

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم اقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات

دور العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة الاقتصادية
دراسة حالة في مؤسسة الورود بالوادي-

تحت إشراف الأستاذة :

أ.د. منى مسغوني

إعداد الطلبة:

ابتسام فقيري

نهاد بوحنية

هنادي بن فرحات

لجنة المناقشة:

أ.د عبد الجليل شليق	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
أ.د منى مسغوني	أستاذ التعليم العالي	مشرفا و مقررا
أ.د خليفة عزي	أستاذ التعليم العالي	مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مِنْ مَقَالَتِ
مَنْ مَقَالَتِ
مَنْ مَقَالَتِ

الإهداء

من قال لها نالها و أنا لها إن أبت رغما عنها أتيت بها

في مسعى النهاية ابتدأت البداية و مشواري الدراسي شارف على الانتهاء لتبدأ رحلة تخرجي فالحمد لله الذي يسر البدايات و ابلغنا النهايات

اهدي هذا النجاح إلى نفسي الطموحة أولا ابتدأت بالطموح و انتهت بنجاح ثم إلى كل من سعى سعي وراء لإتمام مسيرتي الجامعية .

إلى اليد الخفية التي أزالته عن طريقي الأشواك و من تحملت كل لحظة الم مررت بها و ساندتني و سهرت الليالي الطويلة من اجل راحتي و استيقظت فجرا للدعاء لي.....

إلى أمي حبيبي (حفيظة)

إلى الرجل العظيم الذي شجعني للوصول إلى طموحاتي و كان سنداً لي و رفيق الدرب

إلى أبي حبيبي (عبد الحميد)

إلى من شاركوني تفاصيل الحياة و أمضيت معهم اسعد الأوقات إخوتي دفي البيت

(هناء ، عائشة)

إلى أختي التي لم تلدها أمي و التي كانت سنداً لي و التي غمرتني بالحب و التوجيه و مددت لي يد العون عند الحاجة

إلى ابنتي خالتي الحبيبة (كريمة)

إلى برعم البيت ابن أختي الحبيب (عبد المعز)

إلى من أمضيت معهم أياماً بحلوها و مرها و تقاسمت معهم ضحكتي و فرحتي و هدوني بالقوة كانوا موضع الاتكاء و الذين رزقني الله بهم لأعرف من خلالهم طعم الحياة أدامهم الله ذخراً لي

إلى رياحين الحب و الوفاء إخوتي التي لم تلدهم أمي (ندى سيرين ، إكرام)

إلى من ربطتني بهم صلة الإخوة و الصداقة إلى كل من (وسام ، نائلة)

إلى رفيقة الدرب و شريكتي في هذا العمل (هنادي)

إلى كل من ذكرهم القلب و لم يذكرهم القلم.

"بوحنية نهاد"

الإهداء

لكل بداية نهاية وبعد كل تعب وراحة ولكل جهد ثمرة وثمرة جهدي مذكرتي هذه فالحمد لله على كل شي

اهدي ثمرة مجهودي هذا إلى:

غاليتي أمي

التي كانت تتمنى أن تراني في هذا اليوم و أنا احمل شهادتي

رحمك الله يا قطعة من قلبي

إلى أبي الغالي الذي تعب من اجلي ومنحني كل شيء حفظك ربي

إلى إخوتي الغوالي الداعمين لي ميادة ، ثامر ، إيمان ، صلاح الدين ، نورة ، عبد القادر جعلكم الله سندي دائما

إلى صديقاتي الغاليات من مرت معهم خمس سنوات تشاركنا فيها الحلوة والمرّة حنين ، هديل، صبرينة ، فاطمة الزهراء ،إيناس، دعاء ،

رحاب ، سهيلة ،أسماء، شهرزاد ، ابتهاج

ولا أنسى شريكتي في هذه المذكرة نهاد

إلى كل من كان له الفضل لتعليمي حرف أوصلني إلى هنا

إلى كل من كان له الفضل والدعم من قريب أو بعيد في انجاز هذه المذكرة

"هنادي"

الإهداء

الحمد لله الذي بلغني هذا اليوم العظيم يوم التتويج والحصاد بعد رحلة طويلة من الجد والاجتهاد وسهر الليالي وبعد محاولات لا تنتهي اليوم
حصدت تعب خمسة سنوات

شكرا من القلب لكل من ساندني في رحلتي هذه اهدي ثمرة نجاحي أولا إلى:

الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود إلى ذلك الرجل العظيم إلى من كان لي عمودي الفقري الذي ساندني والذي وسيدي و
رفيق عمري والذي الغالي عبد الواحد

إلى قدوتي الأولى إلى من كانت رفيقتي في كل مكان اذهب له لدراسة ليلا ونهارا في غياب والذي إلى ملاذي في حياة إلى معنى الحب و
الحنان والدتي كريمة

إلى خيرة أيامي وصفوتها إخوتي وأختي

والى كل العائلة الكريمة وجدتي أطل الله في عمرها

وكل الشكر إلى الدكتورة مسغوني منى مشرفة هذا البحث التي لم تتوانى في مد يد العون لي

لله الشكر كله وأن وفقني لهذه اللحظة راجية من الله تعالى أن ينفعني بما علمني وأن يعلمني ما اجهل

"خريجتكم ابتسام"

شكر وتقدير :

من لا يشكر الناس لا يشكر الله

الحمد لله الذي يسر البدايات وأكمل النهايات وبلغنا الغايات

الحمد لله الذي أعاننا على إتمام هذه المذكرة

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضى

اعترافا منا بالفضل وتقدير الجميل لا يسعنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الدكتورة الفاضلة "منى

مسغوني" التي كانت معنا دائما خطوة بخطوة وداعمة لنا التي كانت خير مشرفة لنا

الشكر إلى كل أعضاء لجنة المناقشة الكرام

الشكر الجزيل لزميلتي وشريكتي في هذه المذكرة

جزيل الشكر إلى كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

وفي الأخير الشكر موصول إلى كل من مدّ لنا يد العون وساعدنا في انجاز مذكرتنا

ابتسام ،نهاد،هنادي

ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مدى مساهمة العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة الاقتصادية " دراسة حالة مؤسسة الورود بالوادي " ، حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي ، و تم اختيار عينة مكونة من 40 عامل بالمؤسسة لإجراء الدراسة الميدانية ، تمت الدراسة في فترة من 29 فيفري إلى 20 ماي، والتي تم الاعتماد فيها على الاستبيان كأداة لجمع البيانات و المعلومات ، و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية : آليات العناقيد الصناعية التي تدعم خلق القيمة المشتركة في مؤسسة الورود في (التركيز الجغرافي، التخصص، الابتكار التعاون ، المنافسة)، يتم اعتماد أبعاد القيمة المشتركة لمؤسسة الورود محل الدراسة بنسب متساوية، هناك اثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة المشتركة ، هناك اثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاقتصادية ، هناك اثر لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاجتماعية في مؤسسة الورود الوادي .

الكلمات المفتاحية : قيمة مشتركة ، خلق قيمة مشتركة ، مسؤولية اجتماعية ، عناقيد صناعية .

Abstract

The aim of this study is to illustrate the extent of industrial clusters contribution to creating shared value in the economic enterprise" Case Study of Al- " Wurud Company in El Oued"

The study adopted the descriptive- analytical method and selected a sample of 40 to conduct the field study.

The study was conducted from February 29 to May 20 and a questionnaire was used as a tool for data and information collection ,The study reached the following conclusions : The mechanisms of industrial clusters that support the creation of shared value in the roses foundation under study are (geographical concentration , specialization , innovation , cooperation , competition) , the dimensions of shared value in the roses foundation under study were adopted at higher percentage for social value ,There is a statistically significant impact of the dimensions of industrial clusters on shared value, there is a statistically significant impact of the dimensions of industrial clusters on economic value, , and there is an impact of the dimensions of industrial clusters on social value in Al-Wurud Company in El Oued.

Keywords: Shared value, creating shared value, social responsibility, industrial clusters

الفهرس

إهداء.....	7
إهداء.....	8
إهداء.....	8
شكر وتقدير.....	8
الملخص.....	9
فهرس المحتويات.....	10
قائمة الجداول.....	10
قائمة الأشكال.....	11
المقدمة.....	12
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للقيمة المشتركة والعناقيد الصناعية	12

تمهيد:.....	7
المبحث الأول:الإطار المفاهيمي للقيمة المشتركة.....	8
المطلب الأول: مفهوم القيمة المشتركة.....	8
الفرع الاول: مفهوم خلق القيمة المشتركة.....	8
الفرع الثاني: نموذج خلق القيمة المشتركة و أبعادها.....	9
المطلب الثاني: النظريات المرتبطة بخلق القيمة المشتركة.....	10
أولاً: نظرية أصحاب المصلحة والقيمة المشتركة.....	10
ثانياً: نظرية أسفل الهرم والقيمة المشتركة.....	10
ثالثاً : نظرية المؤسسة المواطنة والقيمة المشتركة.....	11
رابعاً : نظرية استدامة المؤسسة والقيمة المشتركة.....	11
خامساً: نظرية المقاولاتية الاجتماعية والقيمة المشتركة.....	11
سادساً : نظرية المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة.....	12
المطلب الثالث: مبادئ وآليات خلق القيمة المشتركة.....	12
الفرع الأول:مبادئ خلق القيمة المشتركة.....	12
الفرع الثاني: آليات خلق القيمة المشتركة.....	13
أولاً:إعادة تصور المنتج والسوق.....	13
ثانياً :إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة.....	13
ثالثاً: بناء العناقيد الصناعية المدعمة.....	14
المطلب الرابع : المسؤولية الاجتماعية و القيمة المشتركة.....	15
الفرع الأول : تعريف المسؤولية الاجتماعية :.....	15
الفرع الثاني: الفرق بين المسؤولية الاجتماعية و القيمة المشتركة.....	16
المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للعناقيد الصناعية.....	20
المطلب الأول: مفهوم ونشأة العناقيد الصناعية.....	20

20.....	الفرع الأول: مفهوم العناقيد الصناعية
21.....	الفرع الثاني: نشأة العناقيد الصناعية
22.....	المطلب الثاني: أهداف وأنواع العناقيد الصناعية
22.....	الفرع الأول: أهداف العناقيد الصناعية
23.....	الفرع الثاني: أنواع العناقيد الصناعية
25.....	المطلب الثالث: خصائص وآليات عمل العناقيد الصناعية
25.....	الفرع الأول: خصائص العناقيد الصناعية
25.....	الفرع الثاني: آليات عمل العناقيد الصناعية
27.....	المبحث الثالث : الدراسات السابقة للعناقيد الصناعية والقيمة المشتركة
27.....	المطلب الأول : الدراسات السابقة العربية و الأجنبية عن المتغير المستقل العناقيد الصناعية
31.....	المطلب الثاني : الدراسات السابقة العربية و الأجنبية عن القيمة المشتركة
34.....	المطلب الثالث : الدراسات العربية و الاجنبية عن المتغيرين معا
37.....	المطلب الرابع: مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية
39.....	خلاصة الفصل الأول
41.....	تمهيد
42.....	المبحث الأول : الطريقة و الأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية
42.....	المطلب الأول : البطاقة التعريفية للمؤسسة الورود بالودي
42.....	الفرع الأول : تقديم مجموعة ورود
43.....	الفرع الثاني : تعريف شركة الورود
44.....	الفرع الثالث : الهيكل التنظيمي للمؤسسة
46.....	المطلب الثاني: الإطار المنهجي لدراسة التطبيقية
47.....	الفرع الأول : عينة و مجتمع الدراسة و أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة
49.....	المطلب الثالث: صدق وثبات الاستبيان
51.....	المبحث الثاني : عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات
51.....	المطلب الأول : عرض و تحليل خصائص عينة الدراسة
54.....	المطلب الثاني : عرض و تحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة
54.....	الفرع الأول: إجابات العينة على عبارات المحور الأول (العناقيد الصناعية):
60.....	الفرع الثاني : الإجابات العينة على عبارات المحور الثاني (القيمة المشتركة):
62.....	تقوم مؤسستك بتعويض الزائن ماديا ومعنويا في حالة تعرضهم لأضرار جراء استخدامهم منتجات المؤسسة
63.....	المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
63.....	الفرع الأول: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي
64.....	الفرع الثاني: نتائج اختبار الفرضيات:

77.....	خلاصة الفصل الثاني.....
79.....	الخاتمة.....
83.....	المراجع:
90.....	الملاحق
90.....	الملحق رقم 01 : الاسبيان
94.....	الملحق رقم 02 : لجنة المحيمين.....
94.....	الملحق 03 : نتائج الثبات ألفا كرونباخ.....
94.....	الملحق 04 : الاتساق الداخلي المحور الأول.....
95.....	الملحق 05 : الاتساق الداخلي المحور الثاني:
95.....	الملحق 06 : اتجاهات أفراد العينة على محاور وأبعاد الاستبيان.....
95.....	الملحق 07 : اختبار التوزيع الطبيعي.....
96.....	ملحق 08 : اختبار الفرضيات.....

الرقم	الجدول	الصفحة
1-1	يوضح أهم الفروقات بين المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة	18
1-2	توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالعناقيد الصناعية	47
2-2	توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بخلق القيمة المشتركة	48
3-2	معامل ألفا كرنباخ لأداة الدراسة	49
4-2	يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد ومحاور الدراسة	50
5-2	يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد ومحاور الدراسة	50
6-2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	51
7-2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	51
8-2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	52
9-2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة	52
10-2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي	53
11-2	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مقر المؤسسة	53
12-2	مقياس ليكارت الخماسي	54
13-2	متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد التركيز الجغرافي	55
14-2	متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد التخصص	56
15-2	متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد الابتكار	57
16-2	متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد التعاون	58
17-2	متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد المنافسة	59
18-2	متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد القيمة الاقتصادية	61
19-2	متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد القيمة الاجتماعية	62
20-2	اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات	64

64	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى	21-2
65	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية	22-2
66	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة	23-2
67	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة	24-2
67	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة	25-2
68	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى	26-2
69	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية	27-2
70	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة	28-2
71	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة	29-2
71	ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة	30-2
72	ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الأولى	31-2
73	ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الثانية	32-2
74	ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الثالثة	33-2
75	ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الرابعة	34-2
75	ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الخامسة	35-2

الصفحة	الشكل	الرقم
09	نمذج خلق القيمة المشتركة	1-1
44	الهيكمل التنظيمي لشركة الورود	1-2

المقدمة

تشكل المؤسسات مدخلا هاما من مداخل النمو الاقتصادي ، كونها تؤدي دورا هاما في ضمان تجسيد التنمية المحلية لدى الدول .

لهذا أصبح الاتجاه السائد اليوم بين دول العالم تحسين البيئة التنموية لهذه المؤسسات و الدفع بها نحو الارتقاء من خلال العمل على إيجاد جميع الأطر و المتطلبات لنجاحها ، لكن قد تهدد هذه المؤسسات مجموعة مخاطر ليؤول بها الأمر إلى الفشل و التلاشي ، حيث تشير بعض الدراسات الأكاديمية و التجارب الدولية أن من بين أهم أسباب هذا الفشل هو عمل المؤسسات بشكل منفرد عن باقي محيطها ، فكان من اللازم عليها الدخول في علاقات التعاون فيما بينها حتى تضمن كسب مزايا من بينها تبادل الخبرات و المعارف ، الاستفادة من اقتصاديات الحجم، و غيرها .

لتمكن المؤسسات من تعزيز تنافسيتها تلجأ لتواصل والتشابك حيث تصبح نشاطاتها أيسر وقابلة للاستدامة ضمن تجمعات جغرافية وقطاعية تواجه عموماً نفس الفرص والتحديات ، ويتحقق ذلك من خلال تدفق للمواد الخام والمكونات بالإضافة إلى توافر العمالة الماهرة والتعليم والتدريب، والتمويل، والبحث العلمي والتطوير وتدفع هذه التكتلات نحو خلق نشاطات داعمة في الخدمات الفنية أو الإدارية أو المالية هذا بالإضافة إلى التفاعل مع بيئة الأعمال القائمة ودفعها نحو تطوير أنواع من التعاون بين المؤسسات والموردين وبين القطاع الخاص والقطاع الحكومي ما يسمح بتعزيز التعلم الجماعي بالممارسة والابتكار والبحث العلمي ما يساعد على تحريك النمو وخلق فرص عمل جديدة ومعالجة التفاوتات الجهوية ، و هذا ما أدى إلى ظهور ما يسمى بالعناقيد الصناعية و التي تعتبر كسلسلة مترابطة من الصناعات ذات العلاقة من حيث المدخلات والتكنولوجيا والمهارات والتي تعمل على رفع تنافسية المؤسسات المنتمية لها وتمكنها من تحقيق عوائد اقتصادية مرتفعة.

في جانب آخر و في غضون وجود عدة تغيرات و تطورات في نشاطات و ممارسات المؤسسات الاقتصادية وهذا بعد ظهور منظمات دولية تسعى إلى ضبط قوانين تهدف إلى زرع أخلاقيات الأعمال والاهتمام بالجوانب الاجتماعية والبيئية، كون المؤسسات وحدات اقتصادية تهدف إلى زيادة الأرباح، أما الثانية فتري أن المؤسسات وحدات اجتماعية يجب أن تلعب دورا اجتماعيا متزايدا في بيئتها ، و هذا ما أطلق عليه بمصطلح المسؤولية الاجتماعية .

لكن المسؤولية الاجتماعية وعلى الرغم من إيجابياتها المتعددة تبقى محدودة التأثير على المجتمع، ذلك لأنها تنخفض أو تنعدم تماما حينما تعرف هذه المؤسسات أزمات اقتصادية كالانخفاض في الأرباح مثلا، أو أنها تتبنى إستراتيجية عمل جديدة أو تتغير سلطة القرار بها، بالإضافة إلى ذلك أنها تخرق قاعدة الأرباح وتحملها كلفة عالية وتجعلها تلعب دورا ليست مسؤولية عنه وليست خبيرة فيه، كما أن هذه الشركات ليست بشركات أعمال خيرية، وأن مهمتها تكمن في تحقيق الأرباح وتلتزم بالحيثيات الاقتصادية لها فقط، لذلك ظهر مفهوم جديد وضعة مايكل بورتر ومارك كريمر أحدث تحولاً في تطبيق المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات من عمل خيري إلى إستراتيجية ذات نموذج تجاري تقوم به المنظمات لإيجاد حالة مربحة من أجل الوفاء بالتزامها المجتمعي، مع القيام بالتزامها الاقتصادي في آن واحد، ألا و هو القيمة المشتركة على أنها جيل جديد من التفكير التجاري الذي يعزز الوضع التنافسي للمشركة ويقوم بتطوير المجتمع الذي تعمل فيه في آن واحد.

الإشكالية: من خلال ما سبق طرحه يمكن طرح إشكالية الدراسة على النحو الآتي :

ما مدى مساهمة العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة في مؤسسة الورود ؟

و لأجل معالجة الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية :

- ✓ ما هي آليات العناقيد الصناعية التي تدعم خلق القيمة المشتركة ؟
- ✓ ما مدى اعتماد أبعاد القيمة المشتركة لدى المؤسسة محل الدراسة ؟
- ✓ ما هو تأثير أبعاد العناقيد الصناعية على القيمة المشتركة لدى المؤسسة محل الدراسة ؟

فرضيات الدراسة :

- ✓ تمثل آليات العناقيد الصناعية التي تدعم خلق القيمة المشتركة في مؤسسة الورود في (التركيز الجغرافي، التخصص ، الابتكار ، التعاون ، المنافسة) .
- ✓ يتم اعتماد أبعاد القيمة المشتركة لمؤسسة الورود محل الدراسة بنسب متساوية .
- ✓ هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة المشتركة عند مستوى معنوية 5% في المؤسسة محل الدراسة وتم تقسيم الفرضية إلى فرضيتين فرعيتين :
- ✓ هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5% .
- ✓ هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5% .

أسباب اختيار الموضوع :

الذاتية :

- ✓ موضوع البحث ضمن مجال تخصص الباحث .
- ✓ الاهتمام الشخصي بالتعرف على مواضيع جديدة و اكتساب معارف و مهارات .

الموضوعية :

- ✓ الإقبال المتزايد لمؤسسات الاقتصادية العالمية نحو تبني القيمة المشتركة .
- ✓ إسقاط الدراسة على مؤسسة من المؤسسات الوطن لمعرفة مستوى نجاعة هذا النموذج في البيئة الجزائرية.
- ✓ اعتبار موضوع الدراسة بمتغيريه من احدث المواضيع المطروحة في عالم الأعمال ، و بالتالي فهو ذو أهمية كبيرة .

أهداف الدراسة :

- ✓ السعي حول معرفة الدور التي تلعبه العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة.
- ✓ تحديد أي من أبعاد العناقيد الصناعية له أكبر تأثير في خلق القيمة المشتركة .
- ✓ توضيح سيورة خلق القيمة المشتركة في المؤسسة محل الدراسة .
- ✓ تحديد العلاقة التي تربط بين متغيرات الدراسة .
- ✓ المساهمة في إثراء المكتبة العلمية فكلما الإستراتيجيتين (العناقيد الصناعية ، القيمة المشتركة) كنموذجان جديدان لاسيما في الجانب التطبيقي .

أهمية الدراسة :

قيمة البحث تكمن في تناولها لموضوع اقتصادي و اجتماعي مزال يشغل بال الاقتصاديين لكونه حديث الدراسة و جديد، كما يساهم هذا الموضوع في أبرزاز العلاقة بين (العناقيد الصناعية ، القيمة المشتركة) و أيضا تحقيق أهداف المؤسسة و أصحاب المصالح في تعظيم الأرباح المالية ، أما على مستوى المجتمع يتمثل في رفع مستوى المعيشة و تلبية بعض متطلبات الاجتماعية .

حدود الدراسة :

تتمثل حدود الدراسة في ما يلي :

- ✓ **الحدود الموضوعية:** اقتصر هذا البحث على دراسة دور العناقيد الصناعية (متغير مستقل) في خلق القيمة المشتركة (متغير تابع) في المؤسسة الاقتصادية.
- ✓ **الحدود الزمنية :** تم إنجاز هذه الدراسة في (من 5 إلى 23 ماي 2024)
- ✓ **الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة الميدانية لهذا البحث في مؤسسة " الورود بولاية الوادي " .

منهج البحث و الأدوات المستخدمة :

من أجل جمع محتويات الدراسة و معالجته بطريقة موضوعية تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، باستخدام في الجانب النظري مجموعة من المراجع (الكتب ، المقالات ، المذكرات ، ملتقيات ، الخ) لتجميع المعلومات النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة ، أما الجانب التطبيقي تم اعتماد منهج دراسة الحالة وذلك من خلال دراسة ميدانية ، و تم فيها استخدام المقابلة و الاستبانة لجمع معلومات تخص عينة الدراسة ، حيث تم معالجتها و تحليلها باستعمال أدوات و برامج إحصائية SPSS .

هيكل الدراسة :

للإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم الدراسة إلى فصلين وهذا على النحو التالي :

الفصل الأول: يتضمن الإطار النظري للعناقيد الصناعية و القيمة المشتركة ، حيث تطرقنا فيه في المبحث الأول إلى الإطار المفاهيمي للقيمة المشتركة، أما المبحث الثاني فتناول الإطار المفاهيمي للعناقيد الصناعية ،أما المبحث الثالث تضمن الدراسات السابقة المتعلقة بمتغيري الدراسة و أخير المطلب الرابع تناول مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية.

الفصل الثاني: يتضمن لدراسة حالة لمؤسسة الورود، حيث اعتمدنا في هذه الدراسة بشكل كبير على الاستبيان كوسيلة رئيسية لجمع المعلومات المستعملة في الدراسة. في المبحث الأول يتم تحديد الأدوات والطرق المنهجية في الدراسة، أما المبحث الثاني عرض النتائج واختبار الفرضيات.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للقيمة المشتركة

والعناقيد الصناعية

تمهيد:

إن خلق القيمة المشتركة يعتبر من أهم النماذج الجديدة في مجال ريادة الأعمال, كون المؤسسات الاقتصادية خرجت عن اهتمامها بالجانب الاقتصادي فقط وتحقيق الربحية إلى الاهتمام بالجانب الاجتماعي والبيئي, الذي من أجله الاهتمام بتلبية متطلبات واحتياجات المجتمع بتوفير منتجات بما يتناسب مع احتياجاتهم وإمكانياتهم وتحقيق التنمية والتطور ورفع من تنافسيتها في الأسواق , تقوم المؤسسات بتبني علاقات تعاونية واشتراكية من أجل تحقيق التنمية والنمو المستمر وهذا ما يطلق عليه بالعناقيد الصناعية .

وعليه سنقوم في هذا الفصل بالتطرق إلى :

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لخلق القيمة المشتركة.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للعناقيد الصناعية.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة للعناقيد الصناعية والقيمة المشتركة.

المبحث الرابع: مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للقيمة المشتركة

سنقوم في هذا المبحث بالتعرف على خلق القيمة المشتركة حيث سنتطرق إلى مفهومها وذكر النظريات المرتبطة بها وآلياتها ومبادئها، وكذلك نتطرق إلى المسؤولية الاجتماعية وإبراز الفرق بينهما بعد إن نقوم بتعرفها .

المطلب الأول: مفهوم القيمة المشتركة

الفرع الأول: مفهوم خلق القيمة المشتركة

تعددت تعاريف خلق القيمة المشتركة وسنذكر منها ما يلي :

ذكرت لأول مرة في مقال كرامر وبورتر نشر في مجلة هارفارد بزنس ريفيو : " وتعني السياسات والممارسات التشغيلية التي تحسن تنافسية الشركة وتعمل على تطوير الظروف الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات التي تعمل بها في الوقت نفسه".¹

"هي عملية خلق قيمة اقتصادية من خلال خلق قيمة اجتماعية وهذا يمثل إحدى القوى الدافعة للإنتاجية، الإبداع والنمو والطريقة الوحيدة لاسترجاع المؤسسة لشرعيتها في المجتمع ، كما تمثل القيمة المشتركة عملية إدماج القيمة الاقتصادية للمؤسسة مع المنفعة الاجتماعية عند اتخاذ المؤسسة لقرارات الاستثمار"²

عرف بأنها طريقة جديدة للتفكير في الأعمال لأنه يتجاوز نهج المسؤولية الاجتماعية التقليدية للشركات المتمثل في رد الجميل للمجتمع ويركز بدلا من ذلك على خلق قيمة مشتركة لكل من الأعمال والمجتمع هذا يعني أن الشركات بحاجة إلى التفكير في كيفية دمج الاحتياجات المجتمعية والمخاوف البيئية في إستراتيجيتها التجارية الأساسية بدلا من رؤيتها على أنها فكرة لاحقة وتركز على تعظيم القيمة التنافسية لحل المشاكل الاجتماعية من خلال إيجاد عملاء وأسواق جديدة والتقليل في التكاليف والاحتفاظ بالمواهب.³

¹ سبخاوي عبد القادر الجيلاني ، قريشي محمد الصغير، مساهمة تلمين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات —دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية للنفايات الجزائر، مجلة إدارة الأعمال و الدراسات التطبيقية، جامعة ورقلة، مجلد 06، عدد 01، 2020، ص 483، 484.

² العويني فؤاد، حوامدي فيصل، مشاركة عبد السلام، دور المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة —دراسة ميدانية على مؤسسة روايال موندريال الوادي- قسم علوم التسيير، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة حمه لخضر الوادي، 2021، ص 28، 28.

³ - خلق فرص العمل: إنشاء وظائف مستدامة لتحسين دخل المجتمع [http:// fastercapital.com](http://fastercapital.com) تم الاطلاع عليه 22 مارس 2024 .

أيضا هي عمل تقوم به المؤسسات من خلال إعادة تقييم الاحتياجات الأساسية للمجتمع و الانسجام مع ما تريد أن تلعبه من دور في تلبية هذه الاحتياجات و بذلك يكون هناك اتصال متزامن عند إنشاء القيمة المشتركة و الارتباط بين القيم الاقتصادية و الاجتماعية فهي تركز على أوجه الترابط بين الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية

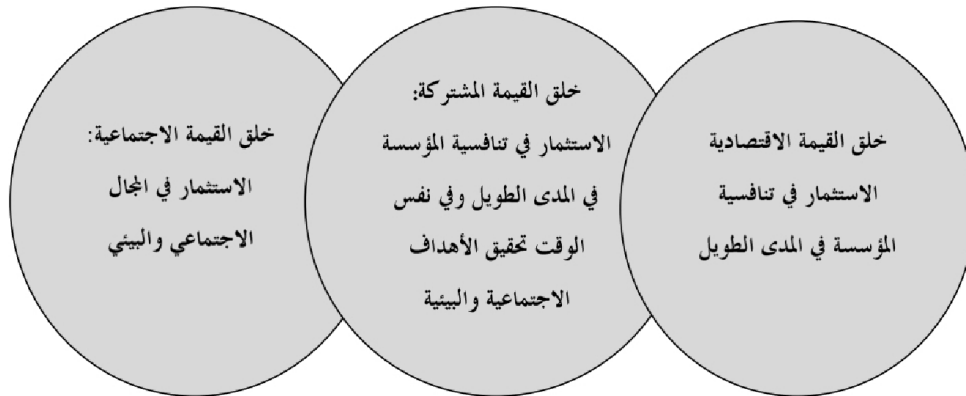
1

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نستخلص أن مفهوم القيمة المشتركة يعني تبني نموذج جديد للأعمال يمكنها من خلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية جنباً إلى جنب بغية تحقيق متطلبات واحتياجات المجتمع والتطوير من أسواقها وتحقيق أرباح وعوائد.

الفرع الثاني: نموذج خلق القيمة المشتركة و أبعادها

تتعلق القيمة المشتركة بخلق قيمة اقتصادية وفي نفس الوقت قيمة اجتماعية أي أن الاستثمار في تنافسية المؤسسة في المدى الطويل مرتبط بالقدرة على تحقيق القيمة الاجتماعية وهو الهدف من خلق القيمة المشتركة كما هو موضح في الشكل التالي :

الشكل 1-1: نموذج خلق القيمة المشتركة



المصدر : شيباني عبد القادر, فلاق محمد , واقع تبني منظمات الأعمال نموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة —شركة نافرتس نموذجاً-، جامعة حسنية بن بوعلي, الشلف, مجلد 3, عدد3, 2020 ، ص 48.

¹VISSER WAYNE ,KYMAL CHAD,CREATING INTEGRATED VALUE :BEYOND C S R AND C I V TO C I V, KALEIDOSCOPE FUTURES PAPER ERIES.

يوضح الشكل أن خلق القيمة المشتركة يهدف إلى حل المشاكل الاجتماعية والبيئية التي تسمح بتحسين تنافسية الشركة في المدى المتوسط والطويل وهذا ما يسمح بتحقيق مفهوم القيمة المشتركة لأن الأعمال الاجتماعية والبيئية المرتبطة بتحقيق الربح هي أساس استثمارات المؤسسة إضافة إلى أن تنافسية الشركة مرتبطة بشكل وثيق بصحة المجتمع¹.

أيضا من خلال تعريف بورتر و كرامر و من خلال نموذج القيمة المشتركة تم تقسيم القيمة المشتركة إلى بعدين و هما القيمة الاقتصادية و القيمة الاجتماعية .

المطلب الثاني: النظريات المرتبطة بخلق القيمة المشتركة

أولا: نظرية أصحاب المصلحة والقيمة المشتركة

تري نظرية أصحاب المصلحة بضرورة إشراك جميع من لهم تأثير على سير نشاط المؤسسة في عملية صنع القرار وليس باختصار الأمر على المساهمين فقط وان تشمل أهداف المؤسسة كل من لهم مصلحة في ذلك ولا تقتصر على تحقيق ربح وعوائد للمساهمين فقط².

وعرفها ادوارد فيرمان : على أنها تمثل الجماعات أو الأفراد أو المنظمات التي يمكن أن تؤثر أو تتأثر بانجازات وأهداف المنظمة³.

ويظهر الفرق في كون القيمة المشتركة تعمل على إيجاد فرص وأسواق جديدة من خلال تحسين الأداء أما نظرية أصحاب المصلحة تهتم بكيفية توزيع المخرجات والنتائج.

ثانيا : نظرية أسفل الهرم والقيمة المشتركة

يرى c.k.prahalad من خلال هذه النظرية أن بإمكان المؤسسة الاقتصادية زيادة النشاط ورفع الربحية وتحقيق معدلات نمو مرتفعة إذا عملت المؤسسة مع الطبقة الفقيرة ومع أصحاب الدخل المنخفض⁴.

وتعرف أيضا أنها عملية إقامة شراكة بين المؤسسات العالمية و الأفراد ذوي الدخل المنخفض والذين يتجاوز عددهم 4 مليار فرد ويمثلون فرصة تجارية كبيرة لتوسيع أسواق المؤسسة¹.

¹BOCKSTETT,V,STAMP,M2011,P4.

²إسحاق خرشي،خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات (منظور تحليلي)، مجلة الامتياز لبحوث الأعمال و الإدارة ، جامعة الاغواط ، مجلد4، عدد1، 2020، ص167.

³عقيلة صدوقي، نظرية أصحاب المصالح: البحث عن التوازن بين المسؤولية الاجتماعية والاقتصادية —حالة مجمع صيدال، مجلد 4، عدد 1، الجزائر، 2019، ص129.

⁴KATY MASON,RONIKA CHAKRABARTI,RAMENDRA SINGH ,MARKETS AND AT THE BOTTOM OF PYRAMID,S A G E JOURNAL,V17,N3,2017,P261

ثالثا : نظرية المؤسسة المواطنة والقيمة المشتركة

عرفها كارل بأنها خضوع المؤسسة وتحملها للمسؤولية الاقتصادية والاجتماعية المفروضة من طرف السلطات الحاكمة.²

وتعني التزام المؤسسات الخاصة بالقواعد المنظمة للإعمال لها حقوق وعليها واجبات وان تكون مواطنة من خلال احترام قوانين المنافسة وسير الأعمال بالإضافة إلى كونها مؤسسة فاعلة وهي الجار في المجتمع المحلي.³

ونلاحظ الفرق في كون المؤسسة المواطنة جزء مكون من المجتمع تمارس نشاطها فيه وتحقق أرباح بينما القيمة المشتركة تنظر للمجتمع على انه جزء من أعمالها ونشاطها وان الاحتياجات المجتمعية هي محل استثمارات المؤسسة.

رابعا : نظرية استدامة المؤسسة والقيمة المشتركة

تعرف الاستدامة على أنها ضمان والالتزام من طرف المؤسسات بان الأعمال التجارية الحالية لا تمس من الخيارات المستقبلية الاقتصادية والاجتماعية للأجيال القادمة ، أي أن عملية تلبية احتياجات العملاء والأسواق في الوقت الراهن لا تؤثر على تلبيةها مستقبلا فالشغل الأساسي للاستدامة هو الحفاظ على البيئة واستدامة الموارد.⁴

خامسا: نظرية المقاولاتية الاجتماعية والقيمة المشتركة

هي تلك المؤسسات الصغيرة التي تنشط في بيئة متنوعة وتتفاعل مع أصحاب المصالح المتنوعين وتشارك بشكل مباشر في إنتاج السلع وتقدم الخدمات بطريقة مبتكرة سعيا وراء هدف اجتماعي.⁵

وتعرف أيضا بأنها عملية التعرف على المشاكل الاجتماعية ومعالجتها بطريقة مبتكرة من خلال طرق المقاولاتية مع استدامة الحلول المقدمة.⁶

¹CHARLES ELAD(2013)ENCYCLOPEDIA OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SPRINGER-VERLAG BERLIN HEIDELBERG,P2249.

² بلمهدي عبد الوهاب، حاج صحراوي حمودي، دور المسؤولية الاجتماعية كآلية لتحقيق مواطنة المؤسسة- دراسة حالة مؤسسة عين الكبيرة سطيف- مقال بمجلة تنمية الموارد البشرية، مجلد 6، عدد 2، الجزائر، 2015، ص 51.

³ - BENEDIKT VON LIEL(2015):CREATING SHARED VALUE AS FUTURE FACTOR OF COMPETITION ANALYSIS AND EMPIRICAL EVIDENCE ,DOCTORAL DISSERTATION,SCHOOL OF MANAGEMENT,GERMANY,P39.

⁴ - BENEDIKT VON LIEL,CREATING SHARED VALUE AS FUTURE FACTOR OF COMPETITION ANALYSIS AND EMPIRICAL EVIDENCE ,SPINGER FACHMADIEN WIESBADEN,GERMENY,2016:P46.

⁵ -ANTONIO CRUPI,SIDA LUI,WEI LUI,THE TOP-DOWN PATTERN OF SOCIAL INNOVATION AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP -BRICOLAGE AND AGILITY IN RESPONSE TO COVID19:CASES FORMCHINA,R D MANAGEMENT ,V52,N2,2021:P3.

⁶ - ZEYEN ,BECKMANN, MUELLER,DEES,KHANIN,KRUEGER ET AL,2012,SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND BROEDER THEORIES:SHEDDING NEW LIGHT ON THE BIGGER PICTURE ,JOURNAL OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ,4(1),LE20.

ويمكن الفرق في أن المقاولاتية الاجتماعية تخص المؤسسات الصغيرة ولا يعتبر تحقيق الربح مقصدا لمباشرة الأعمال الاجتماعية ، بخلاف القيمة المشتركة التي تبحث على إيجاد فرصة تجارية للنشاط من خلال خلق منفعة اجتماعية قصد تحقيق ربح.

سادسا : نظرية المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة

إن المسؤولية الاجتماعية تركز على مفاهيم المؤسسة المواطنة ، الأعمال الخيرية ، الاستدامة وغير ذلك ولكنها تمارس كنشاط تسويقي ثانوي نتيجة للضغوطات الخارجية على المؤسسة ، في حين تركز القيمة المشتركة على (القيمة الاقتصادية- القيمة الاجتماعية) وهي أساس التنافس للمؤسسة ، وتمثل القيمة المشتركة الأساس في استثمارات المؤسسة وفي تحقيق الأرباح وهي مرتبطة بالمؤسسة ككل ، في حين إن المسؤولية الاجتماعية لها اثر محدود في أرباح المؤسسة كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزء محدد في الميزانية ¹.

كما تعتمد المسؤولية الاجتماعية على المقاربة الدفاعية لتحسين سمعتها وتغطية بعض الممارسات غير أخلاقية ، في حين أن نقطة البداية لخلق القيمة المشتركة هي استغلال الموارد والمهارات لتحسين البعد الاجتماعي.

المطلب الثالث : مبادئ واليات خلق القيمة المشتركة

الفرع الأول: مبادئ خلق القيمة المشتركة

تعمل القيمة المشتركة على إعادة تعريف الشركات باعتبارها قوة كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع ².

تعمل على استغلال الموارد والمهارات والقدرات الإدارية لتحسين البعد الاجتماعي.

تتمحور فكرة خلق القيمة المشتركة على إن الشركات والأعمال التجارية يمكن أن يكون لها اثر ايجابي على حل المشاكل الاجتماعية إذ ما تم حلها بنموذج جديد للأعمال.

القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي والبيئي في نشاطات المؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية.

تتركز القيمة المشتركة على تعظيم القيمة التنافسية لحل المشاكل الاجتماعية من خلال إيجاد عملاء وأسواق جديد والترشيد في التكاليف ¹.

¹ إسحاق خرشي، محمد فلاق ، مساهمة الذكاء التنافسي في توجه العلامة التجارية نحو مفهوم القيمة المشتركة في الأسواق ذات الدخل المنخفض -العلامة التجارية كوكاكولا أنموذجا

- أبعاد إقتصادية، 16، 179-198. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/31121>

² سبخاوي عبد القادر الجيلاني ، قرشي محمد الصغير ، مرجع سبق ذكره، ص 484.

يشجع مفهوم خلق القيمة المشتركة على تنفيذ نموذج أعمال حقيقي وبالتالي خلق قيمة اجتماعية واقتصادية مستدامة.

تستهدف القيمة المشتركة القضايا الأساسية التي تواجه المجتمع كالحل من البطالة ورفع قدرات العمال وتحسين الرعاية الصحية وإنجاز وصيانة المشاريع.²

الفرع الثاني: آليات خلق القيمة المشتركة

أولا: إعادة تصور المنتج والسوق

1. تعمل هذه الآلية عن طريق تلبية الحاجات الاجتماعية غير المشبعة وتكييف المنتج لتلبية حاجيات السوق الجديدة ، بمعنى تكييف منتجات المؤسسة على حسب حاجات المجتمع بحيث يساهم المنتج المقدم في تلبية حاجة اجتماعية أو له القدرة على حل بعض مشاكل المجتمع.³
2. هناك فجوة اجتماعية خاصة في مجال الصحة والتغذية وبعض الأضرار البيئية المترتبة عن بعض المؤسسات إلا أنها تعتبر احتياجات ضرورية بالنسبة للمجتمع وتعتبر فرصة يجب استغلالها والقيام بالتطوير على مستوى المنتجات و الأسواق بحيث يصبح هذا التطور يشمل الفئة لمهمشة من الزبائن بالمنتجات السابقة نظرا لأسعارها المرتفعة أو محدوديتها أو لنوعية المنتج.⁴
3. لتلبية الاحتياجات الاجتماعية وفي نفس الوقت تؤمن خدمة أسواقها الحالية بشكل أفضل فضلا عن أنها تحاول الوصول إلى أسواق جديدة أو عن طريق تخفيض التكاليف من خلال تبني سياسة الابتكار المستمر.⁵

ثانيا :إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة

1. تؤثر سلسلة القيمة لكل مؤسسة على العديد من الإشكاليات الاجتماعية كقوانين التشغيل والأمن والقوانين المتعلقة بطرق استغلال الموارد الطبيعية وتكون فرص خلق القيمة المشتركة عندما يمكن للمؤسسة الحد من التكاليف الاقتصادية عند حل هاته المشاكل ، حيث تركز آلية إعادة تعريف الإنتاجية في

¹ سبخاوي عبد القادر الجليلاني، مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر-دراسة ميدانية بمجمع صيدال -قسم علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ،جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة ،2021،ص26.

² THOMAS BESCHORNER, CREATING SHARED VALUE: THE ONE-TRICH PONY APPROCH, BUSINESS ETHIES REVIEW, V1, N17

³ إسحاق خرشي، نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية، ملتقى دولي حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة ،جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف،الجزائر،2016، ص7،8.

⁴ العويني فؤاد ،حوامدي فيصل، مشاركة عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص35.

⁵ أحلام إبراهيم العياوي، مقال: إيجاد القيم المشتركة في المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة ،قسم إدارة أعمال ، جامعة العلوم التطبيقية ،2019.

سلسلة القيمة على إدخال تحسينات في العمليات الداخلية التي تسمح بتقليل التكاليف وتحسين طرق الوصول إلى المدخلات ورفع من الإنتاجية التي تتحقق من خلال التحسينات البيئية عند استخدام الموارد بكفاءة وفعالية.¹

2. يمكن للمنتجات تحسين النوعية والكمية والتكلفة والموثوقية للمدخلات والتوزيع، في حين تعمل بصفة دائمة على الاهتمام بالموارد الطبيعية الأساسية الاقتصادية والاجتماعية ويتطلب الأمر هنا إعادة النظر في طريقة استغلال سلسلة القيمة على مستوى عمليات النقل وقنوات التوزيع والخدمات المكملة كما يعاد تصميم النظام اللوجستي لخفض مسافات النقل وتبسيط عمليات المناولة.²

3. ويمكن هذا من خلال قيام المؤسسات باعتماد أسلوب تحسين الجودة المستمر والكمية المنتجة والتكلفة والاعتمادية العالية للمدخلات وللتوزيع فضلا عن أنها تعمل بشكل مستمر على الاهتمام بالموارد الطبيعية والأساسية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية وبالتالي إسناد تعزيز التنمية المستدامة من خلال المؤسسات.³

ثالثا: بناء العناقيد الصناعية المدعمة

1. بعد إعادة تصميم المنتج وإعادة تعريف مفهوم الإنتاجية على مستوى سلسلة القيمة يتوجب على المؤسسات التوجه نحو إنشاء شبكة علاقات مع كل الأطراف المؤثرة على سيورة العمل على مستوى المؤسسة ، بحيث تتجه المؤسسة إلى إبرام اتفاقيات وشراكة مع معظم أصحاب المصالح ، الجهات الحكومية ، الموردون، البنوك، جمعيات حماية المستهلك حتى تستفيد المؤسسة من الأثر الجماعي للقيام بالأعمال.⁴

2. حسب بورتر فان العناقيد الصناعية هي ظاهرة اقتصادية يتم وضعها في سياق التنافس بين العديد من الشركات التي تتنافس وتتعاون في نفس الوقت للحصول على مزايا اقتصادية مختلفة ، ويبرز بناء العناقيد الصناعية كآلية من آليات خلق القيمة المشتركة من خلال رفع الإنتاجية وزيادة الإبداع في المنتج ورفع تنافسية المؤسسات.⁵

¹ أحمد يوسف ، فاطمة بلقواسمي، ثنائية الذكاء الاقتصادي خلق القيم المشتركة في ظل جائحة كورونا-شركة نستله نموذجا-، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسنية بن بوعلي الشلف، مجلد 18، عدد 28، 2022، ص:565.

² شيباني عبد القادر، فلاق محمد ، واقع تبني منظمات الأعمال نموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة -شركة نافترس نموذجا-، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف، مجلد 3، عدد 3، 2020، ص:44-62.

³ أحلام إبراهيم العيثاوي ، مرجع سبق ذكره.

⁴ إسحاق خرشي، مرجع سبق ذكره، ص:157-172.

⁵ SCHMITT-2014- SOCIAL INNOVATION FOR BUSINESS SUCCESS ,SPRINGER FACHMEDIEN WIESBADEN,GERMANY 2014,P22.

3. لا يمكن للمؤسسات إن تعمل في عزلة عن محيطها فهي تتأثر بالمؤسسات الأخرى الناشطة في الصناعة والبنية التحتية المساعدة، تبرز العناقيد الصناعية في معظم الاقتصاديات الناشئة وتلعب دورا حاسما في رفع الإنتاجية، فمثلا تعرض انخفاض المستوى التعليمي تكلفة تدريب إضافية وضعف النقل يرفع التكلفة اللوجيستية كما تؤثر مستويات الفقر على الطلب حول المنتجات والخدمات فعملية خلق القيمة المشتركة تتطلب بناء العناقيد المساعدة على تحسين إنتاجية المؤسسة¹.

4. هي مجموعة من المؤسسات المرتبطة والمتكاملة مع بعضها البعض في مجال معين وفي حيز جغرافي واحد، بحيث تدخل في علاقات تشابك وتكامل في جميع مراحل العملية الإنتاجية مكونة عنقود ينتج عنه سلسلة كاملة للقيمة المضافة للمنتج أو الخدمة، وقد حظيت العناقيد الصناعية في السنوات الأخيرة قبول متزايد من طرف واضعي السياسات التنموية في العالم حيث سعت هذه البرامج إلى إعطاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نصيبها من الموارد المتاحة والرفع من تنافسيتها ومستوى أدائها وخلق القيمة، كما أن لها تطلعات لتنمية وتنويع قاعدة الإنتاج لتلك الصناعات في أن واحد².

المطلب الرابع : المسؤولية الاجتماعية و القيمة المشتركة

الفرع الأول : تعريف المسؤولية الاجتماعية :

إن المسؤولية الاجتماعية كمفهوم لا ينحصر في تعريف محدد واحد، وذلك لطبيعتها الديناميكية التي تتفاعل مع مختلف التغيرات على الصعيد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي.

ولكن، يمكننا استعراض بعض التعاريف الشاملة للمسؤولية الاجتماعية والتي تبرز جوهرها وأبعادها الرئيسية :

هوملس قد أشار على أن المسؤولية الاجتماعية "ما هي إلا التزام المنشأة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، تحسين الخدمة ومكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها"³.

عرف البنك الدولي المسؤولية الاجتماعية للشركات على "أنها التزام أصحاب النشاطات التجارية بالمساهمة في التنمية الشاملة من خلال العمل مع موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع ككل لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية في آن واحد"¹.

¹ شيباني عبد القادر ، فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص 51.

² منى مسغوني، لمياء عماني، رزيقة تباني، مرجع سبق ذكره، ص 105.

³ سالم يعقوب، قواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل دراسة مفاهيمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 9، العدد 03، الوادي، 2021 ص 103.

اتفق التعريفين السابقين على نقاط أساسية مشتركة، مفادها أن المسؤولية الاجتماعية تُمثل التزامًا واجبًا على المؤسسة. لتحقيق التنمية وتحسين مستوى حياة جميع الأطراف المعنية، وذلك من خلال إيجاد توازن بين أهداف المؤسسة و متطلبات محيطها .

حيث قدم (Caroll) تعريفًا أكثر شمولية حيث يرى " أن المسؤولية الاجتماعية هي التزام المنظمة بأن تضع نصب عينيها خلال عملية صنع القرارات الآثار والنتائج المترتبة عن هذه القرارات على النظام الاجتماعي الخارجي بطريقة تضمن إيجاد توازن بين مختلف الأرباح الاقتصادية المطلوبة والفوائد الاجتماعية المترتبة عن هذه القرارات".²

بناءً على ما سبق، يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية بشكلٍ إجرائي واضح وشامل يشمل جميع جوانبها الأساسية. فهي التزامٌ وواجبٌ يقع على عاتق المؤسسة، وتهدف إلى خدمة الاقتصاد وتحقيق التنمية بشكلٍ متوازٍ. ويتطلب ذلك الاهتمام بالأطراف الداخلية للمؤسسة، مثل العاملين، وبالمجتمع الخارجي، بما في ذلك أفراد البيئة، وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة.

تبقى المسؤولية الاجتماعية غامضة المفهوم و لا يوجد تعريف بشكل محدد و دقيق و يمكن القول أنها قوة إلزامية قانونية ولا تزال هذه المسؤولية ذات طابع أدبي و معنوي تستمد انتشارها من طبيعتها الطوعية الاختيارية التي تقوم بها المؤسسة.

الفرع الثاني: الفرق بين المسؤولية الاجتماعية و القيمة المشتركة

في سياق التركيز على البعد الاجتماعي، يزداد غموض بعض المفاهيم المتشابهة مثل "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات" و "القيمة المشتركة". و لهذا، سنوضح الفروق الرئيسية بينهما على النحو التالي:³

تُبنى المسؤولية الاجتماعية على مفاهيم مثل المؤسسة المواطنة والأعمال الخيرية المستدامة، وتشمل ثلاثة أبعاد رئيسية: داخلي، واجتماعي، واقتصادي. ومع ذلك، تُمارس غالبًا كنشاط تسويقي ناتج عن ضغوط خارجية على المؤسسة. أما القيمة المشتركة، فتستند إلى ثنائية القيمة الاقتصادية والقيمة الاجتماعية، وتُشكل أساس تنافس المؤسسة في السوق.

¹ فضالة خالد، قرومي حيد ، دور تبني المسؤولية الاجتماعية و البيئية في المؤسسة الاقتصادية للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة معارف، العدد 22، الجزائر، جوان 2017، ص 42.

² عبد الله بونكانو، ابتسام بدري، دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، المجلد الثاني، العدد الأول، بسكرة، 2021، ص 307.

³ إسحاق خرشي، مرجع سبق ذكره، ص 6، 7.

القيمة المشتركة هي الأساس في استثمارات المؤسسة و في تحقيق الأرباح و هي مرتبطة بالمؤسسة ككل في حين أن المسؤولية الاجتماعية لها أثر محدود في أرباح المؤسسة كما تمتلك هذه الأخيرة جزء محدد في الميزانية.

تسعى المسؤولية الاجتماعية إلى تقديم بعض التبرعات و الأعمال الخيرية لمعالجة بعض المشاكل الاجتماعية أما عملية خلق القيمة المشتركة فهي تعمل على إعادة تعريف دور الشركات باعتبارها قوة كبرى لحل ضغط المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع.

تعتمد المسؤولية الاجتماعية على المقاربة الدفاعية لتحسين سمعتها و تغطية بعض الممارسات غير الأخلاقية في حين أن نقطة البداية لخلق القيمة المشتركة هي استغلال الموارد المهارات و القدرات الإدارية لتحسين البعد الاجتماعي .

تتمحور فكرة خلق القيمة المشتركة حول فكرة مفادها أن الشركات و الأعمال التجارية يمكن أن يكون لها أكبر أثر إيجابي على حل المشاكل الاجتماعية الموجودة في المجتمع إذا ما تم علاجها بنموذج جديد للأعمال و هذا ما يختلف تماما عن فكرة المسؤولية الاجتماعية.

يرتكز مفهوم القيمة المشتركة حول عملية إيجاد الفرصة و ليس المقايضة فهي تتعلق بكيفية خلق أثر اجتماعي إيجابي لتحقيق مستويات أداء عالية و لا تبحث عن حجم الأداء الاقتصادي الذي يجب أن يضحى به المستثمرون لخلق انطباع اجتماعي إيجابي.

لا يعبر مفهوم القيمة المشتركة عن الأعمال الاقتصادية أو الاجتماعية التي لا تهدف إلى تحقيق الربح بشكل مباشر أو غير مباشر وإنما تعبر عن الأعمال التي يعتبر فيها تحقيق الأرباح كمحفز أساسي للنمو و هذا على عكس المسؤولية الاجتماعية التي لا تهدف دائما إلى تحقيق الربح .

يكمن الفرق الأساسي في كون أن المسؤولية الاجتماعية تركز على القيام عمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة في حين أن القيمة المشتركة تدمج البعد الاجتماعي والبيئي في نشاطات الحرفة للمؤسسة لتحقيق قيمة اقتصادية.

- إضافة إلى ذلك هذا الجدول يوضع بعض الفروقات الجوهرية لكلا منهما

جدول 1-1: يوضح أهم الفروقات بين المسؤولية الاجتماعية و القيمة المشتركة

المسؤولية الاجتماعية للشركات	القيمة المشتركة
تحقيق فائدة اقتصادية و اجتماعية و فعل الخير.	تحقيق فائدة اقتصادية و اجتماعية مع الأخذ بعين الاعتبار التكاليف التي تنطوي عليها .
العمل الخيري ، الاستدامة.	الشراكة ، خلق قيمة للمجتمع.
تغير الممارسات التجارية استجابة للضغوط الخارجية.	ترتبط ارتباطا وثيقا بالقدرة التنافسية.
تحدد حسب العناصر الخارجية أو التفضيلات الفردية.	تحدد اعتمادا على احتياجات الشركة ومصممة داخليا.
لا تتعلق بزيادة الأرباح.	مرتبطة بقوة بتعظيم الأرباح.
التأثير المالي مقيد ، يتعلق بالميزانية المخصصة للمشاريع و تأثير الشركة و ينظر إليها على أنها تكلفة.	التأثير المالي كبير على الميزانية الإجمالية ، ينظر إليها على أنها ربح.
تركز على مفاهيم المؤسسة المواطنة ، الأعمال الخيرية ، الاستدامة.	تركز الثنائية (القيمة الاقتصادية ، القيمة الاجتماعية) .
لها اثر محدود في أرباح المؤسسة ، كما تمتلك برامج المسؤولية الاجتماعية جزء محدد في الميزانية.	تمثل الأساس في استثمارات المؤسسة و في تحقيق الأرباح و هي مرتبطة بالمؤسسة ككل.
ترتكز على القيام بأعمال لا ترتبط بنشاط المؤسسة.	يتعلق بدمج الأثر الاجتماعي و البيئي في الأعمال التجارية ، باستخدام هذا التكامل لدفع القيمة الاقتصادية.
عبارة عن برامج مبادرات .	نموذج جديد للأعمال.
قيم الشركات و مواطنة الشركات.	تصميم منتجات و خدمات جديدة تلبي الاحتياجات الاجتماعية و البيئية مع توفير عائد مالي في الوقت نفسه .
تقديم المساهمات العينية و العمل التطوعي.	الوصول إلى أسواق جديدة.
استدامة الشركات.	تحسين قدرات الموردين (المهارات ، المعرفة ، الإنتاجية) .
توظيف الموظفين و الاحتفاظ بهم.	إنشاء مجموعات محلية لتعزيز الفوائد الاقتصادية و الاجتماعية على مستوى المجتمع المحلي و

الاستفادة منها.	
نشر أصول الشركات لتحقيق الحجم و تشجيع الاستثمار .	تعبير عن القيام بشي منفصل عن الأعمال التجارية.
إعادة تكوين سلسلة القيمة و تأمينها من خلال الضغط على شركاء جدد أو أفضل لتحسين الإنتاجية.	الامتثال للمعايير المجتمعية و الوطنية و الدولية.
تعتمد على كل موارد المؤسسة و نتائجها قابلة للقياس .	تتطلب الكثير من الموارد من اجل تقديمها للمجتمع في شكل تبرعات و إعانات مالية ، و العائد غير مضمون و يصعب قياسه .

المصدر : سبخاوي عبد القادر الجيلاني، مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر دراسة ميدانية بمجمع صيدال ، أطروحة دكتوراه ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2021 ، ص 34-35.

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للعناقيد الصناعية

تؤثر العناقيد الصناعية على هيكل الصناعة الذي تنشط فيه وعلى تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفق ما يعرف بنموذج الاقتصاد الصناعي (هيكل - سلوك - أداء)، فالاقتصاد الصناعي يركز في التحليل على محورين أساسيين بينهما المؤسسة والسوق، ويأخذ المؤسسة من خلال السلوكيات المختلفة لها في السوق وفق الأنواع المختلفة لهيكل الصناعة من جهة، وانعكاس كل ذلك على أداء المؤسسة وتنافسياتها وتطورها في الصناعة التي تنشط من جهة أخرى، فالعناقيد الصناعية تعد أداة فعالة للسياسة الصناعية لإسهامها في تحسين الإنتاجية والتشغيل، ولذلك فإن تحديد مدى وجودها وتقييم أدائها الاقتصادي يمثل تحدياً كبيراً لصانعي السياسة العامة.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة العناقيد الصناعية

الفرع الأول: مفهوم العناقيد الصناعية

لا يوجد اختلاف كبير في تعريف العناقيد الصناعية بالقدر الذي يعود الاختلاف في التسميات التي اتخذتها، والتي تؤدي في مجملها إلى فكرة واحدة، وتمثل أهم التعاريف في:

تعرف العناقيد الصناعية على أنها: "تكتل مجموعة من المؤسسات تشترك في عدد من العوامل كاستخدام تكنولوجيا متشابهة، أو الاشتراك في قنوات تسويقية ذاتها، أو حتى الارتباط بعلاقات راسية وأفقية فيما بينها، كما يضم هذا التكتل تنافسية التجمع كالجامعات، والمعاهد التعليمية.¹

هي تجمعات جغرافية محلية إقليمية أو عالمية، لمجموعة من المؤسسات والمؤسسات المرتبطة والمتصلة ببعضها البعض في مجال معين، مما يجعلها تمثل نظاماً متكاملًا من الأنشطة اللازمة لتشجيع وتدعيم التنافسية، بحيث تدخل في علاقة تكامل وتشابك فيما بينها بشكل رأسي وأفقي، في جميع مراحل العملية الإنتاجية مكونة بذلك سلسلة كاملة للقيمة المضافة للمنتج، وتعرف العناقيد الصناعية بأنها مجموعة المؤسسات مركزة قطاعياً وجغرافياً تنتج وتبيع تشكيلة من المنتجات المرتبطة أو المتكاملة، وبالتالي تواجه تحديات وفرصاً مشتركة.²

ولعل من أبرز المفاهيم للعناقيد الصناعية أنها "مجموعات قطاعية مندمجة، مكونة منشآت وصناعات تتداخل ثنائياً بفضل العلاقات بين العميل - المورد، وروابط قوية مع الهياكل الاقتصادية".

1- لطيفة بملول، سارة حلمي، وآخرون، إستراتيجية العناقيد الصناعية كآلية لتفعيل التجديد التكنولوجي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة - التجربة اليابانية أنموذجاً -، مجلة دراسات اقتصادية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد 22، العدد 02، 2020، ص 94.

2- إيمان بغدادلي، سميرة رماش، العناقيد الصناعية ودورها في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد: 04، العدد: 01، 2023، ص 150.

وبناء على ما سبق، يمكن اعتبار أن مفهوم العناقيد الصناعية يتجاوز فكرة الصبغة المكانية من خلال التركيز الجغرافي في مكان ما إلى اعتباره الشكل الأكثر نضجا للتكامل والترابط ما بين المنشآت والشركات المترابطة في مجال ما، بشكل رأسي وأفقي في جميع مراحل العملية الإنتاجية في إطار سلسلة القيمة المضافة للمنتج، من المورد إلى المستهلك النهائي، مما يعمل على خفض تكاليف الإنتاج، ورفع الإنتاجية، والاستفادة من وفورات الحجم الكبير.¹

الفرع الثاني: نشأة العناقيد الصناعية

بدأت معالم هذا المفهوم تتبلور في عام 1990 عندما قام العالم الاقتصادي "Michael Porter" بإصدار كتابه الشهير "الميزة التنافسية للأمم" وهذا الكتاب أحدث ما يشبه الثورة في نظريات توطين المشروعات الصناعية حيث قام الكاتب بتحليل ودراسة نماذج من المشروعات الصناعية في عشر دول صناعية ولاحظ وجود شبكة من العلاقات الأفقية والرأسية بين هذه المشروعات.²

وقد وجدت العناقيد الصناعية لأول مرة في أواخر سبعينيات القرن العشرين، وكان من الأوائل الذين اهتموا إليها "بانياسكو" و"جاكومو بيكا تيني" 1979 و"سيباستيانو بروسكو" 1982 و"سيلنيو غوليو" 1982 و"جوجيو فوا" 1983، وقد أثارت قدرا كبيرا من الاهتمام لدى علماء الأعمال التجارية، ويقر الباحثون بالدور الهام الذي قامت به المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الإيطالي الذي هو إلى حد كبير حصيلة تنظيم الاقتصاد في شكل تكتلات أو عناقيد صناعية وتمثل تجربة إيطاليا واحدة من أكبر التجارب المتعلقة بالعناقيد الصناعية نجاحا، ولا تزال النقطة المرجعية الرئيسية في المناقشات الأكاديمية ومناقشات السياسة العامة التي تدور حول تكتلات الشركات الصغيرة والمتوسطة.

وتنشأ العناقيد الصناعية إما بصورة عفوية كما يحصل في العديد من البلدان المتقدمة النمو مثل إيطاليا وإما نتيجة لمبادرات تداخلية، وسياسات دعم حكومية تهدف إلى تحضير إقامة الروابط كما هو الحال في الحاليتين (عفوية أو تداخلية) لا تخلق قوى السوق وحدها المستوى الأمثل من التعاون بين الشركات لأن التعاون مرده في العادة إلى

1- إيمان سالم، دور العناقيد الصناعية في تحقيق التنمية الاقتصادية مع التطبيق على إقليم قناة السويس، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد السادس والعشرون،

العدد الأول، يناير 2024، ص 17.

2- عبود زرقين، العناقيد الصناعية كإستراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي،

الجزائر، العدد الحادي والأربعون، 2014، ص 163.

انخفاض تكاليف المعاملات أو ارتفاع مستوى الثقة أو الاثنين معاً، غير أن السياسة التداخلية الفعالة تركز على أفضل الممارسات وهذه الأخيرة تكون في معظمها مكملة لقوى السوق.³

المطلب الثاني: أهداف وأنواع العناقيد الصناعية

الفرع الأول: أهداف العناقيد الصناعية

تهدف العناقيد الصناعية إلى تجاوز فكرة التجمع المجردة إلى الإرادة الحقيقية للتعاون والتنسيق بين عناصر السلسلة المختلفة تؤدي في نهاية الأمر إلى تحقيق ربحية أعلى للجميع، من خلال خلق وسط من المنافسة التي تؤدي إلى رفع الإنتاجية. وهي الفكرة التي تقف في جوهرها في وجه النظرة التقليدية للصناعة، والمتمثلة بالقطاع الذي يشمل جميع الصناعات ذات الإنتاج النهائي المتشابه، والمرتبطة غالباً بالتردد في التنسيق والتعامل بين المتنافسين والاعتماد الأكبر على الدعم والحماية الحكومية دون غيرها.¹

كما تسعى العناقيد الصناعية لتحقيق عدة أهداف لها ارتباط بالعديد من المستويات وهي:

أولاً: على مستوى الاقتصاد الكلي:

تسعى العناقيد الصناعية لتحقيق عدة أهداف على مستوى الاقتصادي الكلي نذكر أهمها:

1. رفع القدرة التنافسية للاقتصاد: يعتبر العنقود الصناعي حالة من التوازن بين التنافس والتعاون وتسمى هاته الحالة سلوك المنافسة التعاونية لتوليد القيمة المضافة، معتمدة على التمرکز الجغرافي للعنقود بجانب المؤسسات الداعمة على أساس التعاون المرتبط بروح المنافسة، والذي يساهم في تقليل التكاليف وتنويع الإنتاج من خلال المشاركة في الحصول على المواد الخام، وكذا مشاركة وتبادل الخبرات والتكنولوجيا الأمر الذي يؤدي إلى رفع القدرة التنافسية لهاته المؤسسات، وبمكناها من رفع قدرتها التصديرية واختراق الأسواق العالمية.

2. خفض معدلات الفقر والحد من البطالة: ويتحقق ذلك من خلال إنشاء العديد من العناقيد في المناطق الريفية التي تعاني الفقر؛ كالعناقيد الزراعية وكذا عملية إنشاء العديد من المؤسسات داخل

3- لخلف عثمان، دور إستراتيجية العنقود الصناعي في تحقيق تنافسية الصناعات الصغيرة والمتوسطة، مجلة دراسات، العدد الاقتصادي، المجلد 03، العدد 02، سبتمبر

2012، ص 04.

1- محمد الخالدي، العناقيد الصناعية: التجربة الأردنية، المملكة الأردنية الهاشمية، 2019، ص 03.

العناقيد تعمل على خلق مناصب شغل جديدة تسمح بالحد من البطالة وتعمل على تخفيض معدلات الفقر.²

ثانيا : على مستوى المنظمات

يضمن النشاط داخل العنقود الصناعي للمنظمات تحقيق العديد من الأهداف نذكر منها:

1. زيادة الإنتاجية: التكامل والترابط بين العديد من المؤسسات المنطوية داخل العنقود المختلفة الأحجام، يسمح لها باستغلال الطاقات الإنتاجية بطريقة مثلى، ويعزى ذلك إلى تقسيم العمل بين المؤسسات والوحدات الذي يعزز فرص التخصص في الإنتاج، كما أن وجود العديد من الصناعات المماثلة قرب بعضها البعض يدفع المؤسسات إلى العمل على تطوير أساليب الإنتاج وطرق التسويق والتوزيع.
2. تخفيض التكاليف: وجود المؤسسات قرب بعضها البعض بالإضافة إلى موردي الموارد والخدمات يعمل على تخفيض تكاليف التزود بها، من ما يؤدي إلى التحكم في تكاليف الإنتاج من جهة، ومن جهة أخرى يعمل على تخفيض التكاليف، كتكاليف جمع المعلومات والإشراف والتفاوض والتي تدخل ضمن تكاليف الصفقات والمعاملات التي لها علاقة مباشرة بتنفيذ المشروع ولا تتحسب ضمن تكاليف الإنتاج.
3. تبادل المعلومات و المعارف: يساعد العنقود الصناعي المؤسسات على تبادل المعلومات والمعارف والخبرات، وكذا تسهيل الوصول إلى العمالة المدربة والمتخصصة الأمر الذي يمكن المؤسسات من القدرة على النمو والابتكار، الذي بدوره يضمن التطوير المستمر للمؤسسات وبالتالي الرفع من إنتاجيتها.¹

الفرع الثاني: أنواع العناقيد الصناعية

تختلف أنواع العناقيد الصناعية بحسب المفاهيم والمعايير التي ينظر للعنقود من خلالها، والتي قد تبحث في أنواع العناقيد حسب النشأة أو المنتج أو درجة التخصص أو نوعية الترابط أو حسب الهيكل أو الحجم أو الاتجاه التسويقي أو الحيوية وغيرها.

أولاً: العناقيد الصناعية حسب المنتج: تنقسم العناقيد الصناعية حسب نوع المنتج الذي تخصص في إنتاجه مثل عنقود متخصص في صناعة السيارات، متخصص في صناعة الأحذية، عنقود متخصص في خدمات مالية، عنقود متخصص في خدمات سياحية أو إعلامية، عنقود متخصص في صناعة الاتصالات، عنقود متخصص في صناعة الحاسبات والبرمجيات، عنقود متخصص في صناعة الأزياء، عنقود متخصص في

2- غربي عادل، العناقيد الصناعية ودورها في خلق القيمة المشتركة في بيئة منظمات الأعمال بالجزائر-دراسة حالة المؤسسات الصيدلانية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، 2022، ص 40.

1- غربي عادل، مرجع سابق، ص 40.

صناعة السيراميك، عنقود متخصص في صناعة الجلود، عنقود متخصص في صناعة الأثاث، عنقود متخصص في صناعة البتر وكيمائيات، ... الخ.²

ثانيا : العناقيد الصناعية حسب النشأة: فحسب النشأة يمكن أن يتكون العنقود بشكل طبيعي (تلقائي) نتيجة لوجود تاريخ قديم للمنطقة في هذه الصناعة نتيجة لتوافر الموارد الطبيعية والمواد الخام أو لوجود المهارات اللازمة لدى السكان أو ارتفاع الطلب المحلي، ولتنمية هذا النوع من العناقيد تطبق سياسات معينة لتفعيل العنقود وإزالة العوائق التي تحد من نموه، بهدف الوصول للطاقة القصوى من الإمكانيات المتاحة له، ومعظم دول العالم التي تتبع أسلوب العناقيد الصناعية تركز على هذا النوع من العناقيد، حيث يتميز بمقولة تكلفته كما أن نتائجه عادة ما تكون سريعة وعلى مستوى كبير من الموثوقية، ويمكن أن يكون العنقود مصطنعا (مستحثا) عبر سياسات وإجراءات معينة مبنية على دراسات تشير لإمكانية إيجاده، إلا أن تنميه هذا أطول وتكلفة أكبر مقارنة بالنوع السابق، وهو ما يرفع من درجة المخاطرة في اختيار هذا النوع تستغرق وقتا.

ثالثا : العناقيد الصناعية حسب درجة الترابط: وحسب نوعية الترابط هناك نوعان من الترابط:

النوع الأول رأسي: وفيه يتكون العنقود من شركة أو بضع شركات كبيرة، ويمدها عدد كبير من الشركات الأصغر بمدخلات الإنتاج وهي علاقة قائمة بين مشترين وبائعين كعناقيد صناعة السيارات،

النوع الثاني أفقي: وفيه يتكون العنقود من عدد كبير جدا من الشركات المتوسطة والصغيرة التي تنتج منتجات نهائية وتسوقها، وهي تشترك في التقنية وقوى العمل والموارد وربما الأسواق.

رابعا : العناقيد الصناعية حسب درجة التخصص: وقد يصنف العنقود حسب درجة التخصص في مستوى معين من سلسلة القيمة المضافة للصناعة، أو في تخصصه في سوق جغرافي معين، أو في شريحة معينة من الأسواق والعملاء، وكمثال على ذلك صناعة الأحذية، ففي شمال إيطاليا يوجد عنقود متخصص في صناعة الأحذية يركز على التصاميم والأسماء التجارية ويتمتع بمستوى عال من الأجور ويستهدف المستهلكين مرتفعي الدخل، وفي البرتغال هناك عنقود يعتمد على قصر دورة الإنتاج ومواكبة الموضة ويستهدف متوسطي الدخل في أوروبا، أما في الصين فإن التركيز يتم على كثافة الإنتاج في الأحذية منخفضة التكلفة والسعر.¹

2- إيمان فاروق احداد، التجربة المصرية في إنشاء العناقيد الصناعية ودورها كنواة للمجتمعات الصناعية المتكاملة: دراسة حالة مدينة الأثاث بدمياط.

مجلة كلية السياسة والاقتصاد، المجلد السادس عشر، العدد الخامس عشر، 2022، ص 80

1- عطاء الله بن طيرش، أبو بكر بو سالم، استراتيجيات تعزيز القدرة التنافسية للمناطق الصناعية -دراسة تحليلية للعناقيد الصناعية في الجزائر-، مجلة العلوم الاقتصادية

وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، العدد 17، 2017، ص 91

المطلب الثالث: خصائص وآليات عمل العناقد الصناعية

الفرع الأول: خصائص العناقد الصناعية

- تجسد العناقد الصناعية إستراتيجية وطنية تدرج ضمن استراتيجيات تحريك الأقاليم وتنميتها. وهذا يعني أن العناقد ليست وليدة طفرة، وإنما هي محصلة إستراتيجية مقصودة.
- يرتبط أي عنقود بجود جغرافية معلومة، وهي سمة أساسية مميزة له. فالعنقود، بالتعريف، هو تركيز جغرافي لمجموعة من المؤسسات المترابطة والهياكل المرافقة، تحت ظل بنية تحتية مساندة تدعم رؤية مشتركة للنمو.
- الوحدات المكونة للعنقود تنتمي في جملها إلى قطاع المؤسسات المتوسطة والصغيرة، معظمها صغيرة الحجم (بما فيها المؤسسات المصغرة).
- التكامل أهم سمات العناقد، ونميز في هذا الصدد بين شكلين من العناقد: عناقد متكاملة رأسيا وعناقد متكاملة أفقيا. وفي مجال العناقد السياحية نتحدث في الواقع عن تكامل أفقي، إذ أن الوحدات المشكلة للعنقود ذات منتجات مختلفة، ولو أنها في النهاية موجهة لسوق واحدة.
- تكامل المنتجات من تكامل العناقد. فالعنقود، كما أشار إلى ذلك بورتير، يؤدي إلى رفع الإنتاجية ليس فحسب نتيجة عملية تحصيل وتجميع المدخلات، ولكن أيضا نتيجة ما يتيح من تكاملات ما بين أنشطة العنقود، وهنا نتكلم عن تكامل المنتجات بالنسبة للمشتري كأهم ميزات العنقود.
- يقود العنقود إلى تخصص قطاعي قوي. وهو يرسم على المعرفة، الإنتاج، النشر، نقل وحركة المارف والمهارات ما بين الأعوان بالمكان، وخاصة من خلال تواجد مؤسسات التكوين والجامعات.¹

الفرع الثاني: آليات عمل العناقد الصناعية

تشتمل آليات عمل العناقد الصناعية على خمسة مبادئ أساسية يمكن للعناقد الصناعية تحقيق التنافسية المطلوبة والتي يمكن تلخيصها في ما يلي:

- أولا: التركيز الجغرافي تتميز العناقد الصناعية بأنها تتجمع في رقعة جغرافية واحدة تحوز على الموارد الطبيعية والبنية التحتية، وتنضم المؤسسات إلى العنقود رغبة في تخفيض تكاليف الإنتاج و الحصول على مزايا الحجم، وكذا لوجود دعم عوامل أخرى من موردين ومالين وتقنيين، ووجود يد عاملة مؤهلة

1- رحيم حسين، العناقد الصناعية التقنية: آلية لتكوين القطبية التنافسية مقترح عنقود للصناعة الإلكترونية في منطقة برج بوعريش بالجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 01، جوان 2023، ص 423

وتكنولوجيا. كذلك و من مزايا التركيز الجغرافي سرعة وصول المعلومات والوصول إلى مختلف الأسواق، وطرق الإنتاج والتكنولوجيا.

- ثانيا : التخصص يشكل التخصص أحد ركائز قوة العنقود الصناعي، فوجود تجمع مؤسسات متخصصة في إنتاج منتجات معينة يمنح قوة لهذا التكتل تمكنه من تطوير منتجاته وبالتالي تحقيق النجاح. وهذا لا يعين عدم انفتاح العنقود على المحيط الخارجي، لأن ارتباطه مع عناقيد صناعية أخرى يساهم في تحقيق التطور.

- ثالثا : الابتكار يعد الابتكار أهم معيار يقاس به جناح العنقود و تنافسيته، فكلما مت ابتكار منتج معني سارعت الأطراف الأخرى إلى إنتاج منتج ينافس في السوق، حيث إن يقوم المقلدون بإنتاج منتج مثال بأقل تكلفة مع إمكانية إدخال بعض التحسينات عليه من طرف هؤلاء المنافسين، مما يدفع المؤسسة إلى تطوير منتجاتها وابتكار منتجات قوية يصعب منافستها أو تقليدها.

- رابع : المنافسة تبني العناقيد الصناعية على المنافسة التي تعد أهم دعائم وآليات عملها فالتنافس يحافظ على نسق العمل والنشاط التي يقوم عليها العنقود. كما يعد التنافس بين المؤسسات حافزا لها من أجل تطوير منتجاتها نحو الأفضل، وتساعد على الابتكار وإيجاد تكنولوجيات جديدة تخدم تطور العنقود الصناعي، كما تعمل المنافسة على زيادة الكفاءة المهنية للعمال من خلال التدريب والدورات التكوينية لفائدة أطقم العمال المهنيين والإداريين والتقنيين.

- خامسا : التعاون قد يبدو التعاون متناقضا مع مبدأ المنافسة، لكن ذلك ليس صحيحا، فنجاح أي مؤسسة وبروز منتجاتها يجعل المؤسسات تسعى للحصول على هاته المنتجات، ومع تطور العناقيد الصناعية تتعزز فرص التعاون والتبادل بين مختلف مؤسساته، حيث ينشئ العنقود علاقات وروابط بين هذه المؤسسات لزيادة المنفعة المتبادلة، ما يساهم في ابتكار منتجات جديدة تعود بالفائدة على جميع تلك المؤسسات في إطار العنقود الصناعي.

كما يتم في إطار العناقيد الصناعية تشجيع وتدعيم التنافسية وهذا بعملية إنشاء عنقود متكامل تتعاون فيه الشركات والمؤسسات المنطوية تحته فيما بينها لتحقيق الربحية على أعلى درجة لجميع تلك المؤسسات، وهذا كله في جو تنافسي يؤدي إلى رفع الإنتاجية والرفع من الكفاءات العمالية وخلق روح الابتكار في الشركات المكونة للعنقود الصناعي.¹

1- خفاش نبيلة، شيكيرين ديلملي، مفهوم العناقيد الصناعية وآلية عملها، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر 03، العدد: 09، 2022، ص 176.

المبحث الثالث : الدراسات السابقة للعناقيد الصناعية والقيمة المشتركة

تناولت العديد من الدراسات جانبا من موضوع دراستنا , حيث سنورد بعض من هذه الدراسات العربية والأجنبية التي تمكنا من الحصول عليها .

المطلب الأول : الدراسات السابقة العربية و الأجنبية عن المتغير المستقل العناقيد الصناعية

1. دراسة (بحماوي صالح ، شيخاوي عمر) 2022 ، تحت عنوان دور العناقيد الصناعية في تحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة – دراسة ميدانية لمؤسسة " سونلغاز " – أدرار ¹

تهدف هذه الدراسة لتعرف على أهمية القدرة التنافسية للمؤسسة في ظل متغيرات البيئة التنافسية و أيضا إلى أبعاد القدرة التنافسية ودورها في تطوير تنافسية المؤسسات و إبراز أهمية العناقيد الصناعية واعتبارها من أهم المحددات للقدرة التنافسية للصناعات مع تحديد المزايا التي يمكن أن تستفيد منها المؤسسة بانتمائها إلى العناقيد الصناعية و المساهمة في إثراء المكتبة العلمية في هذا المفهوم الاقتصادي الحديث، لا سيما الجانب التطبيقي . حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي تم الاعتماد على المنهج التحليلي كمحاولة لإسقاط الجانب النظري على أرض الواقع على شركة إنتاج الكهرباء بأدرار، إذ تم جمع المعلومات من خلال استخدام المقابلة والملاحظة والإحصاءات المقدمة من طرف المؤسسة.

توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج نذكر منها :

النتائج النظرية :

- تأخذ العناقيد الصناعية شكلا نظاميا يسمح لمؤسساتها للحصول على خدمات توفر لها الموارد المالية وتتيح لها فرص للحصول على المعلومات الخاصة بالصناعة، والقدرة على استشراف المستقبل وتفهم أكبر البيئة أعمال على نحو يؤدي إلى زيادة الإنتاجية والتطوير المستمر.
- إن تنافسية المؤسسات التي تحكمها متغيرات كثيرة من المحيط الداخلي المؤسسة ومتغيرات من المحيط الخارجي العام والخاص وأكثرها تفسيراً هو دخول المؤسسات في روابط للشراكة أو التعاون مع مؤسسات. أخرى في إطار العناقيد الصناعية، ذلك أن تشكيل العنقود الصناعي سينعكس بشكل إيجابي على محركات القدرة التنافسية للمؤسسات.

¹بحماوي صالح، شيخاوي عمر (2021، 2022)، دور العناقيد الصناعية في تحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة – دراسة ميدانية لمؤسسة " سونلغاز " ، مذكرة لنيل شهادة ماستر غير منشورة ، جامعة أحمد دراية أدرار ، الجزائر.

- يعد قطاع الطاقة أهم قطاع في اقتصاد الدولة، يفرض عليها ضرورة التدخل أكثر من أي وقت مضى الدعم هذا النشاط في الفرع الصناعي، وتدعيم تكامل هذه الصناعات فيما بينها.

النتائج الميدانية :

-سمحت الدراسة الميدانية من معرفة مدى فائدة هذا العنقود في تحسين جودة الإنتاج من خلال عوامل متكاملة فيما بينها مثل التطور التكنولوجي للشركة، وقدرتها على توفير طلبات الزبائن بالكميات اللازمة من الطاقة المنتجة، وتنظيم عمل الوحدة والمحطات التابعة لها عبر تراب الولاية فيما بينها، مما يساهم في رفع وتحسين إنتاجية الشركة وبالتالي العمل على تعزيز قدرتها التنافسية .

2. دراسة لمروة محمد علي مصطفى 2023 ، تحت عنوان دور العناقيد الصناعية في خلق فرص العمل في محافظة الإسكندرية .¹

هدفت الدراسة إلى عرض العناقيد الصناعية ودورها الرئيسي في حفز ونمو القطاع الصناعي وبالتالي دورها في زيادة القيمة المضافة وزيادة الصادرات مع التركيز على دورها في خلق المزيد من فرص العمل في محافظة الإسكندرية، مع عرض أهم الصناعات التي ساهمت في خلق فرص عمل بمحافظة الإسكندرية وفق مؤشر معامل التوطن الصناعي. حيث استخدمت الدراسة منهج الاستنباط في الجانب النظري ، أما التطبيق في كان على العناقيد الصناعية في محافظة الإسكندرية.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج نذكر منها :

-تساهم العناقيد الصناعية في رفع معدلات النمو الاقتصادي، من خلال تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخفض معدلات البطالة مع جذب الاستثمارات الأجنبية وزيادة الصادرات الصناعية.

-تؤكد الدراسة على أهمية العناقيد الصناعية في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، وذلك من خلال توفيرها للموارد المالية والمعلومات والفرص والقدرة على استشراف المستقبل، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية والتطوير المستمر.

¹مرورة محمد علي مصطفى(2023)، دور العناقيد الصناعية في خلق فرص العمل في محافظة الإسكندرية، مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية ، المجلد 6 م ، العدد 6، الإسكندرية .

3. دراسة لحطاب رضا 2023 ، تحت عنوان دور العناقيد الصناعية ترقية الصادرات - تجربة

المملكة العربية السعودية و سبل استفادة الجزائر من هذه الإستراتيجية -¹

تهدف هذه الدراسة إلى تعريف أهمية إستراتيجية العناقيد الصناعية في تعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني والوصول إلى الأسواق الخارجية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على واقع الجزائر وسياساتها الصناعية. كما تهدف إلى تمكين الحكومة الجزائرية من إتباع مثال المملكة السعودية في تنويع صادراتها من خلال استخدام إستراتيجية التجمعات الصناعية العنقودية، مع النظر إلى الخصائص المشتركة بينهما. وتم استخدام المنهج الوصفي من خلال استعراض الجانب النظري ، أما التطبيقي تم اعتماد المنهج التحليلي من خلال تحليل بيانات المتعلقة بالقيمة المضافة لقطاع الصناعة والصادرات النفطية وغير النفطية في كل من السعودية والجزائر .

من خلال الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نذكر منها :

- تؤثر إستراتيجية العناقيد الصناعية على هيكل الصادرات بشكل إيجابي بحيث ترتفع نسبة مساهمة الصناعة خارج قطاع المحروقات في إجمالي الصادرات.
- نجاح العناقيد الصناعية مرتبط بشكل مباشر بما توفره الدولة من عوامل مساعدة بدءا بالإطار المؤسسي أو مختلف الخدمات والمرافق.
- استفادات الجزائر من تجربة السعودية في القطاع الصناعي باعتبار أن لهما خصوصيات اقتصادية متشابهة.

4. دراسة (صالح صالح هبة ، عباس زينب 2022) ، تحت عنوان دور العناقيد الصناعية في دعم

تنافسية الصناعة الغذائية - دراسة حالة مؤسسة عمر بن عمر قالمه -²

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على إستراتيجية العناقيد الصناعية لمجمع عمر بن عمر وفهم بعض المصطلحات المتداخلة مثل العناقيد الصناعية التنافسية والصناعات الغذائية. كما تهدف إلى استكشاف دور إستراتيجية العناقيد الصناعية لمجمع عمر بن عمر في دعم تنافسية الصناعات الغذائية في الجزائر، وتحديد مقومات وعوائق الصناعة الغذائية من خلال التحليل واكتساب الخبرة العملية من خلال التبرص .

حيث أن المنهج المتبع في هذا البحث هو مزيج من المنهج الوصفي والمنهج التحليلي.

و توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج نذكر منها:

- تلعب العناقيد الصناعية دورا محوريا في رفع القدرة التنافسية من خلال علاج جوانب الاختلالات الهيكلية والمعوقات التي تواجه قطاع الصناعات الغذائية.

¹ حطاب رضا، (2023)، دور العناقيد الصناعية ترقية الصادرات - تجربة المملكة العربية السعودية وسبل استفادة الجزائر من هذه الإستراتيجية، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية ، المجلد 7 / العدد 2 ، ص 287 ، 301 .

² صالح صالح هبة، عباس زينب، دور العناقيد الصناعية في دعم تنافسية الصناعة الغذائية - دراسة حالة مؤسسة عمر بن عمر - قالمه، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر غير منشورة ، تخصص مالية و تجارة دولية ، جامعة 08 ماي 1945 ، قالمه ، 2022/2021 .

- العناقيد الصناعية تساعد على الحد من مخاطر المنافسة مع المنتجات المستوردة وتعد سبيلا لدمج الصناعات الغذائية في الأسواق الخارجية من خلال زيادة تنافسيتها.
- إن عملية تخصص كل وحدة من الوحدات المشكلة للعنقود في مرحلة معينة من مراحل الإنتاج يعزز القدرة التنافسية للصناعة ككل.
- تشير نتائج الدراسة إلى أن انتهاج إستراتيجية العناقيد الصناعية يتيح للشركات الناشطة في قطاع الصناعات الغذائية الاستفادة من مزايا اقتصاديات الحجم الكبير واستخدام التكنولوجيا المتطورة الحديثة وخفض تكاليف الإنتاج ورفع الجودة
- من خلال دراسة التجربة الجزائرية، لم يدخل قطاع الصناعات الغذائية في الجزائر بشكل كاف في ظاهرة العناقيد الصناعية، مما أثر سلبا على قدرته التنافسية.
- ضعف تجربة الجزائر في تنفيذ إستراتيجية العناقيد الصناعية يعود إلى عدم تكامل بين مخطط التنمية الوطنية والعناقيد الصناعية، بالإضافة إلى عدم توافق بين القطاع الزراعي والصناعي في توفير المواد الأولية المحلية بدلاً من الاعتماد على الاستيراد. هذا يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج وعدم تحقيق التنافسية المطلوبة للمنشآت الصناعية الغذائية.

5. دراسة (Sergey Sosnovskikh ، 2017) تحت عنوان

Industrial clusters in Russia: The development of special economic zones and industrial parks .¹

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف التجربة الروسية في تنفيذ وتطوير سياسات العناقيد الصناعية من خلال تحليل المناطق الاقتصادية الخاصة والمجمعات الصناعية، وتحديد القضايا الناشئة المحتملة بعد مرور ما يقرب من 10 إلى 15 سنة من تطبيق هذا النموذج.، حيث تستخدم الحكومات سياسات المناطق الاقتصادية الخاصة لتطوير وتنويع الصادرات وخلق فرص العمل وتطوير التكنولوجيا وتبادل المعرفة، ويعتمد مفهوم الكتلة الصناعية على أهمية التنافس والعلاقة مع شبكات الموردين واستغلال الخصائص الجغرافية والسياسات الحكومية التي تؤدي إلى الابتكار ونمو الإنتاجية داخل العنقود، كشفت هذه الدراسة على نهج الحكومة الروسية في تطوير هذه المبادرات من خلال التدخل بقوة في الأنشطة التجارية ودفع السلوك التنافسي والتعاوني الحيوي للمؤسسات داخل هذه المناطق الاقتصادية، وقد استخدم المنهج الوصفي في هذه الدراسة .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها :

- لا تزال المناطق الصناعية في الدول النامية غير ناضجة وتواجه العديد من الصعوبات.

¹Sergey Sosnovskikh, Industrial Clusters In Russia: The Development Of Special Economic Zones And Industrial Parks, Russian Journal Of Economics, RedaktsiyaZhurnalaVoprosyEkonomiki, Moscow, Russia, V 03,N 02: 2017, PP 174-199.

- أهمية تطوير المناطق الصناعية في الدول النامية.
- تأكيد على ضرورة دور الحكومة الفيدرالية في تمويل هذه المبادرات وتنفيذ المناسب للوائح لجذب الاستثمارات.
- تشديد على ضرورة اختيار مواقع مناسبة للعناقيد الصناعية وتطوير مبادئ تعاونية بين المؤسسات المنتمة لها.
- وأخيراً، تتوقع أن تساهم هذه المبادرات في تطوير منتجات وخدمات ذات قيمة مضافة عالية.

المطلب الثاني : الدراسات السابقة العربية و الأجنبية عن القيمة المشتركة

1. دراسة (العويني فؤاد، حوامدي فيصل، مشاركة عبد السلام) 2021 تحت عنوان : دور المقاولاتية

في خلق القيمة المشتركة- دراسة ميدانية على مؤسسة رويال مونديال الوادي¹.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى خلق القيمة اقتصادية واجتماعية من خلال تبني المقاولاتية، حيث تم التعريف بالمقاولاتية والقيمة المشتركة وتوضيح الاهتمام بهما. وتم اختيار مؤسسة رويال مونديال الوادي للدراسة الميدانية حيث استخدم المنهج الوصفي التحليلي وتم جمع البيانات بواسطة الاستبيان.

و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- __ يمثل خلق قيمة مشتركة خلق قيمة اقتصادية وقيمة اجتماعية معا.
- __ المسؤولية الاجتماعية والقيمة المشتركة متكاملان فإذا قامت القيمة المشتركة بتخفيف العبء عن المسؤولية الاجتماعية يؤدي ذلك إلى تقديم دور أفضل .
- __ للمقاولاتية تأثير طردي على خلق قيمة اجتماعية وقيمة اقتصادية وبالتالي تأثير طردي على خلق القيمة المشتركة.
- __ هناك اهتمام كبير بالمقاولاتية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي من اجله خلق قيمة مشتركة .

¹ - لعويني فؤاد ، فيصل حوامدي ، مشاركة عبد السلام، مرجع سبق ذكره .

2. دراسة :

(Mouna Masghouni , Assma Youcef, Aicha Selma Kiheli, Lamia Amani, Safia Seddiki)2019

تحت عنوان:

FIND A SHARED VALUE IN THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ALGERIAN BUSINESS ORGANIZATIONS.¹

تهدف هذه الدراسة إلى توفير قيمة مشتركة كنموذج أعمال جديد للمؤسسات لخلق قيمة اقتصادية تعمل على تحسين الفجوة التنافسية ، وتم اختبار تأثير تبني المسؤولية الاجتماعية في خلق القيمة المشتركة والعلاقة بينهما، تم جمع البيانات من خلال الاستبيان الموزع على عينة من المديرين المسؤولين في المؤسسات الاقتصادية الناشطين في مجال النظافة العامة .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

__ أصبحت المسؤولية الاجتماعية مورد مهم للمؤسسات لخلق قيمة للموظفين والعملاء.

__ يرتبط مفهوم القيمة المشتركة بكيفية خلق مجتمع اجتماعي ايجابي التأثير لتحقيق مستويات عالية من الأداء.

__ ارتباط المسؤولية الاجتماعية للشركات بالمسؤولية الاجتماعية للأعمال من خلال مسؤولية الشركات القوية تجاه البيئة والتنمية المحلية والعملاء والعاملين.

3. دراسة (سبخاوي عبد القادر الجيلاني ، 2021) تحت عنوان : مقارنة القيمة المشتركة كآلية

لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر - دراسة ميدانية بمجمع صيدال-²

هدفت هذه الدراسة إلى توعية منظمات الأعمال والشركات العمومية بأهمية التركيز على جوانب التنمية الاجتماعية بدلاً من التركيز على الجانب الاقتصادي فقط، حيث تم إجراء الدراسة الميدانية على مستوى مجمع صيدال بالدار البيضاء (الجزائر)، ووحداته الإنتاجية وحدة المدينة، وحدة الحراش، وحدة جسر قسنطينة. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لجمع المعلومات النظرية للجزء النظري ، أما في الجانب التطبيقي من الدراسة

¹ - MOUNA MASGHOUNI , ASSMA YUCEF, AICHA SELMA KIHელი, SAFA SADDIKI ,FIND A SHARED VALUE IN THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ALGERIAN BUSINESS ORGANIZATIONS , INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS AND FINANCIAL LSSES, UNIVERSITY KASDI MERBAH, OUARGLA, 2019

² - سبخاوي عبد القادر الجيلاني، مرجع سبق ذكره .

فتم الاعتماد على منهج دراسة الحالة عن طريق القيام بدراسة ميدانية تم من خلالها جمع المعلومات بطريقتين بيانات كمية خاصة بمؤشرات الأداء التنافسي تم وصفها وتحليلها، وبيانات تخص عينة الدراسة تم الحصول عليها بطريقة الاستبانة، وتم معالجتها وتحليل بياناتها باستخدام أدوات التحليل الإحصائي، تم أيضًا استخدام المنهج الاستقرائي لاختبار صحة الفرضيات المقترحة.

و توصلت هذه الدراسة لمجموعة نتائج نذكر منها:

النتائج النظرية:

__مرحلة خلق القيمة المشتركة بعد المسؤولية الاجتماعية تمثل استثمارًا في حل المشاكل وتلبية الاحتياجات الاجتماعية بدلاً من الاعتماد على الأعمال الخيرية التقليدية التي تعتمد على الوضع الاقتصادي للشركة. على الرغم من ذلك، فإن هذا لا يعني أن الشركات تحمل الجوانب الإيجابية للمسؤولية الاجتماعية تمامًا، بل تدمجها في بناء نموذج الخلق للقيمة المشتركة.

__تهدف مقارنة القيمة المشتركة إلى تحقيق توازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية.

__خلق القيمة المشتركة هو رؤية تتجاوز المسؤولية الاجتماعية وتسعى لتحقيق الاستدامة وزيادة الربحية من خلال الاستثمار في القضايا الاجتماعية.

__الآليات الثلاث التي وضعها مايكل بورتر ومارك كرامر تُعتبر أساسًا حقيقية لنجاح الشركات في تحقيق أهدافها من خلال مقارنة القيمة المشتركة.

__مقارنة القيمة المشتركة تساهم في زيادة الأداء التنافسي من خلال تحسين الإنتاجية وتقليل التكاليف وزيادة الحصة السوقية والنمو.

__نموذج خلق القيمة المشتركة يعمل ضمن نظام اقتصادي يوفر الفرص لجميع أفراد المجتمع ويحمي الفئات الهشة.

النتائج التطبيقية:

__توافر تطبيق مقارنة القيمة المشتركة في المؤسسة الاقتصادية المدروسة، ووجود علاقة قوية بين هذه المقارنة والأداء التنافسي.

أظهرت نتائج الدراسة علاقة بين أبعاد مقارنة القيمة المشتركة والأداء التنافسي، حيث كانت إعادة تعريف الإنتاجية في سلسلة القيمة الأكثر تأثيراً.

مجمع صيدال يمتلك القدرة على حل المشاكل الصحية والاجتماعية باستخدام مقارنة القيمة المشتركة.

مقارنة القيمة المشتركة تعتبر فرصة للقطاع الصحي والشركات العاملة في المجال الصيدلاني لتحسين أدائها التنافسي.

نجاح مقارنة القيمة المشتركة في القطاع الصحي يمكن أن يكون نموذجاً يستفاد منه في القطاعات الأخرى.

المطلب الثالث : الدراسات العربية و الأجنبية عن المتغيرين معا

1. دراسة

2. (Barbara Sienko , Kulakowske, Grzegorz Pisarczyk, zbigniew bochniarz, Katherine faoro) 2016

تحت عنوان :

COULD AN INDUSTRIAL CLUSTER CREATE SHARED VALUE IN EDUCATION ? THE CASE IF AVIATION VALLEY IN POLAND¹

توضح هذه الدراسة مفهوم القيمة المشتركة في منطقة بودكارباتسكي في بولندا وكيف استثمر قادة أعمال مجموعة الطيران في بناء العلاقات رأس المال الاجتماعي مع الحكومات المحلية والإقليمية وقادة التعليم لإقناعهم بالاستثمار المشترك في تطوير رأس المال البشري الذي كان حاسماً لإخراج المنطقة من الفقر. اعتمدت هذه الدراسة على البيانات المجمعة من مجال من خلال الدراسات الاستقصائية وإجراء أكثر من 40 مقابلة مع قادة المجموعة وورش عمل تشاركية، باستخدام هذه البيانات يتم التحقق من صحة مفهوم القيمة الذي قدمه بورتر وكرامر.

و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

¹ - BARBARA SIENKO, KALAKOWSKA, GRZEGORZ PISARCZYK, ZBIGNIEW BOCHNIARZ , KATHERINE FAORO, COULD AN INDUSTRIAL CLUSTER CREATE SHARED VALUE IN EDUCATION? THE CASE OF AVIATION VALLEY IN POLAND, NOMOS VERLAGSGESELLSCHAFT, BADEN_BADEN, GERMANY, 2016.

- يتم تحديد التقدم الاجتماعي من خلال نمو وجودة رأس المال البشري.
- يتم إعداد الموظفين من حيث المعرفة والمهارة لاحتياجات شركات محددة تعمل في السوق الإقليمية.
- أدى نشاط مجموعة المركبات الفضائية في منطقة بودكارباتسكي إلى خلق ظروف عمل مواتية لشركات الطيران الأجنبية لبدء الاستثمار.
- تزايد الطلب على المتخصصين المحددين المفقودين في سوق العمل وكذلك المهنيين في صناعة الطيران.
- إدخال إصلاحات على نظام التعليم الفني من أجل تحسين جودته وسيكون له تأثير كبير على تحسين نوعية رأس المال البشري في المنطقة وبالتالي تسريع التنمية الاجتماعية.
- التغيرات الحاصلة في نظام التعليم الفني تعتبر جزء من خلق القيمة المشتركة في المنطقة.
- التغيرات التي بدأت في نظام التعليم كانت نتيجة لزيادة رأس المال الاجتماعي باشتراك قادة المجموعات في عملية التغيير.

2. دراسة

(MARSé MARTA ,SIERRA MIRIAM,RIVERS) 2015

تحت عنوان:

GENERATING SHARED VALUE THROUGH CLUSTERS LIVING
EXAMPLES IN CATALONIA .¹

(توليد القيمة المشتركة من خلال المجموعات أمثلة حية في كتالونيا)

— تهدف الدراسة إلى عرض تجارب لمؤسسات محلية ودولية في كتالونيا لخلق القيمة المشتركة من خلال دراسة وتحليل تجاربها من بينها:

IBM,BROWN'S SUPER STORES,BIWEL,NESTLè, BECTON DICHINSON

¹ - MARSé MARTA, SIERRA MIRIAM, RIVERS, THE INDUSTRIAL DISTRICT AS A SOCIAL SYSTEM : INFLUENCE OF PROSCIMITY ON VALUE CREATION , CLUSTER ANALYSIS DEPARTMENT_ CLUSTER UNIT_ ACCL_ GENERALITAT DE CATALUNYA,2015.

__ كما تهدف إلى إظهار دور العناقيد والتجمعات الصناعية في عملية خلق القيمة.

و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

__ الترابط والتشابك بين المؤسسات والجهات الفاعلة في سلسلة القيمة يساعد على خلق الأفكار من اجل تحسين سلسلة القيمة.

__ العلاقة بين الشركات داخل نفس المجموعة قد تسهل الحوار بشأن المشاريع وقد تنشئ تعاون تتعلق بالقيمة المشتركة وتشجع هذه المشاريع على استهداف الأصول المحلية داخل الإقليم.

__ تؤكد الممارسة إمكانية إنشاء علاقة بين المجموعات من اجل خلق المشاريع ليكون لها تأثير معين على عناصر القيمة المشتركة: استخدام الطاقات ، استخدام المياه وصحة الموظفين.

__ تتماشى الشركات مع الاتجاهات في أولويات المستهلك مثل التخصص ، الوعي بالرفاهية ، البيئة والمساهمة في القيمة الاجتماعية.

دراسة غربي عادل 2022 تحت عنوان: العناقيد الصناعية ودورها في خلق القيمة المشتركة في بيئة منظمات¹

يمكن اعتماده من طرف المؤسسات وتحديد العلاقة بين العناقيد الصناعية والقيمة المشتركة، اعتمد في الدراسة على المنهج الوصفي وتم الاعتماد في جمع البيانات على المقابلة والاستبيان ، تمت هذه الدراسة على مجموعة من المؤسسات الصيدلانية في الجزائر.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

__ العناقيد الصناعية إستراتيجية فعالة وحديثة في مجال الأعمال.

__ القيمة المشتركة رؤية حديثة فيما بعد المسؤولية الاجتماعية لا تعتبر القضايا الاجتماعية عبء إنما فرصة يجب استغلالها لتحقيق أهداف اقتصادية.

__ العناقيد الصناعية والقيمة المشتركة يعتبران فرصة سانحة للمؤسسات الصيدلانية للرفع من أدائها و تنافسيتها.

¹ - غربي عادل ، مرجع سبق ذكره .

__ تسعى مقارنة القيمة المشتركة إلى تحقيق توازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للمؤسسات والمجتمعات والهيئات الحكومية.

__ على المؤسسات الصيدلانية اعتماد الابتكار كمحرك أساسي لكل عملياتها وتشجيع الإبداع من اجل تحقيق قيمة مشتركة.

المطلب الرابع: مقارنة الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية

سنحاول من خلال هذا المطلب توضيح نقاط التشابه و الاختلاف بين الدراسات السابقة و الدراسات الحالية.

● أوجه التشابه :

- جميع الدراسات السابقة تناولت أحد متغيري الدراسة الحالية (العناقيد الصناعية ، القيمة المشتركة)
- أغلب الدراسات السابقة و الدراسة الحالية اعتمدت نفس المنهج و هو المنهج الوصفي التحليلي ، نظرا لملائمته مع طبيعة الدراسة.
- أغلب الباحثين في الدراسات السابقة على استخدام الاستبيان و البرامج الإحصائية لجمع و تحليل البيانات و هذا ما تم اعتماده في الدراسة الحالية.
- اشتركت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث الهدف و الغاية و المتمثل في تحديد كل من مفاهيم متغيري الدراسة ، أو توضيح دور العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة كالدراسة الحالية و كذلك الدراسات المتناولة المتغيرين معا .

● أوجه الاختلاف :

- اختلاف طبيعة نشاط المؤسسة محل الدراسة لدراسة الحالية مع مؤسسات الدراسات السابقة .
- اختلفت بيئة الدراسات السابقة حيث أجريت في بيئات مختلفة عربية و أجنبية و محلية بولندا ، كاتالونيا، روسيا ،مصر ، الجزائر ، أما الدراسة الحالية محلية .

● مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة :

- ساهمت في التعرف على مفهوم المتغيرين (العناقيد الصناعية ، القيمة المشتركة).

- من خلالها تم التعرف على أبعاد متغيرات الدراسة الحالية .
- ساهمت في بناء الإشكالية و الفرضيات، و تحديد مبدئي لهيكل الدراسة.
- من خلالها تم الحصول على مجموعة من المراجع و المصادر.
- ساعدت في التعرف على الأساليب الإحصائية و الأدوات و البرامج التي تتناسب مع الدراسة الحالية.
- نتائج الدراسات السابقة كانت نقطة بداية للدراسة الحالية .

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما تم التطرق إليه من للمفاهيم النظرية ذات الصلة بمتغيرات الدراسة في هذا الفصل، اتضح إن نجاعة هذه المقاربة في كون القيمة المشتركة أصبحت نموذجاً هاماً ومسعى لدى جل المؤسسات وأصبحت تتسارع من أجل تحقيقها، مستغلة وجودها ضمن عنقود صناعي مترابط ومتكامل ممتد على حيز جغرافي، تستغل هاته المؤسسات قريبا من عوامل الإنتاج وبيئة عملها و استغلال الميزة التنافسية التي تمتلكها من خلال إستراتيجية التخصص، معتمدة على الابتكار و التعاون التنافسي مع المؤسسات الأخرى لتحقيق قيمة مشتركة.

من خلال عرض الدراسات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، مع تنوع بيئة الدراسة من محلية وأجنبية، وبعد أن قمنا بتحليلها وإظهار نتائجها والمقارنة بينها وبين الدراسة الحالية ، اتضح إن أهميتها تكمن في كونها تمنح الباحث كيفية بناء الجانب النظري لتوفرها على المعلومات اللازمة له، و من الجانب التطبيقي في المنهج المستخدم و تصور طريقة نموذج الدراسة.

الفصل الثاني:

دراسة حالة مؤسسة الورود -

الوادي -

تمهيد :

تناولنا في الفصل السابق الجانب النظري لمتغيرات الدراسة حيث قمنا بتحديد مفهومها وأهدافها ومختلف آلياتها، وكذلك الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية وقمنا بالمقارنة بين الدراسة الحالية لدينا والدراسات السابقة، ومن أجل توضيح الجانب النظري قمنا بدراسة حالة على مؤسسة الورود الوادي.

ولتوضيح الجانب التطبيقي أكثر وللإجابة على التساؤل المطروح قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين :

المبحث الأول : تطرقنا للإطار المنهجي للدراسة والأساليب الإحصائية و تحديد الأدوات المتبعة في الدراسة.

المبحث الثاني: عرض النتائج المتوصل إليها ودراسة مدى إسهام أبعاد العناقيد الصناعية على خلق القيمة المشتركة واختبار الفرضيات الموضوعة.

المبحث الأول : الطريقة و الأدوات المتبعة في الدراسة الميدانية

ومن أجل دعم الجزء النظري ، سوف نتطرق في هذا المبحث إلى العرض المفصل لدراسة التطبيقية وذلك استنادا إلى المعلومات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة .

المطلب الأول : البطاقة التعريفية للمؤسسة الورود بالودي¹

الفرع الأول : تقديم مجموعة ورود

تقع مجموعة ورود بالمنطقة الصناعية بكوينين ولاية الوادي وتربع على مساحة قدرها 25000 م ، و يشغل بها أكثر من 500 عامل و عاملة.

و تشكل مجموعة ورود من 07 شركات هي :

- شركة روائح الورود: (Perfumes Wouroud) و تعتبر أولى شركات المجموعة و أكثرها عراقا في الجزائر تواصل صنع العطور منذ نشأتها سنة 1963 .
- شركة الوليد للطباعة و التغليف : (El walide Emballages & edition) أنشئت في 06 جانفي 1998 برأس مال اجتماعي يقدر ب 200.000.000 دج ، بداية الاستغلال كانت في 01 مارس 1998 و هي تهتم بكل الأنشطة المتعلقة بالتغليف و الطباعة من مادة البلاستيك و الزجاج و من أهم ما تتميز به توفرها على خط تحويل و تلوين و زخرفة الزجاج (معالجة السطوح) التي كانت بالأمس القريب تتم في الخارج الوطن ، بالعملة الصعبة ، و الذي كانت تحتاجه شركة روائح الورود و شركات أخرى و يعتبر هذا الخط الوحيد في شمال إفريقيا هذا إلى غاية سنة 2004 ، حيث يتميز بتكنولوجيا جديدة و نظيفة .

كانت مصنوعات البلاستيك الخاصة بصناعة العطور تأتي من أوروبا و من بريطانيا و ايطاليا على الخصوص و الآن تنتج على مستوى شركة الوليد .

- شركة وفاء للتعمير و البناء : (El wafa Urbanisme) أنشئت في 19 جويلية 2000 برأس مال اجتماعي يقدر ب 10.000.000 دج ، و هي تهتم بكل الأنشطة التي تخص أشغال البناء و التعمير .

¹ عبد العزيز المكي ، مؤسسة الورود .

- شركة الورود لمواد التجميل و الصابون: (Wouroud Cosmetics) أنشئت في 08 جانفي 2001 برأس مال اجتماعي يقدر ب 10.000.000 دج ، تقوم بالأنشطة التالية :
صناعة صابون الزينة و مختلف مواد التجميل ، و لقد تم إنشاء هذه الشركة بهدف التكامل بينها و بين الشركة الأم (شركة روائح الورود) .
إضافة إلى ثلاث شركات أخرى أنشئت حديثا و هي :
- شركة الوصل للأشغال العمومية: (EL-Wasl Travaux publics) أنشئت في 07 فيفري 2004 برأس مال اجتماعي يقدر ب 10.000.000 دج ، و تقوم بعدة أنشطة منها انجاز الطرق ، السدود ، الجسور... الخ ، بدأت الشركة في النشاط منذ النصف الأول من سنة 2005.
- شركة الوسيلة للإعلام : (El-Wassila Multimedia) : أنشئت في 30 نوفمبر 2004 برأس مال اجتماعي يقدر ب 20.000.000 دج المقر الاجتماعي لها ب دالي إبراهيم -الجزائر العاصمة - و هي متخصصة في الاتصال و السمعي و البصري ، تقوم بالأنشطة تحرير المجلات و الكتب .
الإشهار ، تنظيم المعارض و الصالونات ، و هي حاليا تقوم بتحرير مجلتي هما أخبار ورود ، و مجلة وردة الرمل .
- شركة الواحات للنقل (El- Wahat Transports) أنشئت سنة 2006 ، و هي متخصصة في نقل البضائع ، و تقوم بعملية الربط بين الموردين و المستهلكين .

الفرع الثاني : تعريف شركة الورود

أولا: تأسيسها يعود تاريخ تأسيسها هذه الشركة الأم إلى سنة 1963 تعتبر أول شركة في الجزائر متخصصة في صناعة العطور ، حيث قام تأسيسها مجموعة من الشركاء ، وكان مقرها في الجزائر العاصمة ، ثم بعد ذلك انفرد بها احد الشركاء ، وقام بنقلها إلى ولاية الوادي ، أين أعلن عن إنشاء شركة روائح الورود في 15 جويلية 1983 بالمنطقة الصناعية بكوينين .

ثانيا : أنشطتها تقوم الشركة بتصميم ، تطوير ، إنتاج و تسويق مواد العطور التالية :

Eaux de toilette. ماء التزيين.

Déodorants. مزيل الروائح.

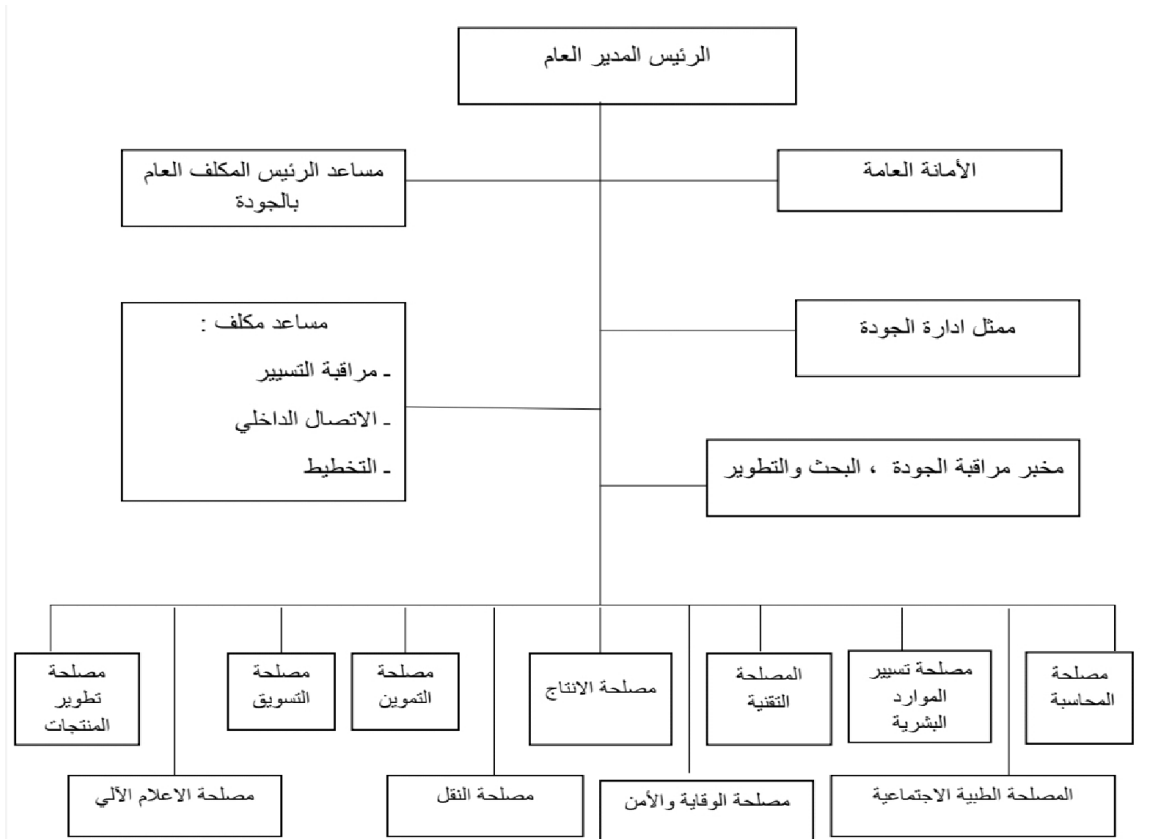
Pochette parfumées. مناديل معطرة.

و لقد مرت تشكيلة منتجات الشركة ، قبل أن تصل إلى ما هي عليه الآن ، بأربعة أجيال :

- الجيل الأول 1986 : حيث اعتمدت الشركة على إنتاج أولى منتجاتها ، و الممثلة في ماء تزيين ، و قد بدأت بالمنتجات التالية: Oscar- Sixième sens
- الجيل الثاني 1990: حيث توجهت الشركة إلى إنتاج مزيج الروائح ، و ذلك في توسيع تشكيلة منتجاتها.
- الجيل الثالث 1995: منتجات جديدة من ماء التزيين ذات التكنولوجيا المتطورة ، متمثلة أساسا في : Mawja، Danésia ،Borane ،Elu
- الجيل الرابع 2000: إنتاج منتجات من ماء التزيين ، تحت اسم Magic (منتج خاص بالأطفال) و (منتج موسمي) Plutô .

الفرع الثالث : الهيكل التنظيمي للمؤسسة :

الشكل 1-2: الهيكل التنظيمي لشركة الورود



المصدر: باعتماد الطلبة على المعومات المقدمة من طرف المؤسسة.

عناصر الهيكل :إن الهيكل التنظيمي المؤسسة الورود مقسم تقسيما وظيفيا حيث توزع فيه المسؤوليات، وتوضح فيه المهام بكل وضوح، كما يعتبر هذا التنظيم الإطار الذي تعمل فيه المؤسسة.

1 -المدير العام : يقوم بالإشراف على السير الحسن لجميع نشاطات المؤسسة ويشرف على جميععاملات في الداخل والخارج، وله الحق في اتخاذ القرار ومراقبة جميع العمال داخل المؤسسة.

2 - الأمانة العامة : مساعدة المدير العام في مهامه متابعة السير الحسن للنشاط في غيابه استقبال المكالمات الداخلية والخارجية.

3- مساعدة الرئيس المكلف العام بالجودة : رفع التقارير إلى المدير العام حول سير نظام الجودة الربط والتنسيق بين مسؤولي نظام إدارة الجودة المؤسسة الورود متابعة سير نظام إدارة الجودة ونشر حالة تقدم المشروع وتعليقها.

4- مخبر مراقبة الجودة للبحوث والتطوير: وهذا المخبر مجهز بأحدث الوسائل لمراقبة جودة المنتجات ويسير من طرف ذوي كفاءة وخبرة.

5- مصلحة المحاسبة والمالية :

- تطبيق السياسة المالية للمؤسسة
- إعداد الميزانيات
- تنظيم وترتيب وحفظ مختلف الوثائق المحاسبية (فواتير، وصول استلام).

6- مصلحة تسيير موارد بشرية :

- عملية توظيف وإعداد الأجور.
- تجهيز وثائق التأمين الخاصة بالعمال.
- تخفيض ومكافئة العاملين.

7 - المصلحة التقنية :

- القيام بتصليح مناطق الخلل الموجودة داخل ورشة الإنتاج أو خارجها.
- الصيانة والمتابعة الدورية لمختلف الآلات الإنتاجية.

8 - المصلحة التجارية :

- تقوم بعرض وبيع منتجات المؤسسة.
- دراسة السوق وتقدير المبيعات.
- القيام بتركيب مختلف التجهيزات الكهربائية داخل المؤسسة.

9- مصلحة الإنتاج :

- تتكفل هذه المصلحة بالإشراف على عمليات الإنتاج.
- تحتوي على مخبر المراقبة النوعية.

10- مصلحة تطوير المنتجات:

- العمل على خلق أو تطوير منتجات جديدة.
- المساهمة في تصميم المنتجات الجديدة (العطر، شكل القارورة، التغليف، الاسم).

11- مصلحة الإمدادات:

- تقوم بمتابعة حركة التصدير.
- متابعة نقل الموارد المصدرة والمستوردة.
- الاتصال بوكالة العبور الدولية فيما يخص عمليتي التصدير والاستيراد.

12- مصلحة التسويق :

- متابعة وتحليل تطورات أسعار السوق، ومختلف أنواع المنتجات المنافسة الوطنية والدولية.
- تجميع وبث مختلف المعلومات التجارية والتسويقية التي تهتم المؤسسة.
- إعداد وتنفيذ مختلف المشاركات في المعارض الوطنية والدولية.

المطلب الثاني: الإطار المنهجي لدراسة التطبيقية

يتم التطرق في هذا الطلب إلى عرض المفصل للمنهجية و الإجراءات التي تم الاعتماد عليها في تنفيذ الدراسة ، دراسة و جهات النظر على موظفي مؤسسة الورود بالوادي حيث تم تحديد مجتمع و عينة الدراسة للإجابات بيانات العينة على محاور الاستبيان و الأساليب المعتمدة في المعالجة الإحصائية.

الفرع الأول : عينة و مجتمع الدراسة و أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

أولاً : عينة ومجتمع الدراسة

تم تحديد فئة معينة من مجتمع الدراسة التي نرى فيها متطلبات الدراسة الذي يتمثل في مجموعة من موظفين مؤسسة الورود بالوادي ، تم توزيع 40 استمارة على عينة الدراسة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة و بعد فترة زمنية حوالي أسبوع تم جمع الاستبيانات حيث تم استرداد العدد بالكامل .

ثانياً: تصميم أداة الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان الذي صمم خصيصاً لجمع البيانات لأغراض الدراسة و التي تقوم على أساس إعداد الأسئلة المرتبطة و المكتملة لبعضها حول إشكالية الدراسة فرضياتها لتجيب عليها عينة الدراسة ، و يتم بعد ذلك تفرغها و تحليلها و استخلاص النتائج منها وللوصول إلى أهداف الدراسة ، و تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاثة محاور :

● **المحور الأول :** بيانات الشخصية و الوظيفية لعينة الدراسة : الجنس ، العمر ، المستوى التعليمي، الخبرة ،المركز الوظيفي ،مقر المؤسسة .

● **المحور الثاني :** يتعلق بأبعاد العناقيد الصناعية يضم 19 عبارة مقسم إلى خمسة أبعاد :

- البعد الأول التركيز الجغرافي مقسم إلى 04 عبارات.
- البعد الثاني التخصص مقسم إلى 04 عبارات .
- البعد الثالث الابتكار مقسم إلى 04 عبارات.
- البعد الرابع التعاون مقسم إلى 03 عبارات.
- البعد الخامس المنافسة مقسم إلى 04 عبارات.

و الجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بعبارات العناقيد الصناعية

الجدول 2-1: توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بالعناقيد الصناعية

العبارات	العناقيد الصناعية
من 01 إلى 04	بعد التركيز الجغرافي
من 05 إلى 08	بعد التخصص

من 09 إلى 12	بعد الابتكار
من 13 إلى 15	بعد التعاون
من 16 إلى 19	بعد المنافسة

المصدر : من إعداد الطلبات بالاعتماد على بيانات الاستبيان

● المحور الثالث : يتعلق بأبعاد القيمة المشتركة و مقسم إلى بعدين

- البعد الأول القيمة الاقتصادية مقسم إلى 05 عبارات .
- البعد الثاني القيمة الاجتماعية مقسم إلى 06 عبارات .

الجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان الخاصة بعبارات خلق القيمة المشتركة .

الجدول 2-2 : توزيع عبارات الاستبيان الخاص بخلق القيمة المشتركة .

العبارات	خلق القيمة المشتركة
من 01 إلى 05	القيمة الاقتصادية
من 06 إلى 11	القيمة الاجتماعية

المصدر : من إعداد الطلبات بالاعتماد على بيانات الاستبيان

ثالثا: أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة

يعتمد التحليل الإحصائي على نوع المشكلة محل القياس والتحليل ونوع البيانات وفيما يلي توضيح أهم الأساليب الإحصائية المعتمدة في الدراسة:

1 أساليب الوصفية :

تكرار و النسب المئوية : لتعرف بالتفصيل على السمات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة

المتوسط الحسابي: وذلك لمعرفة اتجاهات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو بعد

الانحراف المعياري: للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة نحو كل عبارة أو بعد

2 الأساليب الاستدلالية:

معامل الثبات ألفا كرو نباخ: وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة

معامل الارتباط بيرسون : لتأكيد الصدق و إثبات أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه كما تم استخدام معامل الارتباط لتحديد العلاقة و الارتباط بين متغيرات الدراسة.

معامل الانحدار البسيط : معرفة درجة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع على حدى .

المطلب الثالث: صدق وثبات الاستبيان.

يتم في هذا المطلب معرفة مدى الاعتماد على استبيان الدراسة من خلال اختبار ثبات وصدق الاستبيان.

أولاً: حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ.

من خلال الاعتماد على معامل الثبات ألفا كرونباخ لتبيان مدى ثبات الاستبيان للعمل في الموضوع حيث كلما كان معامل ألفا كرونباخ أكبر من 0.6 كلما كان الاستبيان صالحاً للدراسة.

الجدول 2-3 : معامل ألفا كرو نباخ لأداة الدراسة .

عبارات الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ
30	0.957

المصدر : من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال الجدول يظهر أن معامل الثبات (Cronbach's Alpha) يساوي 0.957 بالنسبة لكل الاستبيان، وهو أكبر من 0.60 مما يدل على ثبات أداة الدراسة وهذا يعني أن هناك ثبات في المحاور وبالتالي يمكن القول أن الاستبيان يتمتع بدرجة ثبات عالية جداً.

ثانياً: الاتساق الداخلي للاستبيان:

1- مصفوفة الارتباط لأبعاد المتغير المستقل العناقيد الصناعية:

للحصول على مصفوفة الارتباط الخطي بين أبعاد المتغير المستقل تم حساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد المتغير والدرجة الكلية له، والجداول التالية توضح ذلك.

الجدول 2-4 : يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد و محاور الدراسة .

أبعاد المتغير		قيمة الارتباط مع الدرجة الكلية للمحور
مستوى المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	
	0.776**	البعد الأول: التركيز الجغرافي
≤ 0.001		
	0.805**	البعد الثاني: التخصص
≤ 0.001		
	0.896**	البعد الثالث: الابتكار
≤ 0.001		
	0.873**	البعد الرابع: التعاون
≤ 0.001		
	0.764**	البعد الخامس: المنافسة
≤ 0.001		
** دال عند 0.01 أي يوجد ارتباط معنوي بين البعد والدرجة الكلية للمحور		

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن هناك ارتباط بين أبعاد المتغير المستقل: بعد التركيز، الجغرافي، بعد التخصص، بعد الابتكار، بعد التعاون، وبعد المنافسة، حيث قدرت قيمة مستوى المعنوية بين المتغيرين (Sig=0.000) و هي أقل من مستوى المعنوية المفروض وبالتالي هناك اتساق داخلي لأبعاد المتغير المستقل.

2- مصفوفة الارتباط لأبعاد المتغير التابع القيمة المشتركة:

للحصول على مصفوفة الارتباط الخطي بين أبعاد المتغير التابع تم حساب معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد المتغير والدرجة الكلية له، والجدول التالية توضح ذلك.

الجدول 2-5 : يوضح الاتساق الداخلي لأبعاد و محاور الدراسة .

أبعاد المتغير		قيمة الارتباط مع الدرجة الكلية للمحور
مستوى المعنوية	معامل الارتباط بيرسون	
	0.921**	البعد الأول: القيمة الاجتماعية
≤ 0.001		
	0.954**	البعد الثاني: القيمة الاقتصادية
≤ 0.001		
** دال عند 0.01 أي يوجد ارتباط معنوي بين البعد والدرجة الكلية للمحور		

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن هناك ارتباط بين أبعاد المتغير التابع : بعد القيمة الاجتماعية، بعد القيمة الاقتصادية حيث قدرت قيمة مستوى المعنوية بين المتغيرين ($Sig=0.000$) و هي أقل من مستوى المعنوية المفروض و بالتالي هناك اتساق داخلي لأبعاد المتغير التابع.

المبحث الثاني : عرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات

من خلال هذا المبحث سيتم عرض و تحليل نتائج الدراسة من خلال عرض و تحليل البيانات الشخصية و الوظيفية لعينة الدراسة من حيث الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة ، المنصب الوظيفي و الموقع الجغرافي بالإضافة عرض عبارات محاور الدراسة و اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول : عرض و تحليل خصائص عينة الدراسة

أولاً: المعلومات الشخصية:

الجدول 2-6 : توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	31 77.5%
	أنثى	9 22.5%
	المجموع	40 100%

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن نسبة الذكور أعلى بكثير من نسبة الإناث، حيث قدرت نسبة الذكور 77.4%، ونسبة الإناث بـ 22.6%، وهذا يعود إلى طبيعة العمل في المؤسسة والتي إنتاجية والمنطقة والتي تعتبر اليد العاملة الأكبر فيها هي الذكور وبخاصة في المؤسسات الاقتصادية والإنتاجية على عكس الإدارية و الخدماتية.

الجدول 2-7 : توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن .

السن	أقل من 30 عام	12 30%
	من 30 إلى 40 عام	12 30%
	من 41 عام إلى 50 عام	10 25%
	أكبر من 50 عام	6 15%

المجموع	40	%100
---------	----	------

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة تتراوح بين فئتين (أقل من 30 سنة، من 42 سنة إلى 52 سنة) بنسبة مئوية تقدر بـ 30%، ثم تليهم فئة الأفراد من 41-50 سنة بنسبة مئوية 25%، بينما بلغت نسبة الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن 50 سنة فقد بلغت النسبة المئوية 15%. ويعود هذا التوزيع المعتدل لتوزيع الفئات العمرية إلى حاجة المؤسسة إلى جميع الفئات العمرية سواء من حيث النشاط والحيوية وأصحاب الخبرة و الأقدمية في العمل.

الجدول 2-8: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ثانوي	12	%30
	جامعي	13	%47.5
	أخرى	9	%22.5
	المجموع	40	%100

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من المؤهل العلمي هم فئة جامعي وهذا نظرا لطبيعة عمل المؤسسة التي تحتاج إلى مؤهلات علمية محددة للقيام بالمهام حيث بلغت نسبتهم 47.5%، أما بالنسبة للفئات الأخرى "ثانوي" حيث بلغت نسبة كل منهم 30%، تليها نسبة الأفراد ذوي مؤهل علمي "شهادات أخرى" بـ 22.5%. ويمكن تفسير ذلك إلى حاجة المؤسسة وطبيعة العمل التي تتطلب يد عاملة ذوي مؤهلات محددة لإنجاز مهام محددة، بالإضافة إلى العمال المهنيين والذين هم كذلك بحاجة إلى مستوى علمي معين للتعامل مع المهام الموكلة إليه. أما الشهادات الأخرى فهي إما تقنية أو أصحاب شهادات عليا والذين تتركز مهامهم الرئيسية في المهام الإدارية وبالتالي فعددهم يكون قليل مقارنة بالفئات الأخرى.

الجدول 2-9: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة .

الخبرة	أقل من 5 سنوات	13	%32.5
	من 5 إلى 10 سنوات	9	%22.5
	من 11 سنة إلى 15 سنة	6	%15

أكثر من 15 سنة	12	30%
المجموع	40	100%

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال الجدول نلاحظ أن فئة الأفراد الذين تتراوح سنوات الخبرة أقل من 5 سنوات قدرت نسبتهم 32.5%، وفئة أكثر من 15 سنة بنسبة 30%، أما فئة من 5-10 سنوات بنسبة مئوية تقدر بـ 22.5%، أما الفئة الأخيرة فهي فئة من 11 سنة إلى 15 سنة بنسبة مئوية بلغت 15%.

الجدول 2-10 : توزيع عينة الدراسة حسب متغير المركز الوظيفي.

مدير	1	2.5%
رئيس وحدة	6	15%
رئيس مصلحة	9	22.5%
موظف عادي	24	60%
المجموع	40	100%

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة هم من فئة الموظف عادي حيث قدرت نسبتهم بـ 60% وهم الأكثر من بين الفئات ويعود هذا لطبيعة المؤسسات التي يغلب عليها الموظفون العاديون أكثر من أصحاب المناصب العليا، أما الفئة التي تليها فهي فئة رئيس مصلحة والتي بلغت نسبتهم 22.5%، وتأتي فئة رئيس وحدة بنسبة 15%، أما الفئة الأخيرة فهي فئة مدير بنسبة بلغت 2.5%.

الجدول 2-11 : توزيع عينة الدراسة حسب متغير مقر المؤسسة.

شمال	9	22.5%
شرق	8	20%
جنوب	23	57.5%
المجموع	40	100%

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة مقر المؤسسة في الجنوب حيث قدرت نسبتهم 57.5%، أما الأفراد مقر المؤسسة في الشمال فقد قدرت نسبتهم بـ 22.5%، أما الفئة الأخيرة فهي مقر مؤسساتهم في الشرق بنسبة مئوية بلغت 20%.

المطلب الثاني : عرض و تحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

نقدم من خلال هذا الجزء إجابات عينة الدراسة و ذلك من خلال تقييم دور العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة محل الدراسة ، و ذلك بحساب كل من المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري والمتوسط النسبي لتشتت إجابات عينة الدراسة.

الفرع الأول: إجابات العينة على عبارات المحور الأول (العناقيد الصناعية):

لمعرفة اتجاه العينة حول عبارات الاستبيان تم تقدير قيم المتوسطات الحسابية للاستبيان، تم تقسيمها إلى خمس فئات اعتمادا على طول الفئة حسب قانون المدى (أعلى قيمة - أدنى قيمة) $(1/5)$ ، ويتم تقسيم هذا العدد الأخير على عدد فئات الاستبيان $5/4 = 0.8$ ، وبالتالي يتم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة الاستبيان وهو الواحد (1) كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 2-12 : مقياس ليكارت الخماسي .

الدرجة	مجال المتوسط الحسابي	الاتجاه العام
1	من 01 إلى 1.8	غير موافق بشدة
2	من 1.8 إلى 2.6	غير موافق
3	من 2.6 إلى 3.4	محايد
3	3.4 إلى 4.2	موافق
4	4.2 إلى 5	موافق بشدة

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

البعد الأول: التركيز الجغرافي.

الجدول 2-13 : متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد التركيز الجغرافي .

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام للعينة
1	مكان تواجد مؤسستك قريب من الموارد الطبيعية اللازمة للعملية الإنتاجية.	2.42	0.931	04	غير موافق
2	موقع مؤسستك الجغرافي يساهم في اكتساب التقنيات التكنولوجية والحصول عليها	2.85	1.167	03	محايد
3	موقع مؤسستك الجغرافي له دور في الحصول على اليد العاملة الماهرة	3.75	0.927	01	موافق
4	موقع مؤسستك يقع بالقرب من الأسواق والمستهلكين.	3.25	1.276	02	موافق
	آراء واتجاهات أفراد العينة نحو بعد التركيز الجغرافي	3.06	0.85		محايد

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور العناقيد الصناعية محصورة بين (3.75-2.42) والانحرافات المعيارية محصورة بين (0.927-1.276)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (03) والمتمثلة في: "موقع مؤسستك الجغرافي له دور في الحصول على اليد العاملة الماهرة" جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي يقدر بـ 3.75، وانحراف معياري 0.27، تليها العبارة رقم (04) والمتمثلة في "موقع مؤسستك يقع بالقرب من الأسواق والمستهلكين" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.25 وانحراف معياري يقدر بـ 1.276، فيما جاءت العبارة رقم (01) في المرتبة الأخيرة و المتمثلة في "مكان تواجد مؤسستك قريب من الموارد الطبيعية اللازمة للعملية الإنتاجية" بمتوسط حسابي 2.42، وانحراف معياري 0.931، وهذا ما يعني أن مؤسسة الورود تقع في موقع استراتيجي ناشط صناعيا وزراعيا وتجاريا ويحتوي

على نسبة كبيرة من اليد العاملة ، كما إنها تقع في منطقة تجارية حيث تقع في ولاية على الحدود التونسية والليبية هذا ما يجعلها نشطة تجاريا.

فيما بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.06 باتجاه عام محايد وهذا يعني أن أفراد العينة المستجوبين يرون بأن المؤسسة تسعى إلى حد ما إلى تطبيق التركيز الجغرافي، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 0.85 وقيمتها أصغر من الواحد مما يدل على عدم وجود تشتت كبير بين إجابات أفراد العينة.

البعد الثاني: التخصص.

الجدول 2-14 : متوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد التخصص .

5	تخصص مؤسستك في مجال نشاط إنتاجي محدد	3.55	1.154	04	موافق
6	توجه مؤسستك كل طاقاتها من اجل الريادة في مجال تخصصها	4.15	0.834	02	موافق
7	تملك مؤسستك يد عاملة ماهرة متخصصة في مجال نشاطها	4.10	0.709	03	موافق
8	تعمل مؤسستك على توسيع نشاطها الإنتاجي في مجال تخصصها	4.20	0.823	01	موافق بشدة
آراء واتجاهات أفراد العينة نحو بعد التخصص		4.00	0.607	موافق	

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور العناقيد الصناعية محصورة بين (4.20-3.55) والانحرافات المعيارية محصورة بين (1.154-0.709)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (0) والمتمثلة في: "تعمل مؤسستك على توسيع نشاطها الإنتاجي في مجال تخصصها" جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي يقدر بـ 4.20، وانحراف معياري 0.823، وذلك من خلال تنوع أنشطتها

بفروعها المتمثلة في : صناعة العطور وصناعة الصابون ومواد التجميل، كما ان لديها سلسلة من المنتجات والفروع في مجال نشاطها.

تليها العبارة رقم (06) والمتمثلة في "توجه مؤسستك كل طاقاتها من اجل الريادة في مجال تخصصها" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.15 وانحراف معياري يقدر بـ 0.834. فيما جاءت العبارة رقم (01) في المرتبة الأخيرة والمتمثلة في "مكان تواجد مؤسستك قريب من الموارد الطبيعية اللازمة للعملية الإنتاجية" بمتوسط حسابي 3.55، وانحراف معياري 1.154، نفس ذلك بابتعاد موقع المؤسسة عن مصادر الموارد الطبيعية بحكم تواجدها في منطقة صحراوية يصعب فيها زراعة الورود والموارد الطبيعية اللازمة للعملية الإنتاجية.

فيما بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 4.00 باتجاه عام موافق وهذا يعني أن أفراد العينة المستجوبين يرون بأن المؤسسة تسعى إلى حد كبير إلى تطبيق بعد التخصص، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 0.607 وقيمته أصغر من الواحد مما يدل على عدم وجود تشتت كبير بين إجابات أفراد العينة.

البعد الثالث: الابتكار.

الجدول 2-15 : المتوسط الحسابي للانحراف المعياري لإجابات عينة الدراسة حول بعد الابتكار .

9	تعتمد مؤسستك على تقنيات جديدة للعمل.	3.90	0.982	01	موافق
10	تخصص مؤسستك برامج لتحسين وتطوير أداء العاملين فيها	3.70	0.966	03	موافق
11	تجري مؤسستك تغيرات في تصاميم المنتجات تماشيا مع نتائج الأبحاث الجديدة	3.85	1.210	02	موافق
12	تعطي مؤسستك اهتمام كبير لعملية البحث والتطوير	3.58	1.299	04	موافق
	آراء واتجاهات أفراد العينة نحو بعد الابتكار	3.75	1.015		موافق

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور العناقيد الصناعية محصورة بين (3.58-3.90) والانحرافات المعيارية محصورة بين (0.966-1.299)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (09) والمتمثلة في: "تعتمد مؤسستك على تقنيات جديدة للعمل" جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي يقدر بـ 3.90، وانحراف معياري 0.982، لاحتواء هيكل مؤسسة الورود على مصلحة تطوير المنتجات و التي تعمل على خلق و تطوير منتجات الجديدة، المساهمة في تصميم المنتجات الجديدة (العطر، شكل القارورة، التغليف، الاسم).

تليها العبارة رقم (11) والمتمثلة في "تجري مؤسستك تغييرات في تصاميم المنتجات تماشيا مع نتائج الأبحاث الجديدة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.85 وانحراف معياري يقدر بـ 1.210. فيما جاءت العبارة رقم (12) في المرتبة الأخيرة والمتمثلة في "تعطي مؤسستك اهتمام كبير لعملية البحث والتطوير" بمتوسط حسابي 3.58، وانحراف معياري 1.299، نجد إن المؤسسة محل الدراسة تسعى إلى العالمية لدخول الأسواق هذا ما جعل منها تبحث في مجال تخصصها وتسعى إلى تطوير منتجاتها من خلال الابتكار وصنع علامة تجارية لها مكانة في الأسواق التنافسية.

فيما بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.75 باتجاه عام موافق وهذا يعني أن أفراد العينة المستجوبين يرون بأن المؤسسة تسعى إلى حد كبير إلى تطبيق بعد الابتكار، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 1.015 وقيمته أكبر من الواحد مما يدل على وجود تشتت كبير بين إجابات أفراد العينة.

البعد الرابع: التعاون.

الجدول 2-16 : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعينة الدراسة حول بعد التعاون .

13	تقيم مؤسستك في عديد علاقات التحالف مع مؤسسات أخرى.	3.40	1.277	02	موافق
14	تقوم مؤسستك بتطوير منتجات جديدة من خلال التعاون مع المؤسسات الأخرى	3.55	1.131	01	موافق
15	تقوم مؤسستك بتبادل التكنولوجيا والتقنيات الحديثة	2.23	1.074	03	غير موافق

			مع المؤسسات الأخرى	
محاييد	1.064	3.39	آراء واتجاهات أفراد العينة نحو بعد التعاون	

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور العناقيد الصناعية محصورة بين (3.55-2.32) والانحرافات المعيارية محصورة بين (1.074-1.277)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (14) والمتمثلة في: "تقوم مؤسستك بتطوير منتجات جديدة من خلال التعاون مع المؤسسات الأخرى" جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي يقدر بـ 3.55، وانحراف معياري 1.131، تليها العبارة رقم (13) والمتمثلة في "تقيم مؤسستك في عديد علاقات التحالف مع مؤسسات أخرى" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.40 وانحراف معياري يقدر بـ 1.27. فيما جاءت العبارة رقم (15) في المرتبة الأخيرة والمتمثلة في "تقوم مؤسستك بتبادل التكنولوجيات والتقنيات الحديثة مع المؤسسات الأخرى" بمتوسط حسابي 3.23، وانحراف معياري 1.074، ويعني أن المؤسسة تعتمد دائما على تطوير وتقوية علاقاتها مع المؤسسات الأخرى وتبادل التقنيات من أجل التطوير في منتجاتها، كما أنه مجال العطور يعتبر من بين الأنشطة التجارية التي تتميز بالمنافسة القوية من حيث الجودة والتنوع والأسعار وهذا ما يدفع بالمؤسسة محل الدراسة إلى البحث والسعي نحو عقد تعاون وشراكة مع مؤسسات أخرى لمواجهة حدة المنافسة.

فيما بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.39 باتجاه عام محايد وهذا يعني أن أفراد العينة المستجوبين يرون بأن المؤسسة تسعى إلى حد ما إلى تطبيق مبدأ التعاون، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 1.064 وقيمته أكبر من الواحد مما يدل على وجود تشتت كبير بين إجابات أفراد العينة.

البعد الخامس: المنافسة.

الجدول 2-17 : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعينة الدراسة حول بعد المنافسة .

16	تدفع المنافسة مؤسستك إلى زيادة النشاط والعمل داخلها.	3.85	0.802	03	موافق
17	تعتبر مؤسستك المنافسة مع المؤسسات الأخرى دافعا نحو تطوير تقنيات العمل والإنتاج.	3.78	0.733	04	موافق

18	تعمل المنافسة إلى إيجاد أنشطة وتخصصات جديدة لمؤسستك.	3.85	0.662	02	موافق
19	تعتمد المؤسسة على إستراتيجية التنافس لمواجهة المنافسين	3.90	0.841	01	موافق
	آراء واتجاهات أفراد العينة نحو بعد المنافسة	3.84	0.680		موافق

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور العناقيد الصناعية محصورة بين (3.90-3.78) والانحرافات المعيارية محصورة بين (0.841-0.662)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (19) والمتمثلة في: "تعتمد المؤسسة على إستراتيجية التنافس لمواجهة المنافسين" جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي يقدر بـ 3.90، وانحراف معياري 0.841، تليها العبارة رقم (18 و 16) والمتمثلة في "تعمل المنافسة إلى إيجاد أنشطة وتخصصات جديدة لمؤسستك"، "تدفع المنافسة مؤسستك إلى زيادة النشاط والعمل داخلها" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.85 وانحراف معياري يقدر بـ 0.662. فيما جاءت العبارة رقم (17) في المرتبة الأخيرة والمتمثلة في "تعتبر مؤسستك المنافسة مع المؤسسات الأخرى دافعا نحو تطوير تقنيات العمل والإنتاج" بمتوسط حسابي 3.78، وانحراف معياري 0.733، ويعني هذا أن المؤسسة تدخل دائما في منافسات شديدة مع المؤسسات الأخرى في السوق وهذا ما يعطيها الحافز من أجل أن تطور أكثر في تقنياتها ومنتجاتها، كما أن بيئة عملها ونشاطها التجاري يتصف بشدة المنافسة المحلية والدولية مما دفعا إلى زيادة نشاطها وتطوير تقنيات العمل والإنتاج لحصولها على مكانة سوقية كبيرة. فيما بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.84 باتجاه عام موافق وهذا يعني أن أفراد العينة المستجوبين يرون بأن المؤسسة تسعى إلى تطبيق مبدأ المنافسة، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 0.680 وقيمه أصغر من الواحد مما يدل على عدم وجود تشتت كبير بين إجابات أفراد العينة.

الفرع الثاني : الإجابات العينة على عبارات المحور الثاني (القيمة المشتركة):

سنحاول من خلال هذا الجزء تحليل عبارة كل بعد من أبعاد خلق القيمة المشتركة من خلال إجابات عينة

الدراسة.

البعد الأول: القيمة الاقتصادية.

الجدول 2-18 : المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعينة الدراسة حول بعد القيمة الاقتصادية .

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام للعينة
1	تسعى مؤسستك إلى خفض تكاليف الإنتاج	4.20	0.939	03	موافق
2	تعمل مؤسستك من أجل رفع حصتها السوقية	4.22	0.832	02	موافق بشدة
3	تعتمد مؤسستك برنامج لرقابة الجودة لرفع من كفاءة المنتجات.	4.35	0.736	01	موافق بشدة
4	تحقق مؤسستك عوائد اقتصادية معتبرة	3.40	0.928	05	موافق
5	تحقق المؤسسة التميز في مجال نشاطها.	3.85	0.834	04	موافق
	آراء واتجاهات أفراد العينة نحو بعد القيمة الاقتصادية	4.00	0.633	موافق	

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور العناقيد الصناعية محصورة بين (4.35-3.40) والانحرافات المعيارية محصورة بين (0.736-0.939)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (03) والمتمثلة في: "تعتمد مؤسستك برنامج لرقابة الجودة لرفع من كفاءة المنتجات." جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي يقدر بـ 4.35، و انحراف معياري 0.736، لاحتواء مؤسسة الورود على مخبر مراقبة الجودة للبحوث والتطوير وهذا المخبر مجهز بأحدث الوسائل لمراقبة جودة المنتجات وتسيير من طرف ذوي كفاءة وخبرة.

تليها العبارة رقم (02) والمتمثلة في "تعمل مؤسستك من أجل رفع حصتها السوقية" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.22 وانحراف معياري يقدر بـ 0.832. فيما جاءت العبارة رقم (04) في المرتبة الأخيرة والمتمثلة في "تحقق مؤسستك عوائد اقتصادية معتبرة" بمتوسط حسابي 3.40، وانحراف معياري 0.928 .

فيما بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.84 باتجاه عام موافق وهذا يعني أن أفراد العينة المستجوبين يرون بأن المؤسسة تسعى إلى رفع القيمة الاقتصادية للمؤسسة، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 0.663 وقيمته أصغر من الواحد مما يدل على عدم وجود تشتت كبير بين إجابات أفراد العينة.

البعد الثاني: القيمة الاجتماعية.

الجدول 2-19: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعينة الدراسة حول بعد القيمة الاجتماعية .

6	تقوم مؤسستك بتعويض الزبائن ماديا ومعنويا في حالة تعرضهم لأضرار جراء استخدامهم منتجات المؤسسة.	3.90	0.900	03	موافق بشدة
7	تشارك مؤسستك في المبادرات المجتمعية والخيرية لفائدة الفئات الخاصة في المجتمع.	3.85	0.700	04	موافق بشدة
8	توفر مؤسستك الحماية والرعاية الصحية للعاملين فيها أثناء أداء عملهم.	4.05	0.846	02	موافق
9	تلتزم مؤسستك بدفع اشتراكات التأمين الصحي والتقاعد لكل العاملين.	4.30	0.723	01	موافق
10	تعتمد مؤسستك إلى عدم استنزاف الموارد الطبيعية وتعمل على استدامتها.	3.78	0.733	05	موافق
11	تشارك مؤسستك في الحملات التوعوية في مجالات حماية البيئة والتعليم والصحة.	3.73	0.905	06	موافق
آراء واتجاهات أفراد العينة نحو محور القيمة المشتركة		3.93	0.685	موافق	

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال نتائج الجدول يتبين لنا أن المتوسطات الحسابية لفقرات محور العناقيد الصناعية محصورة بين (4.30-3.73) والانحرافات المعيارية محصورة بين (0.900-0.700)، كما نلاحظ أن العبارة رقم (09) والمتمثلة في: "تلتزم مؤسستك بدفع اشتراكات التأمين الصحي والتقاعد لكل العاملين." جاءت في المرتبة الأولى في الترتيب العام لعبارات المحور بمتوسط حسابي يقدر بـ 4.35، وانحراف معياري 0.736، تليها العبارة رقم (08) والمتمثلة في "توفر مؤسستك الحماية والرعاية الصحية للعاملين فيها أثناء أداء عملهم" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.30 وانحراف معياري يقدر بـ 0.733. فيما جاءت العبارة رقم (11) في المرتبة الثالثة والمتمثلة في "" بمتوسط حسابي 4.22، وانحراف معياري 0.832. وجاءت العبارة رقم (15) والمتمثلة في "" في المرتبة قبل الأخيرة بمتوسط حسابي 3.73، وانحراف معياري 0.905، أما في المرتبة الأخيرة فقد جاءت العبارة رقم (11) والمتمثلة في "تشارك مؤسستك في الحملات التوعوية في مجالات حماية البيئة والتعليم والصحة" بمتوسط حسابي يقدر بـ 3.73 وانحراف معياري 0.905، وهذا ما يدل على أن المؤسسة بالجانب الاجتماعي وتعمل على تحسينه ولا تهمله فهي تهتم بموظفيها وبكل ما يخصهم وما يلزمهم، كما أن لها نشاطات توعوية في مجال تلوث البيئة وإنتاج منتجات طبيعية خالية من المكونات الاصطناعية تعزز الجانب الصحي للمستهلك.

فيما بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل 3.84 باتجاه عام موافق وهذا يعني أن أفراد العينة المستجوبين يرون بأن المؤسسة تسعى إلى زيادة القيمة الاجتماعية، وبلغ الانحراف المعياري الإجمالي للمحور 0.685 وقيمه أصغر من الواحد مما يدل على عدم وجود تشتت كبير بين إجابات أفراد العينة.

المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

بعد تحليل البيانات الأولية من الاستبيان، سيتم في هذا المبحث اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال تبيان مدى قبولها أو رفضها، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

الفرع الأول: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

بهدف التحقق من موضوعية نتائج الدراسة، تم الاعتماد على اختبار التوزيع الاعتدالي للبيانات، هذا الأخير الذي يستخدم لمعرفة ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، والذي يؤثر بدوره على اختيار الاختبارات المطلوبة لاختبار الفرضيات.

الجدول 2-20 : اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

Kolmogorov-Smirnov ^a		أبعاد المتغير
Sig	قيمة Z	
0.05	0.139	المحور الأول: العناقيد الصناعية
0.01	0.160	البعد الثاني: القيمة المشتركة

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

من خلال الجدول أعلاه، نجد مستوى المعنوية لكل من المحور الأول 0.05، والمحور الثاني 0.11 و هما أكبر م من 0.05 ، و بالتالي فإن بيانات العينة المدروسة تتبع التوزيع الطبيعي . و منه نستنتج أن بيانات جميع أبعاد الاستبيان تتوزع طبيعياً، وبالتالي يمكن إجراء الاختبارات المعملية عليها، ما يستوجب الاعتماد على الاختبارات المعملية للإجابة على الفرضيات الموضوعة.

الفرع الثاني: نتائج اختبار الفرضيات:

الفرضية الرئيسية الرابعة :

- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة المشتركة عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الأولى:

نص الفرضية :توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التركيز الجغرافي على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التركيز الجغرافي على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند 0.05.

- الفرضية البديلة (H_1):توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التركيز الجغرافي على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-21: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الاولى .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		

H₁	7.191	0.159	0.011	3.073
----------------------	--------------	--------------	--------------	--------------

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء التركيز في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B=3.073$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.159$) ما يدل على أن بعد التركيز الجغرافي يساهم في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة بنسبة (15.9) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (7.191) بمستوى دلالة أقل من 0.05 .

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التركيز الجغرافي على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5% .
الفرضية الفرعية الثانية:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التخصص على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخصص على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند 0.05 .
- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخصص على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

الجدول 2-22 : ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
0.785	0.001	0.603	57.631	H₁

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء التخصص في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B= 0.785$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.603$) ما يدل على أن بعد التخصص يساهم في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة بنسبة (60.3)

حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (57.631) بمستوى دلالة أقل من 0.05.

بناءً عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التخصص على القيمة المشتركة عند مستوى معنوية 5%.
الفرضية الفرعية الثالثة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد الابتكار على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الابتكار على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند 0.05.

● الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الابتكار على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-23: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
2.213	0.001	0.580	52.571	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء الابتكار في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة، وذلك استناداً إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B = 2.213$) دالة إحصائياً أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2 = 0.58$) ما يدل على أن بعد الابتكار يساهم في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة بنسبة (58%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (52.571) بمستوى دلالة أقل من 0.05.

بناءً عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الابتكار على القيمة المشتركة عند مستوى معنوية 5%.
الفرضية الفرعية الرابعة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاون على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- **الفرضية الصفرية (H_0):** لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التعاون على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.
- **الفرضية البديلة (H_1):** توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التعاون على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-24: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
2.911	0.001	0.283	15.028	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعده الابتكار في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B = 2.911$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2 = 0.283$) ما يدل على أن بعد التعاون يساهم في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة بنسبة (28.3%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (52.571) بمستوى دلالة أقل من 0.05.

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعده التعاون على القيمة المشتركة عند مستوى معنوية 5%.
الفرضية الفرعية الخامسة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد المنافسة على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- **الفرضية الصفرية (H_0):** لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المنافسة على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.
- **الفرضية البديلة (H_1):** توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المنافسة على القيمة المشتركة بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-25 : ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		

		R^2	(sig)	(B)
H_1	80.165	0.678	0.001	1.074

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعده المنافسة في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B = 1.074$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2 = 0.678$) ما يدل على أن بعد المنافسة يساهم في خلق القيمة المشتركة بالمؤسسة بنسبة (67.8%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (80.165) بمستوى دلالة أقل من 0.05 .

بناءً عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعده المنافسة على القيمة المشتركة عند مستوى معنوية 5% .
الفرضية الفرعية الرئيسية الأولى :

هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5% .

الفرضية الفرعية الأولى :

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التركيز الجغرافي على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التركيز الجغرافي على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

● الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التركيز الجغرافي على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

الجدول 2-26: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
2.990	0.004	0.199	9.414	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء التركيز الجغرافي في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة ، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B = 2.990$) دالة إحصائيا أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2 = 0.678$) ما يدل على أن بعد التركيز الجغرافي يساهم في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة بنسبة (19.9%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (9.414) بمستوى دلالة أقل من 0.05 .

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التركيز الجغرافي على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5% .
الفرضية الفرعية الثانية:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التخصص على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخصص على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

● الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخصص على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

الجدول 2-27: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
1.000	0.004	0.519	40.975	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء التخصص في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B = 1.000$) دالة إحصائيا أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2 = 0.519$) ما يدل على أن بعد التخصص يساهم في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة بنسبة (51.9%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (40.975) بمستوى دلالة أقل من 0.05 .

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التخصص على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5% .

الفرضية الفرعية الثالثة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد الابتكار على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الابتكار على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند 0.05.

● الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الابتكار على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-28: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
2.911	0.004	0.294	15.823	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعده الابتكار في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B = 2.911$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2 = 0.0294$) ما يدل على أن بعد الابتكار يساهم في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة بنسبة (29.4%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (15.823) بمستوى دلالة أقل من 0.05

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الابتكار على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الرابعة :

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاون على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التعاون على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التعاون على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-29: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
2.911	0.004	0.294	15.823	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعده الابتكار في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B = 2.911$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2 = 0.0294$) ما يدل على أن بعد الابتكار يساهم في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة بنسبة (29.4%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (15.823) بمستوى دلالة أقل من 0.05.

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الابتكار على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الخامسة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد المنافسة على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المنافسة على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند 0.05.

- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المنافسة على القيمة الاقتصادية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-30: ملخص الارتباط الخطي البسيط للفرضية الفرعية الخامسة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
1.246	0.002	0.585	15.823	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء الابتكار في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B=1.246$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.585$) ما يدل على أن بعد الابتكار يساهم في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة بنسبة (58.5%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (15.823) بمستوى دلالة أقل من 0.05

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الابتكار على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5% .

الفرضية الفرعية الرئيسية الثانية:

هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5% .

الفرضية الفرعية الأولى:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التركيز الجغرافي على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التركيز الجغرافي على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .
- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التركيز الجغرافي على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05 .

الجدول 2-31: ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الأولى .

معامل الانحدار	مستوى دلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
3.134	0.001	0.321	4.34	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء التركيز الجغرافي في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B=3.134$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.321$) ما يدل على أن بعد التركيز الجغرافي يساهم في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة بنسبة

(32.1%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (15.823) بمستوى دلالة أقل من 0.05

بناءً عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التركيز الجغرافي على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الثانية:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعء التخصص على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05

نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخصص على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

● الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخصص على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-32: ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الثانية .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
0.606	0.001	0.543	45.141	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء التخصص في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة، وذلك استناداً إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B=0.606$) دالة إحصائياً أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.543$) ما يدل على أن بعء التخصص يساهم في خلق القيمة الاقتصادية بالمؤسسة بنسبة (54.3%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (45.141) بمستوى دلالة أقل من 0.05

بناءً عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التخصص على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الثالثة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد الابتكار على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الابتكار على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

● الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الابتكار على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-33: ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الثالثة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
2.129	0.001	0.506	38.975	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعده الابتكار في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B=2.129$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.506$) ما يدل على أن بعد الابتكار يساهم في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة بنسبة (50.6%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (38.975) بمستوى دلالة أقل من 0.05.

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الابتكار على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الرابعة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد التعاون على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

● الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التعاون على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التعاون على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-34 : ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الرابعة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
2.911	0.001	0.219	10.66	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعده التعاون في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B=2.911$) دالة إحصائية أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.219$) ما يدل على أن بعد التعاون يساهم في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة بنسبة (21.9%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (10.66) بمستوى دلالة أقل من 0.05.

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعده التعاون على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الخامسة:

نص الفرضية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين بعد المنافسة على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

- الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المنافسة على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.
- الفرضية البديلة (H_1): توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين المنافسة على القيمة الاجتماعية بالمؤسسة عند مستوى معنوية 0.05.

الجدول 2-35: ملخص الارتباط الخطي للفرضية الفرعية الخامسة .

معامل الانحدار	مستوى الدلالة	معامل التفسير	قيمة F	قرار الاختبار
(B)	(sig)	R^2		
0.931	0.001	0.602	57.498	H_1

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تشير معطيات الجدول أعلاه أنه هناك تأثير لبعء المنافسة في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة، وذلك استنادا إلى قيمة معامل الانحدار التي بلغت ($B=0.931$) دالة إحصائيا أقل من (0.05)، كما بلغ معامل التفسير ($R^2=0.602$) ما يدل على أن بعد المنافسة يساهم في خلق القيمة الاجتماعية بالمؤسسة بنسبة (60.02%) حسب إجابات عينة الدراسة المستجوبة كما أنه قدرت قيمة F الجدولية (57.498) بمستوى دلالة أقل من 0.05 .

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفريضة البديلة (H_1) هناك أثر ذو دلالة إحصائية لبعء المنافسة على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5% .

خلاصة الفصل الثاني :

يتضح من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على مؤسسة الورود التي كان الهدف منها إسقاط الجزء النظري لمتغيرات الدراسة على مؤسسة الورود ، حيث تم دراسة تأثير كل من أبعاد العناقيد الصناعية على القيمة المشتركة و بعديها القيمة الاجتماعية و القيمة الاقتصادية في مؤسسة الورود، حيث تم تأكيد من صحة الفرضيات المطروحة و المتمثلة في : آليات العناقيد الصناعية التي تدعم خلق القيمة المشتركة في مؤسسة الورود في (التركيز الجغرافي، التخصص، الابتكار التعاون ، المنافسة)، يتم اعتماد أبعاد القيمة المشتركة لمؤسسة الورود محل الدراسة بنسب متساوية، هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة المشتركة ،هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاقتصادية، هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاجتماعية.

الخاتمة

الخاتمة :

في ظل وجود المنافسة الشرسة بين المؤسسات من اجل إثبات وجودها ، قامت بعض المؤسسات التي تعمل في نفس المجال بتشكيل عناقيد صناعية متمركزة في منطقة واحدة وكونت علاقات تشابكية ترابطية مع بعضها من اجل تحقيق أهدافها المخطط لها , تعتبر إستراتيجية العناقيد الصناعية قليلة الاستخدام خاصة في البيئة العربية المحلية ونجد أنها منتهجة بكثرة من طرف البيئة الأجنبية وحقت إلى حد كبير من خلالها أهدافها.

كما ظهر مفهوم القيمة المشتركة الذي يعتبر نموذج جديد للأعمال الذي أصبحت جميع المؤسسات تسعى إلى تحقيقه ، كونه يعتبر مجال استثماري كبير في المجتمع الذي من خلاله تستطيع المؤسسات أن تحقق التنمية الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية ، وأصبحت هذه المؤسسات الصناعية المكونة للعناقيد تسعى نحو خلق قيمة مشتركة .

و هذا ما تناولته دراستنا هذه والتي نحاول من خلالها التوصل إلى الإجابة على التساؤل ما مدى مساهمة العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة الاقتصادية ؟ ومن اجل الحصول على الإجابة تم توزيع استبيانات على عينة من الأفراد من مؤسسة الورد SPSS الوادي تتكون من 40 استبانة ، وتم تحليلها بواسطة برنامج

وتوصلنا إلى النتائج التالية:

النتائج النظرية :

- خلق القيمة المشتركة يمثل عملية إدماج بين خلق القيمة الاقتصادية و القيمة الاجتماعية.
- نموذج خلق القيمة المشتركة يعتبر محل استثمارات كبيرة للمؤسسات الاقتصادية .
- تجعل القيمة المشتركة المؤسسات تنظر للمجتمع احتياجاته على أنه استثمار و ليس تكلفة.
- تعمل العناقيد الصناعية بأبعادها داخل العنقود على تحقيق أعلى ربح للمؤسسات وذلك من خلال رفع التنافسية.
- تعتبر العناقيد الصناعية طريقة حديثة و مؤثرة لرفع النمو الاقتصادي على المستوى الكلي و تحقيق الاستفادة للمؤسسات .

النتائج التطبيقية :

آليات العناقيد الصناعية التي تدعم خلق القيمة المشتركة في مؤسسة الورود محل الدراسة هي (التركيز الجغرافي، التخصص، الابتكار، التعاون، المنافسة) حيث تتمثل أعلى نسبة عند بعد المنافسة بنسبة 67.8 % ، وتليها نسبة بعد التخصص 60.3 % ، بعدها بعد الابتكار بنسبة 58 % ثم بعد التعاون بنسبة 28.3 % ، واقل نسبة كانت في بعد التركيز الجغرافي بنسبة 15.9 %.

تم اعتماد أبعاد القيمة المشتركة في مؤسسة الورود محل الدراسة عند نسبة معنوية 5 % بنسبة أعلى لبعدها القيمة الاجتماعية المتوسط الحسابي 3.84 و الانحراف المعياري 0.685 .

تم تأكيد صحة الفرضية الرئيسية الرابعة انه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة المشتركة عند مستوى معنوية 5% من خلال استجابات عينة الدراسة على أبعاد العناقيد الصناعية، ما يثبت أن العناقيد الصناعية تقوم بخلق قيمة مشتركة في مؤسسة الورود الوادي.

تم تأكيد صحة الفرضية الفرعية الرئيسية الأولى انه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاقتصادية عند مستوى معنوية 5% من خلال استجابات عينة الدراسة على أبعاد العناقيد الصناعية ، ما يثبت أن العناقيد الصناعية تقوم بخلق قيمة اقتصادية في مؤسسة الورود الوادي.

تم تأكيد صحة الفرضية الفرعية الرئيسية الثانية انه هناك أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العناقيد الصناعية على القيمة الاجتماعية عند مستوى معنوية 5% من خلال استجابات عينة الدراسة على أبعاد العناقيد الصناعية، ما يثبت أن العناقيد الصناعية تقوم بخلق قيمة اجتماعية في مؤسسة الورود الوادي.

توصيات:

__ الاهتمام أكثر بدراسة موضوعي العناقيد الصناعية والقيمة المشتركة.

__ إعطاء الدعم الكامل للمؤسسات الاقتصادية المكونة للعناقيد الصناعية.

__ على المؤسسات الاقتصادية التي تكون عنقود صناعي الاتحاد واستغلال وجودها ضمن حيز جغرافي جيد يكسبها ميزة تنافسية تساعد على زيادة الابتكار والتطوير في منتجاتها لتكسب المجتمع وتلبي متطلباته.

__ يجب أن تعمل المؤسسات الاقتصادية الصناعية على زيادة التعاون بينها وبين المؤسسات ذات نفس المجال من أجل تحقيق أهداف مشتركة.

__ يجب على المؤسسات الاقتصادية تطوير منتجات تتناسب مع محدودية الدخل.

__ الاهتمام أكثر بالجانب الاجتماعي لأنه استثمار جيد للمؤسسات وعدم إهماله والنظر إليه على أنه تكلفة وعيب.

__ على المؤسسات الاطلاع على التجارب الأجنبية في خلق القيمة المشتركة والاستفادة منها.

أفاق الدراسة:

- اثر تبني إستراتيجية العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة .
- اثر تبني خلق القيمة المشتركة في المؤسسات الاقتصادية.
- دور العناقيد الصناعية في تنمية الاقتصاد الصناعي في الجزائر.
- اثر العناقيد الصناعية على القيمة الاجتماعية.
- دور المؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية الاقتصادية ضمن نموذج خلق القيمة المشترك

المراجع

المراجع:

المراجع بالعربية:

الكتب:

-محمد الخالدي, العناقيد الصناعية: التجربة الأردنية, المملكة الأردنية الهاشمية, 2019.

الأطروحات و المذكرات الجامعية :

-العويني فؤاد, حوامدي فيصل, مشاركة عبد السلام, دور المقاولاتية في خلق القيمة المشتركة —دراسة ميدانية على مؤسسة روايال مونديال الوادي- قسم علوم التسيير,مذكرة ماستر غير منشورة, جامعة حمه لخضر الوادي, 2021.

-بجماوي صالح,شيخاوي عمر (2021، 2022)، دور العناقيد الصناعية في تحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة — دراسة ميدانية لمؤسسة " سونلغاز " ، مذكرة لنيل شهادة ماستر غير منشورة ، جامعة أحمد دراية أدار ، الجزائر.

-سبخاوي عبد القادر الجيلاني, مقارنة القيمة المشتركة كآلية لرفع الأداء التنافسي للشركات الاقتصادية في الجزائر-دراسة ميدانية -بمجمع صيدال -قسم علوم التسيير,تخصص إدارة أعمال , أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة قاصدي مرباح ,ورقلة , 2021.

-صالح صالح هبة،عباس زينب،دور العناقيد الصناعية في دعم تنافسية الصناعة الغذائية — دراسة حالة مؤسسة عمر بن عمر- قالمة ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر غير منشورة ، تخصص مالية و تجارة دولية ،جامعة 08 ماي 1945 ،قالمة ، 2022/2021 .

-غربي عادل, العناقيد الصناعية ودورها في خلق القيمة المشتركة في بيئة منظمات الأعمال بالجزائر-دراسة حالة المؤسسات الصيدلانية, أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه غير منشورة, جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, قسم علوم التسيير, 2022 .

-أحلام إبراهيم العيثاوي ,مقال: إيجاد القيم المشتركة في المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة ,قسم إدارة أعمال , جامعة العلوم التطبيقية , 2019.

الدوريات و المجلات

- احمد يوسف , فاطمة بلقواسمي, ثنائية الذكاء الاقتصادي خلق القيم المشتركة في ظل جائحة كورونا-شركة نستله نموذجاً- ,مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا, جامعة حسنية بن بوعلي الشلف ,مجلد 18, عدد28, 2022.

- فضالة خالد،قرومي حميد ، دور تبني المسؤولية الاجتماعية و البيئية في المؤسسة الاقتصادية للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة،مجلة معارف،العدد22، الجزائر، جوان 2017.

- مروة محمد علي مصطفى(2023) ،دور العناقيد الصناعية في خلق فرص العمل في محافظة الإسكندرية، مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية ، المجلد 6 م ، العدد 6، الإسكندرية .

-إسحاق خرشي,خلق القيمة المشتركة كمفهوم جديد في أخلاقيات الأعمال للشركات (منظور تحليلي), مجلة الامتياز لبحوث الاعمال و الادارة , جامعة الاغواط , مجلد4, عدد1, 2020.

-إيمان بغداددي، سمية رماش, العناقيد الصناعية ودورها في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر, مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية, المجلد: 04, العدد: 01, 2023.

-إيمان سالم, دور العناقيد الصناعية في تحقيق التنمية الاقتصادية مع التطبيق على إقليم قناة السويس, مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية, المجلد السادس والعشرون, العدد الأول, يناير 2024.

-إيمان فاروق احداد, التجربة المصرية في إنشاء العناقيد الصناعية ودورها كنواة للمجتمعات الصناعية المتكاملة: دراسة حالة مدينة الأثاث بدمياط, مجلة كلية السياسة والاقتصاد, المجلد السادس عشر, العدد الخامس عشر, 2022 .

-بلمهدي عبد الوهاب, حاج صحراوي حمودي, دور المسؤولية الاجتماعية كآلية لتحقيق مواطنة المؤسسة- دراسة حالة مؤسسة عين الكبيرة سطيف- مقال بمجلة تنمية الموارد البشرية ,مجلد 6, عدد2, الجزائر, 2015.

- حطاب رضا، (2023)، دور العناقيد الصناعية ترقية الصادرات - تجربة المملكة العربية السعودية وسبل استفادة الجزائر من هذه الإستراتيجية، مجلة المنتدى للدراسات و الأبحاث الاقتصادية ، المجلد 7 / العدد 2.
- خفاش نبيلة، شيكيرين ديلمي، مفهوم العناقيد الصناعية وآلية عملها، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر03، العدد: 09، 2022.
- رحيم حسين، العناقيد الصناعية التقنية: آلية لتكوين القطبية التنافسية مقترح عنقود للصناعة الإلكترونية في منطقة برج بوعريرج بالجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 12، العدد 01، جوان 2023.
- سالم يعقوب، قواسمية العلمي، المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات العمل دراسة مفاهيمية ، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية ، المجلد9، العدد03، الوادي، 2021.
- سبحاوي عبد القادر الجيلاني ، قريشي محمد الصغير، مساهمة تامين النفايات في تجسيد مفهوم خلق القيمة المشتركة كنموذج جديد لأعمال الشركات -دراسة ميدانية بالوكالة الوطنية للنفايات الجزائر، مجلة إدارة الأعمال و الدراسات التطبيقية، جامعة ورقلة، المجلد 06، عدد 01، 2020
- شيباني عبد القادر، فلاق محمد ، واقع تبني منظمات الأعمال نموذج خلق القيمة المشتركة ودوره في تحقيق أهداف التنمية المستدامة -شركة نافرتس نموذجاً-، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف، المجلد 3، عدد3، 2020.
- عبد الله بونكانو، ابتسام بدري، دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، المجلد الثاني، العدد الأول، بسكرة، 2021.
- عبود زرقين، العناقيد الصناعية كإستراتيجية لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد الحادي والأربعون، 2014.
- عطاء الله بن طيرش، أبو بكر بو سالم، استراتيجيات تعزيز القدرة التنافسية للمناطق الصناعية -دراسة تحليلية للعناقيد الصناعية في الجزائر-، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، العدد 17، 2017.

- عقيلة صدوقي, نظرية أصحاب المصالح: البحث عن التوازن بين المسؤولية الاجتماعية والاقتصادية - حالة مجمع صيدال, مجلد 4, عدد 1, الجزائر, 2019.

- لخلف عثمان, دور إستراتيجية العنقود الصناعي في تحقيق تنافسية الصناعات الصغيرة والمتوسطة, مجلة دراسات, العدد الاقتصادي, المجلد 03, العدد 02, سبتمبر 2012.

- لطيفة بهلول, سارة حلمي, وآخرون, إستراتيجية العناقيد الصناعية كآلية لتفعيل التجديد التكنولوجي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة - التجربة اليابانية أمودجا -, مجلة دراسات اقتصادية, جامعة العربي التبسي, تبسة, المجلد 22, العدد 02, 2020.

المؤتمرات و الملتقيات و الندوات:

- إسحاق خرشي, نحو نموذج جديد لأعمال الشركات الاقتصادية الجزائرية لخلق القيمة الاقتصادية والمنفعة الاجتماعية, ملتقى دولي حول دور المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تدعيم إستراتيجية التنمية المستدامة, جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف, الجزائر, 2016.

المواقع :

- إسحاق خرشي, محمد فلاق , مساهمة الذكاء التنافسي في توجه العلامة التجارية نحو مفهوم القيمة المشتركة في الأسواق ذات الدخل المنخفض -العلامة التجارية كوكا كولا أمودجا - . أبعاد إقتصادية, <https://www.asjp.cerist.dz/en/article>, تم الاطلاع عليه 22 مارس 2024.

- خلق فرص العمل: إنشاء وظائف مستدامة لتحسين دخل المجتمع <http://fastercapital.com> تم الاطلاع عليه 10 فيفري 2024.

الوثائق:

- عبد العزيز المكّي , مؤسسة الورود.

- VISSER WAYNE ,KYMAL CHAD,CREATING INTEGRATED VALUE :BEYOND C S R AND C I V TO C I V, KALEIDOSCOPE FUTURES PAPER ERIES.
- BOCKSTETT,V,STAMP,M2011,P4.
- KATY MASON,RONIKA CHAKRABARTI,RAMENDRA SINGH ,MARKETS AND AT THE BOTTOM OF PYRAMID,S A G E YOURNAL,V17,N3,2017,P261
- CHARLES ELAD(2013)ENCYCLOPEDIA OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SPRINGER-VERLAG BERLIN HEIDELBERG,P2249,
- BENEDIKT VON LIEL(2015):CREATING SHARED VALUE AS FUTURE FACTOR OF COMPETITION ANALYSIS AND EMPIRICAL EVIDENCE ,DOCTORAL DISSERTATION,SCHOOL OF MANAGEMENT,GERMANY,P39.
- BENEDIKT VON LIEL,CREATING SHARED VALUE AS FUTURE FACTOR OF COMPETITION ANALYSIS AND EMPIRICAL EVIDENCE ,SPINGER FACHMADIEN WIESBADEN,GERMENY,2016:P46.
- ANTONIO CRUPI,SIDA LUI,WEI LUI,THE TOP-DOWN PATTERN OF SOCIAL INNOVATION AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP –BRICOLAGE AND AGILITY IN RESPONSE TO COVID19:CASES FORMCHINA,R D MANAGEMENT ,V52,N2,2021:P3
- ZEYEN ,BECKMANN, MUELLER,DEES,KHANIN,KRUEGER ET AL,2012,SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND BROEDER THEORIES:SHEDDING NEW LIGHT ON THE BIGGER PICTURE ,JOURNAL OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ,4(1),LE20.
- THOMAS BESCHORNER,CREATING SHARED VALUE:THE ONE-TRICH PONY APPROCH, BUSINESS ETHIES REVIEW,V1,N17
- SCHMITT-2014- SOCIAL INNOVATION FOR BUSINESS SUCCESS ,SPRINGER FACHMEDIEN WIESBADEN,GERMANY 2014,P22.
- Sergey Sosnovskikh, Industrial Clusters In Russia: The Development Of Special Economic Zones And Industrial Parks, Russian Journal Of Economics, RedaktsiyaZhurnalaVoprosyEkonomiki, Moscow, Russia, V 03,N 02: 2017, PP 174-199.
- MOUNA MASGHOUNI , ASSMA YUCEF, AICHA SELMA KIHILI, SAFA SADDIKI ,FIND A SHARED VALUE IN THE SOCIAL RISPNOSIBILITY OF ALGERIAN BUSINESS ORGANIZATIONS , INTERNATIONAL JOURNAL OF ECONOMICS AND FINANCIAL LSSSES, UNIVERSITY KASDI MERBAH, OUARGLA, 2019
- BARBARS SIENKO, KALAKOWSKA, GRZEGORZ PISARCZYK, ZBIGNIEW BOCHNIARZ , KATHERINE FAORO, COULD AN INDUSTRIAL CLUSTER CREATE SHARED VALUE IN EDUCATION? THE CASE OF AVIATION VALLEY IN POLAND, NOMOS VERLAGSGESELLSCHAFT, BADEN_BADEN, GERMANY, 2016.

-MARSÈ MARTA, SIERRA MIRIAM, RIVERS, THE INDUSTRIAL DISTRICT AS A SOCIAL SYSTEM : INFLUENCE OF PROSCIMITY ON VALUE CREATION , CLUSTER ANALYSIS DEPARTMENT_ CLUSTER UNIT_ ACCI_ GENERALITAT DE CATALUNYA,2015.

الملاحق

الملحق رقم 01 : الاستبيان



جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم الاقتصاد
تخصص: اقتصاد و تسيير مؤسسات

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، واما بعد:

نسعى من خلال هذه الاستبيان جمع بيانات حول دراسة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر ، في علوم الاقتصاد تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات تحت عنوان " دور العناقيد الصناعية في خلق القيمة المشتركة في المؤسسة الاقتصادية "

لذلك نأمل من سيادتكم الاجابة على عبارات الاستبيان بدقة وموضوعية، علما ان اجاباتكم ستحظى بالسرية التامة وستستخدم في حدود الدراسة فقط.

وأخيرا تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام على منحنا جزا من وقتكم وشكر.

ملاحظة : يجب وضع علامة x أمام الإجابة المناسبة .

الخبر الأول المعلومات الشخصية:

الجنس: ذكر ☐ ، انثى ☐.

السن : اقل من 30 عام ☐ ، من 30 عام الى 40 عام ☐.

من 41 عام الى 50 عام ☐ ، اكبر من 50 عام ☐.

المستوى التعليمي: ثانوي ☐ ، جامعي ☐ ، أخرى ☐.

الخبرة: اقل من 5 سنوات ☐ ، من 5 الى 10 سنوات ☐.

من 11 الى 15 سنة ☐ ، أكثر من 15 سنة ☐.

المركز الوظيفي: مدير ☐ ، رئيس وحدة ☐ ، رئيس مصلحة ☐ ، موظف عادي ☐.

مقر المؤسسة: شمال ☐ ، شرق ☐ ، غرب ☐ ، جنوب ☐.

المحور الثاني: العناقيد الصناعية

الأبعاد	الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
البيئة الطبيعية	01	مكان تواجد مؤسستك قريب من الموارد الطبيعية اللازمة للعملية الانتاجية.					
	02	موقع مؤسستك الجغرافي يساهم في اكتساب التقنيات التكنولوجية والحصول عليها					
	03	موقع مؤسستك الجغرافي له دور في الحصول على اليد العاملة الماهرة					
	04	موقع مؤسستك يقع بالقرب من الاسواق والمستهلكين.					
البيئة الاقتصادية	05	تتخصص مؤسستك في مجال نشاط انتاجي محدد					
	06	توجه مؤسستك كل طاقاتها من اجل الريادة في مجال تخصصها					
	07	تملك مؤسستك يد عاملة ماهرة متخصصة في مجال نشاطها					
	08	تعمل مؤسستك على توسيع نشاطها الانتاجي في مجال تخصصها					
البيئة الاجتماعية	09	تعتمد مؤسستك على تقنيات جديدة للعمل.					
	10	تخصص مؤسستك برامج لتحسين وتطوير اداء العاملين فيها					
	11	تجري مؤسستك تغييرات في تصاميم المنتجات تماشيا مع نتائج الابحاث الجديدة					
	12	تعطي مؤسستك اهتمام كبير لعملية البحث والتطوير					
البيئة السياسية	13	تقيم مؤسستك في عديد علاقات التحالف مع مؤسسات اخرى.					
	14	تقوم مؤسستك بتطوير منتجات جديدة من خلال					

					التعاون مع المؤسسات الأخرى		
					تقوم مؤسستك بتبادل التكنولوجيا والتقنيات الحديثة مع المؤسسات الأخرى	15	
					تدفع المنافسة مؤسستك الى زيادة النشاط والعمل داخلها.	16	المنافسة
					تعتبر مؤسستك المنافسة مع المؤسسات الأخرى دافعا نحو تطوير تقنيات العمل والانتاج.	17	
					تعمل المنافسة الى إيجاد أنشطة وتخصصات جديدة لمؤسستك.	18	
					تعتمد المؤسسة على استراتيجية التنافس لمواجهة المنافسين	19	

المحور الثالث: القيمة المشتركة

الأبعاد	الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
القيمة الاقتصادية	01	تسعى مؤسستك الى خفض تكاليف الانتاج					
	02	تعمل مؤسستك من اجل رفع حصتها السوقية					
	03	تعتمد مؤسستك برنامج لرقابة الجودة لرفع من كفاءة المنتجات.					
	04	تحقق مؤسستك عوائد اقتصادية معتبرة					
	05	تحقق المؤسسة التميز في مجال نشاطها.					
القيمة الاجتماعية	06	تقوم مؤسستك بتعويض الزبائن ماديا ومعنويا في حالة تعرضهم لاضرار جراء استخدامهم منتجات المؤسسة.					
	07	تشارك مؤسستك في المبادرات المجتمعية والخيرية لفائدة الفئات الخاصة في المجتمع .					
	08	توفر مؤسستك الحماية والرعاية الصحية للعاملين فيها اثناء اداء عملهم.					
	09	تلتزم مؤسستك بدفع اشتراكات التأمين الصحي					

					والتقاعد لكل العاملين.		
					تعتمد مؤسستك الى عدم استنزاف الموارد الطبيعية وتعمل على استدامتها.	10	
					تشارك مؤسستك في الحملات التوعوية في مجالات حماية البيئة والتعليم والصحة.	11	

الملحق رقم 02 : لجنة المحكمين

المحكم	الجهة
د. عابي خليفة	أستاذة التعليم العالي بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية بجامعة الوادي
د. البشير بن عمر	أستاذ التعليم العالي بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية بجامعة الوادي

الملحق 03 : نتائج الثبات ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,957	30

الملحق 04 : الاتساق الداخلي المحور الأول

Corrélations

		الاجتماعي_التركيز	التخصص	الابتكار	التعاون	المنافسة	الصناعية_العناقد
الاجتماعي_التركيز	Corrélation de Pearson	1	,470**	,549**	,732**	,383*	,776**
	Sig. (bilatérale)		,002	,000	,000	,015	,000
	N	40	40	40	40	40	40
التخصص	Corrélation de Pearson	,470**	1	,710**	,555**	,686**	,805**
	Sig. (bilatérale)	,002		,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
الابتكار	Corrélation de Pearson	,549**	,710**	1	,729**	,644**	,896**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
التعاون	Corrélation de Pearson	,732**	,555**	,729**	1	,532**	,873**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40
المنافسة	Corrélation de Pearson	,383*	,686**	,644**	,532**	1	,764**
	Sig. (bilatérale)	,015	,000	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40

الصناعية_العناقيد	Corrélation de Pearson	,776**	,805**	,896**	,873**	,764**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الملحق 05 : الاتساق الداخلي المحور الثاني:

Corrélations

		الصناعية_العناقيد	الاقتصادية_القيمة	الاجتماعية_القيمة
الصناعية_العناقيد	Corrélation de Pearson	1	,766**	,716**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	40	40	40
الاقتصادية_القيمة	Corrélation de Pearson	,766**	1	,763**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	40	40	40
الاجتماعية_القيمة	Corrélation de Pearson	,716**	,763**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	40	40	40

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق 06 : اتجاهات أفراد العينة على محاور وأبعاد الاستبيان

Statistiques descriptive

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
الجغرافي_التركيز	40	1,50	4,75	3,0688	,85295
التخصص	40	2,00	5,00	4,0000	,60712
الابتكار	40	1,00	5,00	3,7563	1,01509
التعاون	40	1,00	5,00	3,3917	1,06455
المناقسة	40	2,00	5,00	3,8438	,68099
المشتركة_القيمة	40	2,00	5,00	3,9659	,62194
الصناعية_العناقيد	40	2,00	4,95	3,6237	,68990
الاقتصادية_القيمة	40	2,00	5,00	4,0050	,63325
الاجتماعية_القيمة	40	2,00	5,00	3,9333	,68542
N valide (liste)	40				

الملحق 07 : اختبار التوزيع الطبيعي

Tests de normalité

Kolmogorov-Smirnov^a

Shapiro-Wilk

	Statistiques	Ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
المشتركة_القيمة	,139	40	,051	,948	40	,063
الصناعية_العناقيد	,160	40	,011	,961	40	,182

a. Correction de signification de Lilliefors

ملحق 08 : اختبار الفرضيات

فرضية فرعية 1

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,399 ^a	,159	,137	,57777

a. Prédictors : (Constante), الجغرافي_التركيز

b. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,400	1	2,400	7,191	,011 ^b
	de Student	12,685	38	,334		
	Total	15,086	39			

a. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

b. Prédictors : (Constante), الجغرافي_التركيز

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	3,073	,345		,000
	الجغرافي_التركيز	,291	,108	,399	,011

a. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

فرضية فرعية 2

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,776 ^a	,603	,592	,39718

- a. Prédictors : (Constante), التخصص
b. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,776 ^a	,603	,592	,39718

- a. Prédictors : (Constante), التخصص
b. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,785	,424		1,852	,072
	التخصص	,795	,105	,776	7,591	,000

- a. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

فرضية فرعية 3

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,762 ^a	,580	,569	,40812

- a. Prédictors : (Constante), الابتكار
b. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	8,756	1	8,756	52,571	,000 ^b
	de Student	6,329	38	,167		
	Total	15,086	39			

- a. Variable dépendante : المشتركة_القيمة
b. Prédictors : (Constante), الابتكار

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		

1	(Constante)	2,213	,250		8,840	,000
	الابتكار	,467	,064	,762	7,251	,000

a. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

فرضية فرعية 4

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,532 ^a	,283	,265	,53337

a. Prédicteurs : (Constante), التعاون

b. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,275	1	4,275	15,028	,000 ^b
	de Student	10,810	38	,284		
	Total	15,086	39			

a. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

b. Prédicteurs : (Constante), التعاون

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,911	,285		10,218	,000
	التعاون	,311	,080	,532	3,877	,000

a. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

فرضية فرعية 5

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,824 ^a	,678	,670	,35730

a. Prédicteurs : (Constante), المنافسة

b. Variable dépendante : المشتركة_القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	10,234	1	10,234	80,165	,000 ^b
	de Student	4,851	38	,128		

Total	15,086	39			
-------	--------	----	--	--	--

a. Variable dépendante : المشتركة_ القيمة

b. Prédictors : (Constante), المنافسة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,074	,328	3,277	,002
	المنافسة	,752	,084	,824	,000

a. Variable dépendante : المشتركة_ القيمة

فرضية فرعية 1

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,446 ^a	,199	,177	,57432

a. Prédictors : (Constante), الجغرافي_ التركيز

b. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

ANOVA^a

		Somme des				
Modèle		carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	3,105	1	3,105	9,414	,004 ^b
	de Student	12,534	38	,330		
	Total	15,639	39			

a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

b. Prédictors : (Constante), الجغرافي_ التركيز

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,990	,343	8,714	,000
	الجغرافي_ التركيز	,331	,108	,446	,004

a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

فرضية فرعية 2

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,720 ^a	,519	,506	,44500

- a. Prédictors : (Constante), التخصص
b. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	8,114	1	8,114	40,975	,000 ^b
	de Student	7,525	38	,198		
	Total	15,639	39			

- a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة
b. Prédictors : (Constante), التخصص

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,000	,475		2,106	,042
	التخصص	,751	,117	,720	6,401	,000

- a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

فرضية فرعية 3

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,722 ^a	,521	,509	,44390

- a. Prédictors : (Constante), الابتكار
b. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	8,151	1	8,151	41,367	,000 ^b
	de Student	7,488	38	,197		
	Total	15,639	39			

- a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة
b. Prédictors : (Constante), الابتكار

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		

1	(Constante)	2,313	,272		8,497	,000
	الابتكار	,450	,070	,722	6,432	,000

a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

فرضية فرعية 4

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,542 ^a	,294	,275	,53904

a. Prédictors : (Constante), التعاون

b. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,598	1	4,598	15,823	,000 ^b
	de Student	11,041	38	,291		
	Total	15,639	39			

a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

b. Prédictors : (Constante), التعاون

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,911	,288		10,111	,000
	التعاون	,323	,081	,542	3,978	,000

a. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

فرضية فرعية 5

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,772 ^a	,596	,585	,40787

a. Prédictors : (Constante), المنافسة

b. Variable dépendante : الاقتصادية_ القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	9,317	1	9,317	56,007	,000 ^b

de Student	6,322	38	,166		
Total	15,639	39			

a. Variable dépendante : الاقتصادية_القيمة

b. Prédictors : (Constante), المنافسة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,246	,374		3,330	,002
المنافسة	,718	,096	,772	7,484	,000

a. Variable dépendante : الاقتصادية_القيمة

فرضية فرعية 1

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,321 ^a	,103	,079	,65774

a. Prédictors : (Constante), الجغرافي_التركيز

b. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	1,882	1	1,882	4,351	,044 ^b
	de Student	16,440	38	,433		
	Total	18,322	39			

a. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

b. Prédictors : (Constante), الجغرافي_التركيز

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,143	,393		7,998	,000
الجغرافي_التركيز	,258	,123	,321	2,086	,044

a. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

فرضية فرعية 2

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,737 ^a	,543	,531	,46944

a. Prédictors : (Constante), التخصص

b. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	9,948	1	9,948	45,141	,000 ^b
de Student	8,374	38	,220		
Total	18,322	39			

a. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

b. Prédictors : (Constante), التخصص

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	t	Sig.
1 (Constante)	B	Bêta		
	,606	,501	1,210	,234
التخصص	,832	,124	6,719	,000

a. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

فرضية فرعية 3

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,712 ^a	,506	,493	,48788

a. Prédictors : (Constante), الابتكار

b. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	9,277	1	9,277	38,975	,000 ^b
de Student	9,045	38	,238		
Total	18,322	39			

a. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

b. Prédictors : (Constante), الابتكار

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,129	,299		7,114	,000
	الابتكار	,480	,077	,712	6,243	,000

a. Variable dépendante : الاجتماعية_ القيمة

فرضية فرعية 4

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,468 ^a	,219	,199	,61359

a. Prédictors : (Constante), التعاون

b. Variable dépendante : الاجتماعية_ القيمة

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,016	1	4,016	10,666	,002 ^b
	de Student	14,307	38	,376		
	Total	18,322	39			

a. Variable dépendante : الاجتماعية_ القيمة

b. Prédictors : (Constante), التعاون

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,911	,328		8,882	,000
	التعاون	,301	,092	,468	3,266	,002

a. Variable dépendante : الاجتماعية_ القيمة

فرضية فرعية 5

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,776 ^a	,602	,592	,43802

a. Prédicteurs : (Constante), المنافسة

b. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	11,032	1	11,032	57,498	,000 ^b
de Student	7,291	38	,192		
Total	18,322	39			

a. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة

b. Prédicteurs : (Constante), المنافسة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	t	Sig.
1 (Constante)	B	Bêta		
	Erreur standard			
1 (Constante)	,931	,402	2,317	,026
المنافسة	,781	,103	,776	,000

a. Variable dépendante : الاجتماعية_القيمة