير الضروري منها.	33	2	5	3,82	,846
تسعى إدارة البنك إلى تبني كافة الطرق والأساليب والإستراتيجيات الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات في البنك.	33	2	5	3,91	,765

يتم اتخاذ القرارات بناءً على حقائق واضحة.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	6,1	6,1	6,1
	موافق الى حد ما	1	3,0	3,0	9,1
	موافق	21	63,6	63,6	72,7
	موافق تماماً	9	27,3	27,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

يلتزم الموظفون بأداء واجباتهم المهنية.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	2	6,1	6,1	6,1
	غير موافق	3	9,1	9,1	15,2
	موافق الى حد ما	12	36,4	36,4	51,5
	موافق	13	39,4	39,4	90,9
	موافق تماماً	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

تتحمل إدارة البنك مسؤوليتها عن نتائج قراراتها.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	2	6,1	6,1	9,1
	موافق الى حد ما	10	30,3	30,3	39,4
	موافق	18	54,5	54,5	93,9
	موافق تماماً	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

يُحاسب الموظفون على تقصيرهم في العمل.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	6	18,2	18,2	21,2
	موافق الى حد ما	11	33,3	33,3	54,5
	موافق	11	33,3	33,3	87,9

"يقدم الموظفون في البنك الخدمات بالشكل المطلوب"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	5	15,2	15,2	18,2
	موافق الى حد ما	8	24,2	24,2	42,4
	موافق	13	39,4	39,4	81,8
	موافق تماماً	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"يقوم الموظفون في البنك بتقديم الخدمات بسرعة وفي الوقت المحدد"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	7	21,2	21,2	24,2
	موافق الى حد ما	12	36,4	36,4	60,6
	موافق	11	33,3	33,3	93,9
	موافق تماماً	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"يسعى البنك والموظفين إلى تطبيق أنظمة ومعايير إدارة الجودة"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	4	12,1	12,1	15,2
	موافق الى حد ما	9	27,3	27,3	42,4
	موافق	18	54,5	54,5	97,0
	موافق تماماً	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"تحدد إدارة البنك مقياس جودة الخدمات البنكية"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	10	30,3	30,3	30,3
	موافق الى حد ما	8	24,2	24,2	54,5
	موافق	12	36,4	36,4	90,9
	موافق تماماً	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	1	3,0	3,0	6,1
	موافق الى حد ما	2	6,1	6,1	12,1
	موافق	17	51,5	51,5	63,6
	موافق تماماً	12	36,4	36,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"تدقق إدارة البنك كل الأنشطة والإجراءات وإلغاء غير الضروري منها"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	3	9,1	9,1	9,1
	موافق الى حد ما	6	18,2	18,2	27,3
	موافق	18	54,5	54,5	81,8
	موافق تماماً	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

تسعى إدارة البنك إلى تبني كافة الطرق والأساليب والإستراتيجيات الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات في البنك."

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	6,1	6,1	6,1
	موافق الى حد ما	5	15,2	15,2	21,2
	موافق	20	60,6	60,6	81,8
	موافق تماماً	6	18,2	18,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"تسهم نظم المعلومات المستخدمة في البنك في تخفيض تكاليف الخدمات البنكية"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,1	3,1
	غير موافق	3	9,1	9,4	12,5
	موافق الى حد ما	11	33,3	34,4	46,9
	موافق	12	36,4	37,5	84,4
	موافق تماماً	5	15,2	15,6	100,0
	Total	32	97,0	100,0	
Manquant	Système	1	3,0		
Total		33	100,0		

"يتمتع البنك بثقافة تنظيمية تساعد على الإبداع والابتكار والمبادرة"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماماً	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	3	9,1	9,1	12,1
	موافق الى حد ما	4	12,1	12,1	24,2
	موافق	23	69,7	69,7	93,9
	موافق تماماً	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"يحرص البنك على الحصول على مراكز تنافسية مرتبطة بالإبداع والابتكار"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	7	21,2	21,2	21,2
	موافق الى حد ما	5	15,2	15,2	36,4
	موافق	21	63,6	63,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"يحرص البنك على تحقيق التفوق الدائم على منافسيه من خلال بصماته الإبداعية"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	4	12,1	12,1	12,1
	موافق الى حد ما	15	45,5	45,5	57,6
	موافق	13	39,4	39,4	97,0
	موافق تماماً	1	3,0	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"لدى البنك القدرة على تغيير إستراتيجياته لتتوافق مع متطلبات الظروف التنافسية"

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	5	15,2	15,2	15,2
	موافق الى حد ما	8	24,2	24,2	39,4
	موافق	16	48,5	48,5	87,9
	موافق تماماً	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

لاحتياجاتهم.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	6	18,2	18,2	21,2
	موافق الى حد ما	9	27,3	27,3	48,5
	موافق	13	39,4	39,4	87,9
	موافق تماما	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"تهتم إدارة البنك بآراء العملاء وتأخذ بمقترحاتهم سعيًا لتحسين الخدمات المقدمة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	5	15,2	15,2	18,2
	موافق الى حد ما	5	15,2	15,2	33,3
	موافق	18	54,5	54,5	87,9
	موافق تماما	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

تتميز إدارة البنك بسرعة الاستجابة لتبني تكنولوجيا المعلومات الحديثة في عملياته."

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	1	3,0	3,0	3,0
	غير موافق	3	9,1	9,1	12,1
	موافق الى حد ما	2	6,1	6,1	18,2
	موافق	20	60,6	60,6	78,8
	موافق تماما	7	21,2	21,2	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

"تتبنى الإدارة مواصفات ومعايير ضمان الجودة في جميع أنشطة البنك وعملياته

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق تماما	2	6,1	6,1	6,1
	غير موافق	9	27,3	27,3	33,3
	موافق الى حد ما	4	12,1	12,1	45,5
	موافق	16	48,5	48,5	93,9
	موافق تماما	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Corrélations

عدالة	يتم تقييم الموظفين بنفس المعايير عند ارتكاب الأخطاء.	نوع المهام والأعباء الوظيفية بشكل عادل.	تُراعى الكفاءة في الترقيات.	يتم تطبيق القوانين والأنظمة على الجميع بالتساوي بحالة دون تمييز.	يتم معاملة الموظفين بشكل متساوٍ.
تتم معاملة الموظفين بحالة دون تمييز.	Corrélation de Pearson	1	,461**	,215	,476**
	Sig. (bilatérale)	,007	,231	,005	,002
	N	33	33	33	33
يتم تطبيق القوانين والأنظمة على الجميع بالتساوي.	Corrélation de Pearson	,461**	1	,592**	,073
	Sig. (bilatérale)	,007	,000	,686	,000
	N	33	33	33	33
تُراعى الكفاءة في الترقيات.	Corrélation de Pearson	,215	,592**	1	,059
	Sig. (bilatérale)	,231	,000	,744	,002
	N	33	33	33	33
نوع المهام والأعباء الوظيفية بشكل عادل.	Corrélation de Pearson	,476**	,073	,059	1
	Sig. (bilatérale)	,005	,686	,744	,215
	N	33	33	33	33
يتم تقييم الموظفين بنفس المعايير عند ارتكاب الأخطاء.	Corrélation de Pearson	,519**	,698**	,523**	,222
	Sig. (bilatérale)	,002	,000	,002	,215
	N	33	33	33	33
عدالة	Corrélation de Pearson	,750**	,792**	,656**	,523**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,002
	N	33	33	33	33

Corrélations

الصدق	يتم اتخاذ القرارات بناءً على حقائق أو النتائج.	لا يتم إعتناء الأخطاء بالتأثير.	يتم التعامل مع المهام بتفافية في المقود والمروض.	يتم مشاركة المعلومات المهمة بشفافية.	يتم التعامل مع المهام بشفافية في المقود والمروض.	يتم التعامل مع الموظفين بصدق ووضوح.
تتم معاملة الموظفين بصدق ووضوح.	Corrélation de Pearson	1	,212	,391*	,436*	,442*
	Sig. (bilatérale)	,000	,237	,025	,011	,010
	N	33	33	33	33	33
يتم مشاركة المعلومات المهمة بشفافية.	Corrélation de Pearson	,212	1	-,053	,156	,202
	Sig. (bilatérale)	,237	,768	,386	,258	,010
	N	33	33	33	33	33
يتم التعامل مع المهام بشفافية في المقود والمروض.	Corrélation de Pearson	,391*	-,053	1	,437*	,411*
	Sig. (bilatérale)	,025	,768	,011	,018	,000
	N	33	33	33	33	33
لا يتم إعتناء الأخطاء أو النتائج بالتأثير.	Corrélation de Pearson	,436*	,156	,437*	1	,570**
	Sig. (bilatérale)	,011	,386	,011	,001	,000
	N	33	33	33	33	33
يتم اتخاذ القرارات بناءً على حقائق واضحة.	Corrélation de Pearson	,442*	,202	,411*	,570**	1
	Sig. (bilatérale)	,010	,258	,018	,001	,000
	N	33	33	33	33	33
الصدق	Corrélation de Pearson	,748**	,443**	,681**	,753**	,745**
	Sig. (bilatérale)	,000	,010	,000	,000	,000
	N	33	33	33	33	33

Corrélations						
		يُحاسب الموظفون على تصرفهم في المعمل	يُتخذ من البنك تطبيق مدونة السلوك المهني	يتم تدريب الموظفين على معايير السلوك الأخلاقية	يتم تدريب الموظفين على معايير السلوك الأخلاقية	الفرام
"تحمل إدارة البنك مسؤوليتها عن نتائج قراراتها. واجباتهم المهنية"	Corrélation de Pearson	,470**	,493**	,681**	,486**	,825**
	Sig. (bilatérale)	,006	,004	,000	,004	,000
	N	33	33	33	33	33
"تحمل إدارة البنك مسؤوليتها عن نتائج قراراتها"	Corrélation de Pearson	,470**	,588**	,656**	,461**	,816**
	Sig. (bilatérale)	,006	,000	,000	,007	,000
	N	33	33	33	33	33
"يُحاسب الموظفون على تصرفهم في المعمل"	Corrélation de Pearson	,493**	,588**	1	,167	,758**
	Sig. (bilatérale)	,004	,000		,353	,000
	N	33	33	33	33	33
"يُتخذ من البنك تطبيق مدونة السلوك المهني"	Corrélation de Pearson	,681**	,656**	,614**	1	,824**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,214
	N	33	33	33	33	33
"يتم تدريب الموظفين على معايير السلوك الأخلاقية"	Corrélation de Pearson	,486**	,461**	,167	,222	1
	Sig. (bilatérale)	,004	,007	,353	,214	
	N	33	33	33	33	33
الفرام	Corrélation de Pearson	,825**	,816**	,758**	,824**	,606**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	33	33	33	33	33

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	17	51,5	51,5	51,5
	ننى	16	48,5	48,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

الفئة العمرية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اقل من 30 سنة	4	12,1	12,1	12,1
	من 31 الى 40 سنة	11	33,3	33,3	45,5
	من 41 الى 50 سنة	6	18,2	18,2	63,6
	اكبر من 50 سنة	12	36,4	36,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

عدد سنوات الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اقل من 5 سنوات	7	21,2	21,2	21,2
	من 6 الى 10 سنوات	6	18,2	18,2	39,4
	من 11 الى 20 سنة	8	24,2	24,2	63,6
	اكتر من 20 سنة	12	36,4	36,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ما قبل التعليم الجامعي	6	18,2	18,2	18,2
	ليسانس وماستر	18	54,5	54,5	72,7
	ما بعد التدرج (ماجستير ودكتوراه)	7	21,2	21,2	93,9
	شهادات اخرى	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Regression

Variables introduites/éliminées^a

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	الصدق ^b	.	Introduire

a. Variable dépendante : الجودة

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,532 ^a	,283	,259	2,30660

a. Prédicteurs : (Constante), الصدق

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	64,946	1	64,946	12,207	,001 ^b
	de Student	164,933	31	5,320		
	Total	229,879	32			

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور أخلاقيات العمل في تعزيز الميزة التنافسية داخل المؤسسات المالية، حيث تم اختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية كدراسة حالة نظرًا لطبيعته الخدمية ودوره الحيوي في الاقتصاد الوطني. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS الإصدار 26.

ومن خلال الدراسة الميدانية لعينة من موظفي البنك، تبين أن لديهم تصورات إيجابية تجاه ممارسات أخلاقيات العمل داخل مؤسستهم، حيث أظهرت النتائج أن الالتزام بالقيم الأخلاقية يساهم في تحسين صورة البنك لدى الزبائن، وتعزيز الثقة، ورفع مستوى رضا العاملين، مما ينعكس إيجابيًا على الأداء العام ويساهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في القطاع المصرفي.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات العمل، الميزة التنافسية، المؤسسات المالية

abstract:

This study aimed to highlight the role of work ethics in enhancing competitive advantage within financial institutions. The Agricultural and Rural Development Bank (BADR) was selected as a case study due to its service-oriented nature and its vital role in the national economy. To achieve the study's objectives, a questionnaire was used as the primary data collection tool, and the data was analyzed using SPSS version 26.

The field study conducted on a sample of the bank's employees revealed that they hold positive perceptions regarding ethical practices within their institution. The results indicated that adherence to ethical values contributes to improving the bank's image among customers, strengthening trust, and increasing employee satisfaction. These factors positively impact overall performance and help achieve a sustainable competitive advantage in the banking sector.

Key words: Work Ethics, Competitive Advantage, Financial Institutions