



Applying Some Of The Green Productivity Strategies To Enhance The Competitive Advantage **An exploratory study in some of the mineral water bottling companies in Basra Governorate in Iraq**

Mr.Ammar Nazar Mustafa^{1*} and Dr. Mohammad Saleh Hadi²

^{1,2} *Al-Basra University / College of Administration and Economics / Department of Business

ABSTRACT

The goal of this research is to determine the impact of applying some green productivity strategies (shared environmental responsibility, green product innovation, green process innovation, green production) in enhancing competitive advantage in a sample of three mineral water bottling companies in Basra Governorate (Al-Janain Al-Muallaqa Company, Durrat Al-Khaleej Company, world company). This research relied on the descriptive analytical approach; and the questionnaire tool for collecting primary data from the research sample, which amounted to (108) individual workers in the companies under stud. In addition, the SPSS statistical analysis program has been utilized to reach the following results: The companies under study apply green productivity strategies to a very high degree (4.41). They have worked to provide green goods and products that are compatible and environmentally friendly. Also, the companies under study have a strong competitive advantage from the standpoint of their employees. Moreover, this study has discovered a positive and strong correlation between green productivity strategies and competitive advantage, and there is a significant effect of applying green productivity strategies in enhancing competitive advantage in mineral water bottling companies. Therefore, this research recommends that the senior management of mineral water bottling companies in Basra Governorate be careful to choose the methods that achieve successful management of environmental issues and work to confirm their commitment to environmental and social responsibility to make their products environmentally friendly and greener.

Keywords: Green productivity, Green productivity strategies, competitive advantage, mineral water bottling companies

Received:14/11/2022

Accepted:19/12/2022

Published:31/12/2022

*Corresponding Author: Ammar.aldirawi@uobasrah.edu.iq

دراسة استطلاعية في بعض من توظيف بعض من استراتيجيات الإنتاجية الخضراء لتعزيز الميزة التنافسية شركات تعبئة المياه المعدنية بمحافظة البصرة في العراق

م.د. محمد صالح هادي²

م . عمار نزار مصطفى^{1*}

^{1,2} جامعة البصرة / كلية الإدارة والاقتصاد / قسم ادارة الاعمال.

المستخلص

هدف البحث إلى التعرف على تأثير توظيف بعض من استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية المشتركة، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الخضراء) في تعزيز الميزة التنافسية ، من خلال اختيار عينة من ثلاث شركات مختصة بتعبئة المياه المعدنية ضمن محافظة البصرة وهي (شركة الجنائن المعلقة، شركة درة الخليج، شركة العالم)، ووظفت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ وبلورت الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية من عينة البحث والتي بلغت (108) في الشركات محل الدراسة، وفي ضوء برنامج SPSS، وتوصل البحث إلى جملة من النتائج التالية: الشركات محل البحث تطبق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء بدرجة كبيرة جداً (4.41)، وتعمل على تقديم سلع ومنتجات خضراء متوافقة وصديقة للبيئة، وتتمتع الشركات محل الدراسة بميزة تنافسية قوية من وجهة نظر العاملين فيها، كما توصلت الدراسة ضمن فرضياتها إلى وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء والميزة التنافسية، ووجود أثر ذو دلالة معنوية لتطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء في تعزيز الميزة التنافسية لبعض من شركات تعبئة المياه المعدنية. وتوصي الدراسة الإدارة العليا لبعض من شركات تعبئة المياه المعدنية بمحافظة البصرة بالحرص على اختيار الطرق التي تحقق إدارة ناجحة للقضايا البيئية، والعمل على تأكيد التزامها بالمسؤولية البيئية والاجتماعية، وجعل منتجاتها صديقة للبيئة وأكثر اخضراراً.

الكلمات المفتاحية: الإنتاجية الخضراء، استراتيجيات الإنتاجية الخضراء الميزة التنافسية ، شركات تعبئة المياه المعدنية

المقدمة:

في ظل التحديات والتغيرات الجذرية المتسارعة كان هنالك اهتمام ملحوظ بالقضايا البيئية من قبل المنظمات باختلاف مسمياتها وتوجهاتها الأهلية منها والحكومية، وضمن هذا التوجه برزت بعض من منظمات المجتمع المدني والمنظمات الدولية التي تضغط على الحكومات والقطاع الخاص بغرض الحفاظ وحماية البيئة من أهم الملوثات؛ لما لها من أضرار جسيمة، وترتب على ذلك مزيد من الاهتمام بالجوانب البيئية لأنشطتها.

وفي ضوء الدراسات التي تم الإشارة إليها ضمن متن الدراسة الحالية والتي اشارت إلى أن استراتيجيات الإنتاج الأخضر تعد من الأساليب الحديثة في مجال تحسين الإنتاجية وحماية البيئة من التلوث والحفاظ عليها، لذا ينبغي على الشركات في ضوء ما طرحته هذه الدراسات أن تحرص على اتباع بعض من أساليب الإنتاجية الحديثة الصديقة للبيئة في كافة أوجه نشاطاتها ولو بشكل نسبي لكونها تعد بمثابة اليات شمولية والتي تركز وبشكل متكامل على تحسين الإنتاجية ومحاكاة الجوانب التقنية من جانب وحماية البيئة من جانب آخر.

المبحث الأول : الإطار العام والدراسات السابقة**أولاً: الإطار العام للدراسة:****1. مشكلة الدراسة وأسئلتها:**

تعد محافظة البصرة من أكثر المحافظات العراقية معاناة من تلوث المياه، وفقاً لتقرير منظمة " هيومن رايتس ووتش" في تقرير أصدرته في العام 2019، وهذا الواقع أفرز وجود العديد من شركات تعبئة المياه المعدنية التي تعمل في المحافظة على تأمين مصادر مياه نظيفة وصحية صالحة للشرب، فهل تلتزم هذه الشركات بمعايير الصحة والسلامة المحلية والعالمية في طبيعة عملياتها الإنتاجية؟ وإلى أي مدى تهتم هذه الشركات الصناعية بتطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء، وتسعى للحفاظ وعدم الاضرار بالبيئة سيما وان طبيعة عملياتها الإنتاجية قد يترتب عليها جوانب أضرار كبيرة بالبيئة وصحة الانسان؟ و استناداً إلى ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيس الآتي :

هل لتوظيف بعض من استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) تأثير على الميزة التنافسية

لبعض من شركات تعبئة المياه المعدنية في محافظة البصرة ، ويتفرع منها التساؤلات التالية :

1. ما مستوى تطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء في شركات تعبئة المياه المعدنية بمحافظة البصرة (شركة الجنائن المعلقة، شركة درة الخليج، شركة العالم) من وجهة نظر العاملين فيها؟
2. ما مستوى الميزة التنافسية في شركات تعبئة المياه محل الدراسة من وجهة نظر العاملين فيها؟
3. هل توجد علاقة بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) والميزة التنافسية للشركات محل الدراسة؟

4. هل يوجد تأثير معنوي لتطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) في تعزيز الميزة التنافسية للشركات محل الدراسة؟

2. أهداف الدراسة:

- 1.2: التعرف إلى مستوى تطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء في شركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة بمحافظة البصرة من وجهة نظر العاملين فيها.
- 2.2: قياس مستوى الميزة التنافسية في شركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة بمحافظة البصرة من وجهة نظر العاملين فيها.

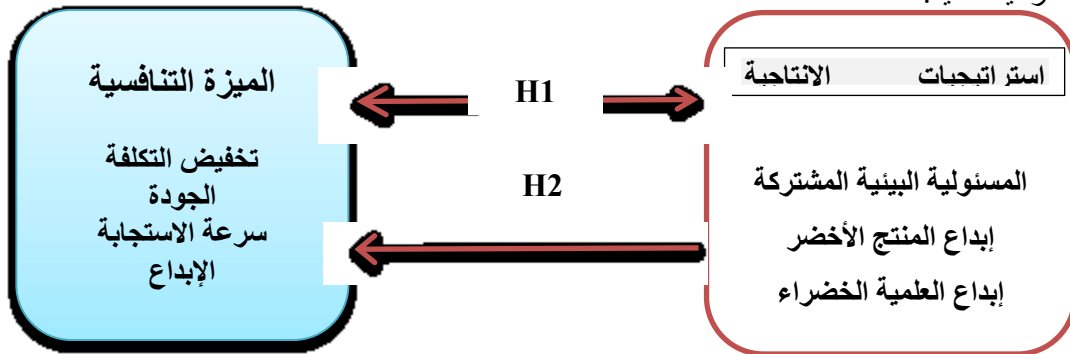
- 3.2: التعرف على طبيعة العلاقة بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية المشتركة، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) والميزة التنافسية.

- 4.2: التعرف على أثر استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) على الميزة التنافسية لشركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة.

3. أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من تناولها لمتغيرين من الموضوعات الحديثة في العلوم الإدارية، حيث يُعد موضوع الإنتاجية الخضراء من أكثر المفاهيم حداثة في مجال إدارة الإنتاج والعمليات، كما تتبع أهميتها من ندرة الدراسات العربية على حد علم الباحثان التي تناولت المتغيرين معاً (الإنتاجية الخضراء، الميزة التنافسية) . كما يأمل الباحثان أن تساهم نتائج هذه الدراسة وما ستقدمه من توصيات في توفير حافز لشركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة لتحسين الإنتاجية والحفاظ على البيئة بما يوفر لها ميزة تنافسية قوية، ويساهم في زيادة كفاءة عملياتها الصناعية وترشيد استخدام المواد وتقليل التأثيرات البيئية السلبية.

1. يوجد ارتباط معنوي ما بين المسؤولية البيئية للشركة والميزة التنافسية.
 2. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع المنتج الأخضر والميزة التنافسية.
 3. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع العملية الخضراء والميزة التنافسية.
 4. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية الإنتاج الأخضر والميزة التنافسية.
- H2:** يوجد تأثير معنوي لاستراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية للشركة، استراتيجية إبداع المنتج الأخضر، استراتيجية إبداع العملية الخضراء، استراتيجية الإنتاج الأخضر) في تعزيز الميزة التنافسية لبعض من شركات تعبئة المياه المعدنية في محافظة البصرة .
5. **المخطط الافتراضي للدراسة:** يوضح المخطط التالي الفكرة الأساسية للدراسة والارتباط والتأثير بين المتغير المستقل "استراتيجية الإنتاجية الخضراء"، والمتغير التابع "الميزة التنافسية"



شكل رقم (1): مخطط الدراسة الفرضي

رئيسية لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أن تحليلات الأعمال والتوجه البيئي لهما دور محوري تجاه الابتكار الأخضر بالإضافة إلى الميزة التنافسية الخضراء.

4. دراسة Omoush (2020): هدف إلى التمييز بين مفاهيم الإنتاجية الخضراء واستراتيجيتها وخارطة الطريق الخاصة بها، وكذلك دراسة تأثير الإنتاجية الخضراء على الاستدامة البيئية من خلال تحديد الدور الوسيط للدعم الإداري لهذه الممارسات الخضراء في المصانع الأردنية. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير كبير للمتغيرات المستقلة، وهي الإنتاجية الخضراء على الاستدامة البيئية كمتغير تابع في وجود المتغير الوسيط.

4. بناء فرضيات الدراسة:

لم يجد الباحثان دراسة ترتبط الأبعاد او المتغيرات الفرعية لاستراتيجيات الإنتاجية الخضراء وهي (المسؤولية البيئية للشركة، استراتيجية إبداع المنتج الأخضر، استراتيجية إبداع العملية الخضراء، استراتيجية الإنتاج الأخضر) بشكل مجتمع كما في الدراسة هذه ، حيث ان دراسة وهاب وسليمان (2021)، ودراسة Omoush (2020)، Huang & Li (2018)، ودراسة داوود وهاشم (2017)، ودراسة الأغا، ركزت على استراتيجية الإنتاجية الخضراء كمتغير مستقل، لكن بمؤشرات قياس تختلف عن المؤشرات والأبعاد التي ستعتمد في الدراسة الحالية ، اما دراسة الشنطي والجبار (2020)، ودراسة (Hashim et al (2020)، ودراسة (بركات ، 2018) اهتمت بمتغير الميزة التنافسية كمتغير تابع، وفي ضوء ذلك تم صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي:

H1: يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء والميزة التنافسية في بعض من شركات تعبئة المياه المعدنية في محافظة البصرة، ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

ثانياً: الدراسات السابقة:

1. دراسة وهاب، وسليمان (2021): هدفت إلى تحديد أثر الإنتاجية الخضراء في تعزيز التنمية المستدامة في الشركة العامة لكبريت المشراق، واستخدم الباحثين الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات، وتم اختيار عينة مكونة من (82) فرداً، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط وأثر معنوية موجبة بين الإنتاجية الخضراء والتنمية المستدامة.
2. دراسة Hashim , et.al (2020): هدفت إلى استكشاف الدور الوسيط للابتكار الأخضر في تأثير تحليلات الأعمال والتوجه البيئي على الميزة التنافسية الخضراء، واستخدم الباحث الاستبانة الإلكترونية كأداة

إلى عدم توفر إمكانية لتطبيق بعض أدوات الإنتاجية الخضراء في الشركات الصناعية جراء افتقارها للبنية الأساسية التي يتطلبها التطبيق.

ثالثاً: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تعتبر الدراسة الحالية متميزة عن الدراسات السابقة في محتواها وإطارها المكاني والمتمثل بمجتمع الدراسة وكذلك مؤشرات قياس متغيراتها.

حيث تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بتناولها لقطاع صناعي مهم يرتبط العمل به بشكل كبير بصحة وحياة الإنسان والمجتمع، ولم تتناوله أي من الدراسات السابقة سواء العراقية أو العربية ، كذلك جمعت بين متغيرات لم يسبق أن تم دراسة العلاقة بينهما في الدراسات السابقة على حد علم الباحثان، والمتمثلة ببعض من استراتيجيات الإنتاجية الخضراء الأكثر ارتباطاً بالميزة التنافسية .

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً: استراتيجيات الإنتاجية الخضراء:

1. المفهوم

تسعى الكثير من الشركات الصناعية في الوقت الراهن إلى تبني المفاهيم الحديثة وتطبيقها في مجال المحافظة على البيئة والإنتاجية الخضراء التي تسهم في الحد من التلوث البيئي داخل وخارج الشركة، ومن ثم تسهم في الاستدامة للأداء البيئي والاجتماعي (داود، 2017:80). وتُعد استراتيجيات الإنتاجية الخضراء من المواضيع التي نالت أهمية بالغة في العقود الأخيرة (1990-2021)، نظراً لدورها وقدرتها على تحسين الإنتاجية والاهتمام بحماية البيئة جراء العمليات الإنتاجية (Avishek et al,2008). وفيما يلي مجموعة من التعريفات التي توضح هذا المفهوم:

5. دراسة (Huang & Li (2018): هدفت إلى دراسة العلاقات بين استراتيجية الابتكار البيئي وأداء الابتكار الأخضر بالتطبيق على شركات صناعة تكنولوجيا المعلومات في تايوان. و أهم النتائج التي توصلت إليها: أن استراتيجية الابتكار البيئي ومواءمة الموارد بين الشركاء ترتبط بشكل إيجابي بأداء الابتكار الأخضر.

6. دراسة بركات (2018) بعنوان: هدفت إلى التعرف إلى دور الذكاء الاستراتيجي في تعزيز الميزة التنافسية في شركات الأدوية الفلسطينية، وتوصلت الى ان واقع الذكاء الاستراتيجي في شركات الأدوية الفلسطينية جاء بوزن نسبي (71.16%) وبدرجة موافقة كبيرة، وكشفت نتائج الدراسة أن مستوى الميزة التنافسية في شركات الأدوية الفلسطينية جاء بوزن نسبي (77.91%) وبدرجة موافقة كبيرة.

7. دراسة سموعي، وعباس(2017) بعنوان: هدفت إلى تحديد أثر استراتيجية التكنولوجيا في الإنتاجية الخضراء و التعرف على العلاقة بين المتغيرين، وطبقت الدراسة في شركة مصافي الوسط/ الدورة، وتوصلت الدراسة الى وجود فجوة في الأداء بمقدار(7%- 20%) هذا يعني أن هناك تطبيق جزئي لمتغيري استراتيجية التكنولوجيا والإنتاجية الخضراء.

8. دراسة داوود، وهاشم (2017): هدفت إلى توضيح مفهوم الإنتاجية الخضراء والإنتاج الرشيق ومتطلبات تطبيقهما في شركة مصفى الدورة- بغداد ، وتوصلت الدراسة إلى نتائج إيجابية من خلال تقليل حجم النفايات الصلبة والغازية، والتي بدورها تقلل من الأثر البيئي، وأيضاً أن هناك علاقة كبيرة بين الإنتاجية الخضراء والإنتاج الرشيق .

9. دراسة الأغا (2013): هدفت الى التعرف على اهم أدوات الإنتاجية الخضراء ومدى إمكانية تطبيقها في الشركات الصناعية عموماً والشركات العاملة في محافظة نينوى على وجه الخصوص، وتوصلت الدراسة

جدول رقم (1): تعريفات استراتيجية الإنتاجية الخضراء

الباحث	التعريف	
(Hang and hong,2001:2)	"هي استراتيجية تطبق فيها الأدوات المناسبة، التقنيات، التكنولوجيا ونظام الإدارة لتقديم منتجات وخدمات صديقة للبيئة".	1
Hirakawacho et (al,2002:66)	"هي الطريقة التي تُمكن المنظمة سواء كانت صغيرة أو كبيرة من فهم ما يجب أن تتصرفه حيال التأثيرات على البيئة، والتي تسبب التقليل من كفاءة المنظمة أو إضافة الكلف والحد من إنتاجيتها".	2
(Kim and Hur,2002:1)	"هي إنتاج قيمة اقتصادية بمراعاة البيئة".	3
(Ahmad,2012: 67)	"هي استراتيجية لتحسين الإنتاجية والأداء البيئي في نفس الوقت للتنمية الاقتصادية-الاجتماعية بتطبيق الأدوات	4

	المناسبة، التكنولوجيا، الأنظمة الإدارية لتقديم سلع وخدمات متوافقة بيئياً".	
Septifani and Jannah, (2018:2)	"هي أحد الأساليب لتحسين الإنتاجية مع تقليل التأثيرات البيئية".	5

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على المصادر المذكورة أعلاه

7. استراتيجية مشاركة العاملين: تهدف هذه الاستراتيجية الى جعل العامل عنصراً فعالاً في تحقيق أهداف الإنتاجية، وتحسين نوعية القرارات الإدارية (Jones,1998:529).

ثانياً: الميزة التنافسية:

1. المفهوم:

يشير مفهوم الميزة التنافسية إلى قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط، وتتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للموارد بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المنظمة (أبو بكر، 2008: 13)، ويعرف سليم (2010) الميزة التنافسية بأنها " المهارة أو التقنية التي تتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون". وعرفها طالب والبنا (2012) بأنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات والمهارات المتكاملة التي تمتلكها المنظمة وتُعد منهجاً علمياً فيها قيمة أكبر للمستهلكين، وتساعد على تحقيق التفوق على المنافسين وتحقيق ربحية عالية".

2. أبعاد الميزة التنافسية: ويمكن إيجازها فيما يلي:

1. الكلفة: ويتحقق هذا البعد من خلال مجموعة من العوامل وهي: الاستثمار الأقل من الموارد، والنسب المرتفعة لاستغلال الطاقة، ومنح أجور منخفضة، والبيع المباشر للمستهلك، وتخفيض منافذ التوزيع (اللامي، 2008: 20).

2. الجودة: أي أداء الأشياء بصورة صحيحة، ويجب أن يكون هدف الجودة حاجات العميل الحاضرة والمستقبلية (الأيوبي، 2014: 137).

3. سرعة الاستجابة: تعني قدرة المنظمة على الاستجابة لمتطلبات واحتياجات المستفيدين من الخدمات بالسرعة والوقت المحدد (الغالبى و إدريس، 2009: 319).

4. الإبداع: أي تطبيق الأفكار الخلاقة أو القدرة على تبني الأفكار ووضعها موضع التطبيق بما يؤدي لتقديم منتجات جديدة (الشنطي، والجبار، 2020).

ثالثاً: نبذة عن الشركات محل الدراسة:

1. شركة الجنائن المعلقة: وهي أحد شركات تعبئة المياه المعدنية العاملة في مدينة البصرة، تأسست في العام 2009، ويعمل بها حالياً 45 موظفاً، موزعين على

ويتضح من التعريفات السابقة أن استراتيجية الإنتاجية الخضراء هي استراتيجية تركز بشكل كبير على تحسين الإنتاجية والأداء البيئي معاً؛ من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال تطبيق الأدوات المناسبة، التكنولوجيا، الأنظمة الإدارية لتقديم سلع وخدمات متوافقة وصديقة للبيئة، وهي بمثابة تكتيك أو آليات متكاملة تركز في ضوء مضمونها على تقديم سلع وخدمات متوافقة وصديقة للبيئة.

بين (Gandhi et al, 2006) أن التحسين التدريجي المستمر في المنتجات والعمليات يصنع فرصاً كبيرة لمنع التلوث والتقليل من النفايات، وأكد zailani and (logaa,2013) في هذا الصدد أنه لتحقيق ذلك ينبغي أن تركز الشركات على البيئة والجودة والربحية والتي تمثل المحاور الرئيسة للإنتاجية الخضراء.

2. استراتيجيات الإنتاجية الخضراء ، وتشمل الاستراتيجيات التالية :

1. استراتيجية منع التلوث: من خلال استخدام تقنيات تكنولوجية وبشرية تسهم في منع التلوث أو التقليل من تأثيراته على الإنسان والمجتمع والبيئة (كرم، 2014).

2. استراتيجية الإنتاج الأخضر: تسلط الضوء على منع التلوث من مصدره ، وتتفق مع مفهوم التنمية المستدامة والذي يحاول القضاء نهائياً على التلوث لتحقيق الاستفادة القصوى .

3. استراتيجية التكامل مع المجهز: تركز على خلق قيمة مضاعفة لكل من المنظمة والمجهزون (الغزاوي، 2002: 71).

4. استراتيجية إبداع المنتج الأخضر: يشير إلى تطبيق الأفكار المبدعة والتي تؤدي إلى التصميم، تصنيع، وتسويق المنتجات الجديدة، والتي تكون " أكثر صداقة للبيئة" في ضوء المنتجات الموجودة في السوق .

5. استراتيجية الإنتاج الرشيق: تركز على تلبية ما يتوقعه الزبون من خلال تسليم منتجات جيدة بأقل كلفة، واستبعاد النشاطات التي لا تضيف القيمة، والتقليل من استخدام الموارد، لغرض تحقيق الكفاءة (Ross & Associates,2004:2).

6. استراتيجية المسؤولية البيئية للشركة: اس التركيز على احترام المنظمة للقوانين والأنظمة التي تصدر عن الجهات الحكومية من أجل الحفاظ على البيئة (Pride & Ferrell,2003).

المبحث الثالث: منهج وأسلوب الدراسة التحليلي

1. **منهج البحث المعتمد:** تم توظيف الأسلوب الوصفي التحليلي

2. **مجتمع وعينة الدراسة:** تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في ثلاث شركات لتعبئة المياه المعدنية (شركة الجنائن المعلقة 45، شركة درة الخليج 106، شركة العالم 35) بمحافظة البصرة والبالغ عددهم (186)، وقد قام الباحثان باستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة، وفقا لمعادلة ستيفن ثامبوسن الإحصائية، حيث بلغ حجم العينة المناسب (125)، وقد تم توزيع 125 قائمة استبيان استرد منها (108) استبانة صالحة للتحليل الاحصائي بنسبة (85.7%) ويتضح في الجدول الخصائص المتعلقة بهم .

أربعة أقسام رئيسية هي (الإنتاج، التسويق، المالية، المختبرات)، تبلغ الطاقة الإنتاجية للشركة ما يعادل (10000) زجاجة مياه بلاستيكية بأحجام مختلفة منها سعة 200 مل، وسعة 330 مل، وسعة 500 مل ، ويوجد بالشركة ثلاث خطوط إنتاجية.

2. شركة در الخليج: تأسست في العام (2005)، ويعمل بها ما يقارب (106) موظفاً موزعين على سبعة أقسام رئيسية هي (الإنتاج، المالية، التسويق، المختبرات، الصيانة، المشتريات، الموارد البشرية)، ويوجد بالشركة ثمانية خطوط إنتاجية؛ أربعة منها لإنتاج القدح، وأربعة لإنتاج القنينة، تنتج الشركة زجاجات مياه بلاستيكية بأحجام مختلفة سعة 200، 330، 1500 مل، وتنتج كذلك قدح سعة 200 مل.

3. شركة العالم: وتأسست في العام (2011)، ويعمل بها حالياً 35 موظفاً موزعين على ثلاث أقسام هي (المالية، المختبرات، الإنتاج)، ويوجد بالشركة 4 خطوط إنتاجية، وتنتج عبوات مياه بأحجام مختلفة سعة 200، 330، 500، 1500 مل.

جدول (2): تباين خصائص العينة (ن=108)

النسبة المئوية %	العدد	البيانات الشخصية
90.7	98	ذكر
9.3	10	انثى
100	108	المجموع
30	32	ثانوية عامة فأقل
20	22	دبلوم متوسط
50	54	بكالوريوس فأعلى
100	108	المجموع
28	31	شركة الجنائن المعلقة
26	28	شركة العالم
46	49	شركة درة الخليج
100	108	المجموع
62	67	10-1
38	41	20-11
100	108	المجموع
33	36	30-20
37	40	40-31
22	24	50-41
8	8	51 فأكثر
100	108	المجموع

التي تحتاج إلى مجهود جسماني، كما تتراوح سنوات خدمتهم بين (1-20) عام ويعود هذا لحدثة نشأة هذه الشركات حيث أن أقدمها من حيث التأسيس هي شركة

يتضح من الجدول السابق أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من فئة الذكور، ويتناسب هذا إلى حد ما مع طبيعة العمل في شركات تعبئة المياه المعدنية وخطوط الإنتاج

3. أداة الدراسة: وظفت الدراسة أداة الاستبيان، والتي تم تطويرها اعتماداً على الأدب النظري والدراسات السابقة، وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين على فقرات الاستبيان، وتكون الاستبيان من (44) فقرة وبعض الأسئلة الشخصية، كما يوضحها الجدول التالي:

درة الخليج، والتي تأسست في العام 2005، وغالبية أفراد العينة يحملون درجة البكالوريوس والدبلوم المتوسط، ولديهم سنوات خدمة جيدة، ومن فئات عمرية ناضجة؛ وبذلك يطمئن الباحثان على قدرتهم على تفهم أسئلة الاستبيان والإجابة عليها بدقة وموضوعية.

جدول رقم (3): محاور ومجالات أداة الدراسة "الاستبيان"

الدراسات السابقة الداعمة	عدد الفقرات	المجال	الرقم
	5	البيانات الشخصية	1.
		2. المتغير المستقل: استراتيجيات الإنتاجية الخضراء	
	6	المسئولية البيئية للشركة	1
داوود وهاشم 2016، داوود	6	إبداع المنتج الأخضر	2
2017، وهاب وسليمان	6	إبداع العملية الخضراء	3
2021، الأغا 2013	6	الإنتاج الأخضر	4
	24	المجموع الكلي لفقرات استراتيجية	
		4. المتغير التابع: الميزة التنافسية أبعاده هي:	
الزبيدي وحسين 2013	5	تخفيض التكلفة	1
الشنطي والحيار 2021	5	الجودة	2
بركات 2018	5	سرعة الاستجابة	3
	5	الإبداع	4
	20	مجموع الفقرات الكلي للميزة التنافسية	
	44	المجموع الكلي لفقرات الاستبانة	

3.4: الصدق البنائي: تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، وتبين أن جميع معاملات الارتباط في جميع مجالات الاستبانة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.01$ وبذلك تعتبر جميع مجالات الاستبانة صادقه لما وضعت لقياسه، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (0.756، 0.950).

5. ثبات الاستبانة: تم التحقق من ثبات استبانة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، وتبين أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة لكل مجال حيث بلغت لجميع فقرات الإستانة (0.895)، وهذه القيمة تعد مرتفعة ومطمئنة لمدى ثبات الاستبانة.

4: صدق وثبات الاستبانة:

1.4: الصدق الظاهري " صدق المحكمين ": تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين تألفت من خمسة محكمين من المتخصصين في الإدارة والإحصاء، وقد تم الاستجابة لأراء المحكمين من حيث الحذف والتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

2.4: صدق الاتساق الداخلي: تم عمل الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه الفقرة، وقد تبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.537، 0.888)، وهي دالة إحصائياً وبدرجة قوية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.01$ وبذلك تعتبر فقرات الاستبانة صادقه لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (4): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستبانة

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المجال
0.853	24	استراتيجية الإنتاجية الخضراء
0.770	20	الميزة التنافسية
0.895	44	جميع المجالات معاً

البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه، حيث تبين أن قيمة الاختبار تساوي (1.235) والقيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (0.091) وهي أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك فإن توزيع البيانات يتبع التوزيع الطبيعي.

6. اختبار التوزيع الطبيعي Normality Distribution Test

تم استخدام اختبار كولموجوروف - سمرنوف (K-S) Kolmogorov-Smirnov Test لاختبار ما إذا كانت فئات الوصف الإحصائي: يوضحها الجدول التالي :

جدول رقم (5): تصنيفات فئات الوصف الإحصائي

التقدير اللفظي	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي		تسلسل الفئة
	إلى	من	إلى	من	
منخفض جداً	36.00	20.00	1.8	1	1
منخفض	52.00	أكثر من 36.00	2.6	أكثر من 1.8	2
متوسط	68.00	أكثر من 52.00	3.4	أكثر من 2.6	3
مرتفع	84.00	أكثر من 68.00	4.2	أكثر من 3.4	4
مرتفع جداً	100.00	أكثر من 84.00	5	أكثر من 4.2	5

المبحث الرابع: عرض نتائج الدراسة مناقشتها

وجهة نظر العاملين فيها؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب، والجدول التالي يوضح ذلك.

أولاً: إجابة السؤال الأول من أسئلة الدراسة: ما مستوى تطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء، في شركات تعبئة المياه المعدنية بمحافظة البصرة (شركة الجنائن المعلقة، شركة درة الخليج، شركة العالم) من

جدول رقم (6): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لاستراتيجيات الإنتاجية الخضراء "

م	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1.	المسؤولية البيئية للشركة	4.47	0.38	89.41	1
2.	استراتيجية إبداع المنتج الأخضر	4.46	0.32	89.20	2
3.	استراتيجية إبداع العملية الخضراء	4.39	0.36	87.78	3
4.	استراتيجية الإنتاج الأخضر	4.30	0.44	86.05	4
—	استراتيجية الإنتاجية الخضراء بشكل عام	4.41	0.31	88.11	—

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

1. مستوى تطبيق استراتيجية المسؤولية البيئية المشتركة جاء بمستوى مرتفع جداً من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي (4.47)، ويفسر الباحثان ذلك باهتمام الشركات محل الدراسة بالتخلص الآمن من مخلفات الإنتاج والحد من النفايات الصناعية، واختيارها الطرق التي تحقق إدارة ناجحة للقضايا البيئية، وكذلك التزامها بالأنظمة والقوانين التي تصدر عن الجهات الحكومية من أجل الحفاظ على البيئة.

2. مستوى تطبيق استراتيجية إبداع المنتج الأخضر جاء بدرجة مرتفعة جداً بمتوسط حسابي (4.46)، ويعود السبب في ذلك إلى اهتمام الشركات بتطبيق الأفكار المبدعة التي تؤدي إلى تصميم، تصنيع، وتسويق المنتجات الجديدة، والتي تكون ذات حداثة واخضرار وأكثر صداقة للبيئة، والعمل على ضمان الاستخدام الآمن لعمالها من خلال اعتماد الإنتاج الأخضر.

3. مستوى تطبيق استراتيجية إبداع العملية الخضراء جاء بدرجة مرتفعة جداً بمتوسط حسابي (4.39)، ويعود السبب في ذلك لحرص الشركات على تطبيق الأفكار المبدعة التي تؤدي إلى اعتماد عمليات الإنتاج أو ممارسات الإدارة التي تصنع أقل تأثيرات أو بدون تأثيرات سلبية على البيئة، صحة الإنسان، المجتمع، وكذلك قيام الشركات بتطبيق معايير المواصفات الدولية المتعلقة بعملياتها الخضراء.

4. مستوى تطبيق استراتيجية الإنتاج الأخضر جاء بدرجة مرتفعة جداً بمتوسط حسابي 4.30، ويعود السبب

في ذلك إلى حرص الشركات على التطبيق المستمر لاستراتيجية الوقاية البيئية المتكاملة في العمليات و/أو المنتجات والخدمات بهدف زيادة نجاعتها البيئية والحد من أخطارها على الإنسان والبيئة، وكذلك التزام الشركات باستخدام المواد الخام التي لا تضر بالبيئة، واتخاذها بعض الإجراءات لتقليل التلوث من المصدر، واعتمادها على مصادر طاقة أقل تلويثاً للبيئة.

5. مستوى تطبيق كافة استراتيجيات الإنتاجية الخضراء في شركات تعبئة المياه المعدنية بمحافظة البصرة جاء بدرجة مرتفعة جداً بمتوسط حسابي (4.41) وفقاً لاتجاهات أفراد عينة الدراسة، وهذا يدل على أن الشركات محل الدراسة تهتم بشكل كبير بتحسين الإنتاجية والحفاظ على الأداء البيئي في نفس الوقت؛ من خلال تقديم سلع ومنتجات خضراء متوافقة وصديقة للبيئة، كما يؤكد حرصها على الأخذ بأسباب الحفاظ على البيئة في عملياتها الإنتاجية والإدارية ومنع التلوث والتقليل من النفايات. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة داوود وهاشم 2017، وتختلف مع دراسة سموعي وعباس (2017)، ودراسة الأغا (2013).

ثانياً: إجابة السؤال الفرعي الثاني:

ما مستوى الميزة التنافسية في شركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة بمحافظة البصرة من وجهة نظر العاملين فيها؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (7): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي للميزة التنافسية

م	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1.	تخفيض التكلفة	4.13	0.52	82.67	4
2.	الجودة	4.75	0.33	95.07	1
3.	سرعة الاستجابة	4.51	0.33	90.22	2
4.	الإبداع	4.50	0.31	90.07	3
	الميزة التنافسية بشكل عام	4.48	0.27	89.51	—

بنسبة 95.07%، بينما حصل مجال " تخفيض التكلفة " على أقل درجة موافقة بنسبة 82.67%.

ويدل ذلك على تمتع الشركات محل الدراسة بميزة تنافسية عالية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، ويفسر الباحثان ذلك بحرص الشركات على الموارد المتاحة

يبين الجدول (7) : أن المتغير حصل بشكل عام على (4.48) ، (89.51) فيما يخص المتوسط الحسابي والوزن النسبي ، وهذا يعني أن هناك اجماع من قبل الباحثين على هذا المتغير ، وقد حصل المجال الفرعي " الجودة " على أعلى درجة موافقة من قبل الباحثين

التنافسية في شركات تعبئة المياه المعدنية في محافظة البصرة، ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

1. يوجد ارتباط معنوي ما بين المسؤولية البيئية للشركة والميزة التنافسية.
 2. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع المنتج الأخضر والميزة التنافسية.
 3. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع العملية الخضراء والميزة التنافسية.
 4. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية الإنتاج الأخضر والميزة التنافسية.
- ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام "معامل بيرسون للارتباط"، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار هذه الفرضية والفروض الفرعية:

جدول رقم (8): معامل الارتباط بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء والميزة التنافسية

اختبار	نتيجة الفرضية	القيمة الاحتمالية (Sig.)	معامل بيرسون للارتباط	الفرضية
قبول الفرضية	قبول الفرضية	<0.001	0.652	1. يوجد ارتباط معنوي ما بين المسؤولية البيئية للشركة والميزة التنافسية.
قبول الفرضية	قبول الفرضية	<0.001	0.757	2. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع المنتج الأخضر والميزة التنافسية.
قبول الفرضية	قبول الفرضية	<0.001	0.604	3. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع العملية الخضراء والميزة التنافسية.
قبول الفرضية	قبول الفرضية	<0.001	0.435	4. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية الإنتاج الأخضر والميزة التنافسية.
قبول الفرضية	قبول الفرضية	<0.001	0.724	5. يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجية الإنتاجية الخضراء والميزة التنافسية.

الفرعي الثالث من الفرضية الرئيسية الأولى، وهذا يعني أن تطبيق الأفكار المبدعة واعتماد عمليات الإنتاج و/أو ممارسات الإدارة التي تصنع أقل تأثيرات أو بدون تأثيرات سلبية على البيئة، صحة الإنسان، المجتمع سينعكس بشكل إيجابي على الميزة التنافسية للشركات ويساهم في تحسينها.

4. وجود ارتباط معنوي ما بين استراتيجية الإنتاج الأخضر والميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.435)، وعليه نقبل الفرض الفرعي الرابع من الفرضية الرئيسية الأولى، وهذا بدوره يؤكد على أن التطبيق المستمر لاستراتيجية الوقاية البيئية المتكاملة في العمليات والمنتجات والخدمات بهدف زيادة نجاعتها البيئية والحد من أخطارها على الإنسان والبيئة له دور فعال في تحسين وتعزيز الميزة التنافسية لشركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة.

5. وجود ارتباط معنوي ما بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء ومجموعة الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة

بصورة اقتصادية رشيدة، وموازنتها بين اعتبارات تخفيض الكلفة والجودة والحفاظ على البيئة. وتتفق هذه النتيجة بشكل جزئي مع دراسة الشنطي والجبار (2020)، ودراسة بركات (2018).

ثالثاً: إجابة السؤال الفرعي الثالث من أسئلة الدراسة: هل توجد علاقة بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية المشتركة، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) والميزة التنافسية للشركات محل الدراسة.

وللإجابة عن هذا السؤال تم وضع واختبار الفرضية الرئيسية الأولى على النحو التالي:

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى H1: يوجد ارتباط معنوي ما بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء والميزة

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

1. وجود ارتباط معنوي ما بين المسؤولية البيئية للشركة والميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.652)، وهذا يعني أن أي تحسين في المسؤولية البيئية المشتركة سيقابله تحسين في الميزة التنافسية للشركات، وبالتالي نقبل الفرض الفرعي الأول من الفرضية الرئيسية الأولى.

2. وجود ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع المنتج الأخضر والميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.757)، ومستوى الدلالة أقل من 0.01، وهذا يدل على أن تحسين الميزة التنافسية لشركات تعبئة المياه المعدنية في محافظة البصرة يمكن أن يتم من خلال التطبيق الجيد لاستراتيجية إبداع المنتج الأخضر. وعليه نقبل الفرض الفرعي الثاني من الفرض الرئيس الأول.

3. وجود ارتباط معنوي ما بين استراتيجية إبداع العملية الخضراء والميزة التنافسية، وبالتالي نقبل الفرض

اختبار الفرضية الثانية H2: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية ومعنوية لاستراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسئولية البيئية للشركة، استراتيجية إبداع المنتج الأخضر، استراتيجية إبداع العملية الخضراء، استراتيجية الإنتاج الأخضر) في تعزيز الميزة التنافسية لشركات تعبئة المياه المعدنية في محافظة البصرة. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام الانحدار الخطي المتعدد، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (9): تحليل الانحدار المتعدد

Value of probability (Sig.)	value of the test T	coefficients of regression	independent variables
<0.001	4.952	1.142	المقدار الثابت
<0.001	3.650	0.210	المسئولية البيئية للشركة
<0.001	6.393	0.408	استراتيجية إبداع المنتج الأخضر
<0.001	4.065	0.260	استراتيجية إبداع العملية الخضراء
0.019	2.388	0.132	استراتيجية الإنتاج الأخضر
معامل التحديد المُعدَّل = 0.665			معامل الارتباط = 0.823
القيمة الاحتمالية = <0.001			قيمة الاختبار F = 54.181

إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) تؤثر في الميزة التنافسية لشركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية الثانية. والمعادلة التالية تعبر عن علاقة الانحدار بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع:

الميزة التنافسية = $1.142 + 0.408$ استراتيجية إبداع المنتج الأخضر + 0.260 استراتيجية إبداع العملية الخضراء + 0.210 استراتيجية المسئولية البيئية المشتركة + 0.132 استراتيجية الإنتاج الأخضر.

المبحث الخامس: الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات:

1. تطبيق الأفكار المبدعة واعتماد استراتيجيات الإنتاجية الخضراء التي تصنع أقل تأثيرات سلبية على البيئة، له دور إيجابي في تعزيز الميزة التنافسية، وكذلك التطبيق المستمر لاستراتيجية الوقاية البيئية المتكاملة في العمليات والمنتجات والخدمات سيقابله تحسين بدرجة كبيرة في الميزة التنافسية للشركات.
2. الشركات محل الدراسة تطبق وبدرجة مرتفعة جداً استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسئولية البيئية المشتركة، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية

معامل ارتباط بيرسون (0.724)، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية الأولى، وهذا يدل على أن تطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء سيساهم في تحسين الميزة التنافسية لشركات تعبئة المياه المعدنية العاملة بمحافظة البصرة. وتتفق هذه النتيجة بشكل جزئي مع دراسة وهاب وسليمان (2021)، ودراسة داوود وهاشم (2017).
رابعاً: إجابة السؤال الرابع من أسئلة الدراسة:
هل يوجد تأثير معنوي لتطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء في تعزيز الميزة التنافسية؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم وضع واختبار الفرضية الرئيسية الثانية.

من النتائج الموضحة في جدول (9) يمكن استنتاج ما يلي:

1. تبين أن كافة المتغيرات المستقلة " المسئولية البيئية للشركة، استراتيجية إبداع المنتج الأخضر، استراتيجية إبداع العملية الخضراء، استراتيجية الإنتاج الأخضر " تؤثر في الميزة التنافسية.
2. معامل الارتباط = 0.823، ومعامل التحديد المُعدَّل = 0.665، وهذا يعني أن 66.5% من التغير في الميزة التنافسية تم تفسيره من خلال المتغيرات المستقلة والنسبة المتبقية قد ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر في الميزة التنافسية. وتتفق هذه النتيجة بشكل جزئي مع دراسة Omoush (2020).
3. استراتيجية إبداع المنتج الأخضر هي أكثر الاستراتيجيات تأثيراً في الميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار 0.408 عند مستوى دلالة أقل من 0.001، ثم تليها استراتيجية إبداع العملية الخضراء بمعامل انحدار 0.260، ثم تليها استراتيجية المسئولية البيئية المشتركة بمعامل انحدار 0.210، وجاء في المرتبة الأخيرة استراتيجية الإنتاج الأخضر بمعامل انحدار 0.132

ونستنتج من ذلك أن استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسئولية البيئية، إبداع المنتج الأخضر،

6. ينبغي على الشركات أن تحرص على تقديم تصميمات مبتكرة لعملياتها بشكل مستمر بهدف الحفاظ على البيئة، واستخدام الموارد المتاحة بصورة اقتصادية رشيدة، وتشجيع الأفكار الإبداعية التي تسهم في الحفاظ على البيئة وتبنيها، وتقديم حوافز مادية ومعنوية لأصحاب الأفكار الإبداعية من العاملين.

المصادر العربية

1. أبو بكر، مصطفى محمود، (2008)، إدارة الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الإسكندرية- مصر.
2. أغا، أحمد عوني، (2013)، إمكانية تطبيق أدوات الإنتاجية الخضراء: دراسة تحليلية في عينة من الشركات الصناعية في محافظة نينوى، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 19، العدد 73، ص 183-210
3. الأيوبي، منصور، (2014)، تصميم بيئة العمل والتغيرات المنشودة لتحقيق الميزة التنافسية، دراسة تطبيقية على مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية إدارة الأعمال، جامعة الجان، لبنان.
4. بركات، محمد منصور، (2018)، الذكاء الاستراتيجي كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في شركات الأدوية الفلسطينية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التمويل والإدارة، جامعة الأقصى، فلسطين.
5. داود، فضيلة سليمان، (2017)، دور استراتيجية الإنتاجية الخضراء في تحقيق الاستدامة للأداء البيئي والاجتماعي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة بغداد، مجلد (1) العدد (2)، ص 93-76.
6. داود فضيلة، وهاشم عائشة، (2017)، استراتيجية الإنتاج الرشيق وفق معايير الإنتاجية الخضراء: دراسة استطلاعية في مصفى الدورة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد(14)، العدد(2)، ص 332-367.
7. سليم، أحمد، (2010)، الإدارة الاستراتيجية والميزة التنافسية في المنظمات الحديثة، المكتب الجامعي الحديث، رسالة ماجستير .
8. سموعي، رفاء فرج، وعباس، نهضة على، (2017)، أثر استراتيجية التكنولوجيا في الإنتاجية الخضراء: دراسة تحليلية في شركة

الخضراء، الإنتاج الأخضر) وهي مهتمة بالعمل على تحسين الإنتاجية والحفاظ على الأداء البيئي.

3. الشركات محل الدراسة تتمتع بميزة تنافسية قوية من وجهة نظر العاملين فيها، وتوازن هذه الشركات بين مختلف أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة، الجودة، سرعة الاستجابة، الإبداع).

4. توجد علاقة ارتباط موجبة قوية عند مستوى (0.01 $\alpha \leq$) بين استراتيجيات الإنتاجية الخضراء والميزة التنافسية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.724).

5. يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء (المسؤولية البيئية المشتركة، إبداع المنتج الأخضر، إبداع العملية الخضراء، الإنتاج الأخضر) في تعزيز الميزة التنافسية لشركات تعبئة المياه المعدنية محل الدراسة في محافظة البصرة، حيث بلغت قيمة معامل التحديد المعدل = 0.665 وهذا بدوره يؤكد على أن تطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء له دور كبير في تعزيز الميزة التنافسية للشركات محل الدراسة.

التوصيات:

1. ينبغي للإدارة العليا في الشركات محل الدراسة أن تسعى جاهدة للحفاظ على مستوى تطبيق استراتيجيات الإنتاجية الخضراء الحالي، والعمل على تحسينه بشكل مستمر لما له من تأثير كبير في تعزيز الميزة تنافسية.
2. ينبغي للإدارة العليا في شركات تعبئة المياه المعدنية أن تبذل مزيد من الجهد والحرص على التخلص الآمن من مخلفات الإنتاج والحد من النفايات الصناعية، والحرص على اختيار الطرق التي تحقق إدارة ناجحة للقضايا البيئية.
3. أن تعمل الإدارة العليا للشركات على تأكيد التزامها بالمسؤولية البيئية والاجتماعية، والعمل باستمرار نحو إنتاج منتجات صديقة للبيئة، واعتماد الإنتاج الأخضر.
4. الالتزام بشكل أكبر باستخدام المواد الخام التي لا تضر بالبيئة، والسعي المستمر إلى استخدام تقنية الإنتاج الأخضر، واعتماد مصادر طاقة أقل تلويثاً للبيئة.
5. على الشركات اعتماد مبدأ التحسين المستمر في كافة عملياتها الإنتاجية والإدارية، والاستجابة السريعة لحاجات وتطلعات العملاء، والاستجابة السريعة للقضايا البيئية.

الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.

14. كرم، حامد عبد الرضا، (2014)، **تطبيق معايير الإنتاجية الخضراء لتعزيز نجاح الأداء الصناعي في مصفى الدورة**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.

15. اللامي، غسان قاسم، (2008)، **تقنيات ونظم معاصرة في إدارة العمليات**، عمان، إثراء للنشر والتوزيع.

16. منصور، طاهر محسن والخفاجي، نعمة عباس، (2010)، **نظرية المنظمة مدخل العمليات**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية-الأردن.

17. وهاب، جميل، وسليمان ضياء محي الدين، (2021)، **دور الإنتاجية الخضراء في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية**، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، المجلد(17)، العدد(53)، ص1-18.

مصافي الوسط/ الدورة، **مجلة كلية التراث الجامعة**، المجلد(2)، العدد(21)، ص 67-99.

9. الشنطي، محمود، والجيار، مدحت، (2020)، **الرشاقة الاستراتيجية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات صناعة الأدوية الفلسطينية**، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية**، المجلد(19)، العدد(1)، ص 130-163.

10. طالب علاء، والبنا، زينب، (2012)، **استراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.

11. الطائي، محمد والخفاجي، نعمة، (2009)، **نظم المعلومات الاستراتيجية**، دار الثقافة، عمان-الأردن.

12. الغالبي، طاهر محسن، وإدريس، وائل صبحي، (2009)، **الإدارة الاستراتيجية: منظور منهجي متكامل**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن.

13. الغزاوي، محمد عبد الوهاب، (2002)، **" أنظمة إداؤه الجودة والبيئة ISO 9000 & 14000"**

المصادر الإنجليزية

1. Ahmed ,Elsadig M. , (2012), Green TFP Intensity Impact on Sustainable East Asian Productivity Growth, Economic Analysis & Policy, Vol. 42 No. 1,pp. 67-78
2. Avishek, Kirti, Manathawat, Pathak, Gopal,(2008), Landscape Ecological Mapping : A Tool Towards Green Productivity, Ecological world Summit .
3. Gandhi, N.Mohan Das, Selladurai V.,Santhi P. ,(2006), Green Productivity indexing A Practical step towards Integration environmental protection into corporate performance ,International Journal of Productivity and Performance Management, Vol. 55 Is : 7 pp. 594-606.
4. Hang, Nguyen , Hong Nguyen Xuan, ,(2001), Sustainability of Green Productivity Implementation at Community Level :A Case Study of Vietnam, Ninth International Conference of Greening of Industry Network Bangkok.
5. Hashim, Z., Wang, Y., Yasmeen, H. and Mubarak, S. (2020), "Green innovation as a mediator in the impact of business analytics and environmental orientation on green competitive advantage", Management Decision, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/MD-01-2020-0065>
6. Hirakawacho ,(2002), An Approach to Sustainable Development, Presented to the World Summit on Sustainable Development, by the Asian Productivity Organization September.
7. Jing-Wen Huang, Yong-Hui Li, (2018) "How resource alignment moderates the relationship between environmental innovation strategy and green innovation performance", Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 33 Issue: 3, pp.316- 324.
8. Jones,G.R. ,(1998) ,Organizational Theory Text & Cases, Second Edition (New York , Addison-Wesley Pub.).

9. Kim, Ik and Hur, Tak , (2002), An attempt to measure Green Productivity World Conference on Green Productivity 9-11 December
10. Logaa, S. M., & Zailani, S., (2013), Motives in implementing Green Productivity among EMS 14001 certified companies in Malaysia. African Journal of Business Management, 7(38), 3914-3922.
11. Omoush, Majd Mohammad, The impact of green productivity strategy on environmental sustainability through measurement of the management support: A field study in industry sector in Jordan, Management Science Letters 11 (2021) 737–746
12. Pride , William & Ferrell, (2003) , Marketing Concepts and Strategies , 12th ed , Houghton Mifflin Company.
13. Ross & Associates,(2004), Environmental Consulting, Ltd, Finding and Recommendations on lean production and Environmental management system in the ship Repair sector, "U.S. Environmental protection agency, national center for Environmental Innovation."
14. Septifani, R., Deoranto, P., & Jannah, I., (2018), Green productivity analysis at tofu production (case study of UD Gudange Tahu Takwa Kediri). In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 131).
مواقع شبكة الانترنت:
1. الموقع الالكتروني لشركة در الخليج <http://www.durratal->
<http://www.khaleej.com/index.php/ar>
2. الموقع الالكتروني لمنظمة "هيومن رايتس ووتش" <https://www.hrw.org/ar>