

سلسلة القيمة وأثرها على أداء المؤسسات الاقتصادية -دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية-
**Value Chain and its Impact on the Performance of Economic
 -Institutions - Study of a sample of economic institutions**

زاير وافية¹، طيب الزغيمي صورية²

Zair Wafia¹, Taieb Ezzraimi Soraya²

¹ جامعة البليدة 2 (الجزائر)، w.zair@univ-blida2.dz

² جامعة البليدة 2 (الجزائر)، s.taiebezraimi@univ-blida2.dz

تاريخ الاستلام: 2020/09/01 تاريخ القبول: 2020/12/04 تاريخ النشر: 2021/01/01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان واقع استخدام سلسلة القيمة وأثرها في تحقيق الأداء على مستوى عينة من 10 مؤسسات اقتصادية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إعداد استبيان والإجابة على أسئلته، وهذا بعد تعيين مجتمع الدراسة ثم عرض الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى أن سلسلة القيمة تعتبر كأداة إستراتيجية ونموذج استرشادي يمكن المؤسسات عينة الدراسة، من تقديم لها معلومات جوهرية، ويسهم في تخفيض التكاليف والوصول إلى رضا العملاء الذي من شأنه أن يحقق الأداء الجيد للمؤسسات محل الدراسة. كما أظهرت الدراسة أن هناك ثغرات متعلقة بتطبيق سلسلة القيمة أهمها هو عدم إدراك منها بالمفهوم الحقيقي لها. **كلمات مفتاحية:** سلسلة القيمة، الأداء، مؤسسة اقتصادية، تخفيض التكاليف، رضا العملاء.

تصنيفات JEL : D23, M51, C80

Abstract:

The objective of this article is to analyze the reality of the use of the value chain and its impact on the performance of a sample of 10 companies. To achieve the objectives of the study, a questionnaire was prepared and

¹ المؤلف المرسل: زاير وافية، الإيميل: w.zair@univ-blida2.dz

questions were answered. And the statistical methods used in the analysis of the study data.

The study revealed that the value chain is seen as a strategic tool and a model that allows the companies in the sample to provide critical information, and help reduce costs and achieve customer satisfaction, thereby enabling businesses studied to obtain good results.

The study also revealed that there were gaps in the application of the value chain, the most important being the lack of awareness of the real concept.

Keywords: Value chain, performance, economic enterprise. Reduce costs, customer satisfaction.

JEL Classification Codes: D23, M51, C80

1. مقدمة:

دفعت بيئة الأعمال الحديثة بالمؤسسات نحو الأخذ بالأساليب الإدارية المعاصرة والتي تتصف في ظل هذه المتغيرات بالديناميكية والتطور الدائم، وقد وجدت في تطبيق سلسلة القيمة ما يحقق لها أهدافها الإستراتيجية ويزيد من قدراتها التنافسية ويطور أدائها.

مشكلة الدراسة: ففي عالم تتسارع فيه انتشار المعلومات لتقدم معطيات جديدة تشكل مقدمات لأفعال وتصرفات جديدة، هذا ما يساعد مؤسساتنا الاقتصادية لاستعمال أسلوب إداري واعي يمكنها من تجاوز واقعها الحالي الشديد التعقيد والمتناقض، وينقلها إلى مرحلة انتقالية تمكنها من الارتقاء بأعلى مستويات الأداء، هذا الأسلوب الإداري المشار إليه هو ما يطلق عليه بسلسلة القيمة، وبناء عليه فإن مشكلة الدراسة تمثلت فيما يلي:

- هل يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ بين تطبيق سلسلة

القيمة وأداء المؤسسات الاقتصادية الجزائرية؟

فرضية الدراسة: وكإجابة مبدئية لمشكلة الدراسة، تم طرح الفرضية التالية:

- هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ لتطبيق سلسلة

القيمة على تحقيق الأداء في مؤسسات عينة الدراسة.

هدف الدراسة: تهدف الدراسة إلى بلوغ هدف رئيسي، يرمي إلى تحليل واقع تطبيق الإدارة لأداة إستراتيجية وهي سلسلة القيمة، وذلك من خلال أبعادها الأربعة والمتمثلة في توفر الرؤية والالتزام لدى

الإدارة العليا، التكلفة الاقتصادية لسلسلة القيمة وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة، تحليل أنشطة المؤسسة، قدرة سلسلة القيمة على توفير المعلومات، وأثرها في تحقيق الأداء من خلال أبعاده الستة والمتمثلة في تقييم المركز التنافسي للمؤسسة، المنظور الإستراتيجي للأداء، التركيز على العميل، مؤشرات الأداء، تمكين العاملين في تحقيق الأداء، التحسين المستمر وذلك على مستوى 10 مؤسسات اقتصادية كعينة عن مؤسسات القطاع الصناعي الخاص في الجزائر.

2. تطوير واختبار نموذج الدراسة: حتى وصلت الاستبانة إلى شكلها النهائي الذي تم اعتماده واستخدامه لتحقيق أهداف الدراسة، مرت عملية تطويرها بعدة مراحل، لتصبح أكثر فهما وتحقيقا لأهداف الدراسة، حيث أصبحت الاستبانة، في شكلها النهائي تحتوي على ثلاثة أقسام.

1.2 أقسام الاستبانة: تحتوى الاستبانة المعتمد عليها في شكلها النهائي على قسمين، وهي على النحو الموالي:

- **القسم الأول:** يهدف إلى التعرف على المتغير المستقل (سلسلة القيمة) ، و فعالية هذا المتغير و الذي يضم أربع أبعاد (توفر الرؤية و الالتزام لدى الإدارة العليا بتطبيق سلسلة القيمة (Muzira, 2012, p. 64)، التكلفة الاقتصادية لسلسلة القيمة وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة (Kumer & P.V, 2016, pp. 74-77)، تحليل أنشطة المؤسسة، قدرة سلسلة القيمة على توفير المعلومات (Strakova, Rajjani, Pártlová, & Váchal, 2020, pp. 2-3)، وقد تكون المقياس من ثلاثة وثلاثون عبارة (33).

- **القسم الثاني:** تناول تحقيق الأداء، كمتغير تابع، باستخدام سلسلة القيمة في مؤسسات عينة الدراسة. ويهدف هذا القسم إلى قياس المتغير التابع بستة أبعاد (تقييم المركز التنافسي للمؤسسة، المنظور الإستراتيجي للأداء (Roko & IsaacOpusunju, 2016, pp. 8-9)، التركيز على العميل، مؤشرات الأداء، تمكين العاملين في تحقيق الأداء، التحسين المستمر للأداء (STIGLITZ, SEN, FITOUSSI, 2016, p. 13)، وقد تكون من اثنين وخمسون عبارة (52).

هذا وقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي، لقياس درجة توفر متغيرات نموذج الدراسة، وقد تم اعتماد: الدرجة (1) للإجابة غير موافق **جدا**، والتي عادة ما يتم الترتيب وفق هذا المقياس في الدراسات لكي يكون الوزن النسبي في هذه الحالة هو 20% وهو يتناسب مع الإجابة المرفوضة

تماما. وقد تم تبني هذا التقسيم ليكون أكثر موضوعية من الوسط المطلق 3، ذلك لأننا نتعامل مع بيانات نوعية، تكون الإجابات فيها متأثرة بانطباعات شخصية تحمل درجة من عدم الدقة.

2.2 الاختبارات الخاصة بالإستبانة: للتأكد من صدق وثبات الإستبانة تم القيام بما يلي:

- **صدق الأداة:** تم التأكد من صدق الأداة من خلال: (البحر و التنحي، 2014)

- **الصدق الظاهري:** إن عملية الصدق الظاهري تقوم على أساس التأكد من أن الفقرات التي تحتويها الإستبانة تؤدي إلى جمع البيانات بدقة، وذلك للتأكد والتعرف على مدى فهم العبارات والكلمات المستخدمة، ودرجة سهولتها ووضوحها لعينة الدراسة.

- **صدق المحتوى:** ويقصد به مدى تعبير فقرات الاستبيان عن أبعاد الدراسة، وأن كل بعد ممثل بشكل دقيق بمجموعة من الأسئلة تعكسه فعليا.

3.2 ثبات الأداة: تم التأكد من ثبات الأداة من خلال:

الجدول 01: معاملات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط	معامل ألفا كرونباخ	المتغير	عدد العبارات
751.0	3.59	0.959	سلسلة القيمة	33
0.821	3.42	0.806	توفر الرؤية والالتزام لدى الإدارة العليا بتطبيق سلسلة القيمة	6
0.790	3.67	0.938	التكلفة الاقتصادية لسلسلة القيمة وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة	15
0.992	3.24	0.942	تحليل أنشطة المؤسسة	7
1.018	3.37	0.939	قدرة سلسلة القيمة على توفير المعلومات	5
655.0	3.75	.9750	تحقيق الأداء	52
.7570	3.51	0.908	تقييم المركز التنافسي للمؤسسة	13
.8190	3.75	0.922	المنظور الإستراتيجي للأداء	9
.6600	3.87	0.936	التركيز على العميل والانطلاق منه	10
.9850	3.55	0.911	مؤشرات الأداء	5
.9250	3.16	0.919	تمكين العاملين في تحقيق الأداء	8
.8460	3.37	0.897	التحسين المستمر للأداء	7
85	مجموع أسئلة الدراسة			

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

4.2 اختبار ثبات نموذج الدراسة: تم حساب معامل الثبات لجميع متغيرات الدراسة، وهذا بغرض التأكد من عدم حصول النموذج على بيانات خاطئة، وبالتالي ضمان إعطائه لنفس النتائج فيما لو أعيد تطبيقه مرة أخرى، على نفس العينة، وفي هذه الحالة نقول أن الأداة تصلح لجمع البيانات، ونتائجها مستقرة بغض النظر عن الشخص الذي يطبق الاختبار أو الذي يصمّمه. قمنا باستخدام معامل الثبات كرونباخ-ألfa لحساب ثبات المقاييس باستخدام برنامج (SPSS). وفي هذا المجال نشير إلى أنّ قيمة معامل الارتباط ألفا تتراوح بين (0-1)، وحتى يتمتع المقياس بالثبات يجب ألا يقل الحد الأدنى لقيمة المعامل في هذا الاختبار عن (0.70). في حين أنّ النسبة المقبولة إحصائياً في الدراسات الإدارية تبلغ (0.60). والجدول التالي يوضح معاملات ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن قيم معامل الثبات لأبعاد سلسلة القيمة تراوحت بين (0.806 - 0.942)، ليأخذ معامل الثبات للمتغير المستقل (سلسلة القيمة) قيمة كلية قدرها (0.959). أما المتغيرات التابعة؛ فقد تراوحت قيم معامل الثبات فيها، بين (0.897 - 0.936)، وكانت قيمة معامل الثبات لهذا المتغير التابع (تحقيق الأداء) ككل (0.975).

وكخلاصة، يمكن القول أن قيم معامل الثبات لجميع فقرات النموذج، قد تراوحت بين (0.959 - 0.975). وتعتبر هذه القيم مقبولة لأنها أكبر من (0.70)، وبناءً على ذلك يمكن القول أن جميع فقرات الدراسة قد حصلت على قيمة جيدة للثبات، ومقبولة لأغراض التحليل الإحصائي، وبالتالي فإن الاختبارات التي تم اعتمادها توفر دلالات على الصدق الظاهري، وصدق المحتوى، وهذا يدل على وجود ترابط واتساق عالي بين العبارات والثبات لنموذج الدراسة.

3. تحليل ومناقشة متغيرات الدراسة

سيتم فيما يلي عرض مقاييس النزعة المركزية من خلال المتوسط الحسابي ومقاييس التشتت من خلال الانحراف المعياري لجميع متغيرات الدراسة لتحديد معدل تواجد كل متغير في عينة البحث، ومعدل تشتته. والتشتت لمجموعة من البيانات هو مقدار تفرق أو تباعد أو انتشار البيانات فيما بينها إذ يعتبر الانحراف المعياري القيمة الأكثر استخداماً من بين مقاييس التشتت الإحصائي لقياس مدى التبعثر الإحصائي، أي أنه يدل على مدى امتداد مجالات القيم ضمن مجموعة البيانات الإحصائية. أما التباين هو معدل مربعات انحرافات العلامات في التوزيع عن الوسط الحسابي، ويكون بذلك الجذر التربيعي للتباين بالنسبة لمجموعة البيانات الإحصائية. ويتأثر التباين أو الانحراف المعياري بالقيم المتباعدة ولكنه لا

يتأثر كثيرا بالتغيرات التي تطرأ على العينة، كما أنهما يرتبطان بالوسط الحسابي للتوزيع، بمعنى أن التشتت الذي نعبّر عنه بالتباين أو الانحراف المعياري ينسب إلى الوسط الحسابي وليس لأي نقطة أخرى في التوزيع. يبيّن الجدول التالي الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من عبارات المتغير المستقل سلسلة القيمة، وأبعاد المتغير التابع الأداء.

الجدول 02: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس الدراسة توفر الرؤية والالتزام لدى

الإدارة العليا

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرمز	العبارات
.846	3.37	B1	الإدارة العليا لديها القناعة التامة بأهمية تبني مفهوم سلسلة القيمة
.902	3.49	B2	إستراتيجية وأهداف تطبيق سلسلة القيمة معروفة لدى كل الموظفين
.873	3.28	B3	الإدارة العليا لديها القدرة والمعرفة الكافية حول تطبيق سلسلة القيمة.
.993	3.12	B4	الإدارة العليا تسعى نحو تخفيض تكلفة الأنشطة والوقت اللازم لتحسين قيمة المنتجات.
1.064	3.51	B5	اهتمام الإدارة العليا بتوفير كافة الإمكانيات من أجل تبني وتطبيق سلسلة القيمة.
1.270	3.51	B6	سعي الإدارة العليا إلى توافق منتجات المؤسسة مع متطلبات السوق.
.821	3.42		توفر الرؤية والالتزام لدى الإدارة العليا بتطبيق سلسلة القيمة:

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من B1 إلى B6)، بُعد توفر الرؤية والالتزام لدى الإدارة العليا من أجل تطبيق أداة سلسلة القيمة، وهو أحد أبعاد سلسلة القيمة، حيث يلاحظ ارتفاع جميع العبارات عن الدرجة المتوسطة للمقياس (ثلاث نقاط) واقترب العبارتين، "اهتمام الإدارة العليا بتوفير كافة الإمكانيات من أجل تطبيق سلسلة القيمة" (B5)، "وسعي الإدارة العليا إلى توافق منتجات المؤسسة مع متطلبات السوق" (B6) من الدرجة العالية للمقياس (أربع نقاط)، حيث بلغ الوسط الحسابي للمقياس الكلي لتوفر الرؤية والالتزام لدى الإدارة العليا (3.42) بانحراف معياري (0.821)، مما يعني أنّ هناك اهتمام نسبي من قبل الإدارة بتبني مفهوم سلسلة القيمة بدرجة متوسطة لهذا البعد. وذلك بالرغم ما أكدته العبارتين (B3) و(B4)، واللذان جاءتا بمتوسط حسابي (3.28) و(3.12) على التوالي، وبانحراف معياري (0.873) و(0.993) على التوالي. ومن خلال المقابلات الشخصية يظهر إيمان هذه المؤسسات بالدور الذي تلعبه أداة سلسلة القيمة

وهذا ما أكدته العبارة (B1)، جاءت بمتوسط حسابي (3.37)، وبانحراف معياري قدره (0.846)، أي بدرجة موافقة متوسطة.

الجدول 03: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس التكلفة الاقتصادية لسلسلة القيمة وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
1.083	3.30	C1	سلسلة القيمة المستخدمة من طرف المؤسسة تتلاءم مع مختلف وظائفها وأهدافها المسطرة
1.021	3.61	C2	تؤمن الإدارة العليا بأن لسلسلة القيمة القدرة على تمكين التغيير الإداري والتنظيمي
.969	3.32	C3	تتفاعل المؤسسة مع المحيط الخارجي لتحليل عملياتها بالاعتماد على سلسلة القيمة.
.952	3.88	C4	يؤدي استخدام سلسلة القيمة إلى رفع كفاءة العاملين مما ينعكس على سرعة إنجاز العمل
.902	3.49	C5	تتسجم سلسلة القيمة مع متطلبات القرارات الإستراتيجية المتعلقة بتحقيق أهداف المؤسسة.
.731	3.84	C6	تساعد سلسلة القيمة على تلبية متطلبات العملاء بالشكل المطلوب .
1.017	3.92	C7	تؤمن الإدارة العليا بأن المعلومات التي توفرها سلسلة القيمة عبارة عن مورد استراتيجي هام ومصدر أساسي للميزة التنافسية .
1.268	3.43	C8	تعمل سلسلة القيمة على تعزيز وبناء الثقافة التنظيمية للعاملين
1.026	3.47	C9	تكسب سلسلة القيمة مختلف الأقسام مرونة كافية في تحليل الأنشطة والعمليات وحل المشكلات التي تواجهها.
.979	3.62	C10	المعلومات التي توفرها سلسلة القيمة توفر عائد مجدي يبرر تكلفتها.
.883	3.68	C11	سلسلة القيمة المستخدمة تساعد في تقوية الموقع التنافسي للمؤسسة من خلال خفض التكاليف .
.774	3.96	C12	سلسلة القيمة المستخدمة تساعد في تقوية الموقع التنافسي للمؤسسة من خلال زيادة المبيعات
.873	3.78	C13	توجد لدى المؤسسة خطة واضحة حول تحليل الأنشطة ومحددة بأهداف معينة وتلتزم الإدارة بتطبيقها.
.986	3.47	C14	تسهم سلسلة القيمة في ضبط النفقات التشغيلية في المؤسسة من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج.
.945	3.49	C15	تسهم سلسلة القيمة في خفض تكلفة الحصول على الموارد من الموردين.
.790	3.67		التكلفة الاقتصادية لسلسلة القيمة وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة:

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من C1 إلى C15)، بعد التكلفة الاقتصادية للسلسلة القيمة وقدرتها على تحقيق أهداف المؤسسة، وهو أحد أبعاد سلسلة القيمة، حيث يلاحظ أنّ الإجابات تقترب من درجة الموافقة العالية للمقياس (أربع نقاط)، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمقياس ككل لبعد

التكلفة الإقتصادية لسلسلة القيمة وقدرتها على تحقيق أهداف المنظمة (3.67)، وبانحراف معياري (0.790)، مما يعني أنّ هناك درجة مرتفعة لهذا البعد، وعموماً فإن الغاية الأساسية التي يصمم من أجلها أي نظام هي اتخاذ قرارات سليمة وبالسرية المطلوبة بحيث تؤدي إلى تحقيق أهداف المؤسسة، والتي يعد تطبيق سلسلة القيمة أحد أهم أهدافها، ولكن نرى أنه على الرغم من إدراك المؤسسات لأهمية سلسلة القيمة وتطبيقاتها، إلا أنها لا تزال بحاجة إلى خطوات جريئة في ما يخص زيادة الإنفاق على هذه الأداة، وهذا لتكلفتها المرتفعة. لقد جاءت العبارة (C7) "تؤمن الإدارة العليا بأن المعلومات التي توفرها سلسلة القيمة عبارة عن مورد إستراتيجي هام ومصدر أساسي للميزة التنافسية" بمتوسط حسابي يقترب من درجة الموافقة العالية، حيث بلغ (3.92) وهذا ما يعكس طبيعة عمل المؤسسات، والتي تعمل في بيئة تتصف بشدة المنافسة، والقائمة على أساس تبني أدوات إستراتيجية، والتي تكسب الميزة التنافسية. وبالتالي فإننا نلمس قناعة وإدراك الأفراد في المستويات الإدارية العليا لأهمية سلسلة كمورد أساسي. في تخفيض التكاليف وهذا ما تؤكداه العبارتين (C14) و(C15) وذلك بمتوسطين حسابيين (3.47) و(3.49) على التوالي.

الجدول 04: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس تحليل أنشطة المؤسسة

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
1.089	3.51	D1	تحليل سلسلة القيمة يساعد المؤسسة على معرفة الأنشطة التي تميزها عن المنافسين والتي تعطي قيمة إضافية للعملاء.
1.078	3.28	D2	تحليل سلسلة القيمة يكشف عن أنشطة ليس لها قيمة من وجهة نظر المؤسسة.
1.052	3.53	D3	تحليل سلسلة القيمة يكشف عن أنشطة لا تضيف قيمة لا للمنتج ولا للعملاء.
1.230	3.36	D4	تحليل سلسلة القيمة يكشف عن أنشطة لها قيمة من وجهة نظر المؤسسة.
.938	3.20	D5	تحليل سلسلة القيمة يكشف عن أنشطة تضيف قيمة للمنتج وللعملاء.
1.012	3.33	D6	تعمل المؤسسة على تبسيط عمليات الإنتاج والتخلص من الأنشطة التي لا قيمة لها للتقليل من الوقت الضائع قدر المستطاع مثل وقت الفحص، التخزين، التنقل، الانتظار وبالتالي تخفيض التكلفة.
1.128	3.36	D7	يكشف تحليل سلسلة القيمة عن تحسين الأنشطة التي تحقق الجودة وتخفيض التكلفة.
.992	3.24		تحليل أنشطة المؤسسة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من D1 إلى D7)، بُعد تحليل أنشطة المؤسسة، وهو أحد أبعاد سلسلة القيمة، حيث يلاحظ أن معظم العبارات ترتفع عن الدرجة المتوسطة للمقياس (ثلاث نقاط)، حيث جاءت العبارة (D1) "تحليل سلسلة القيمة يساعد المؤسسة على معرفة الأنشطة التي تميزها

عن المنافسين والتي تعطي قيمة إضافية للعملاء"، بمتوسط حسابي (3.51)، أي بدرجة موافقة جيدة، وهذا يدل على أن هذه الأداة الإستراتيجية تمكن فعليا مؤسسات عينة الدراسة من معرفة الأنشطة التي يتفوقون بها على منافسيهم، . وقد جاءت كل من العبارات (D2) " تحليل سلسلة القيمة يكشف عن أنشطة ليس لها قيمة من وجهة نظر المؤسسة"، و(D5) "تحليل سلسلة القيمة يكشف عن أنشطة تضيف قيمة للمنتج وللعملاء"، و(D6) " تعمل المؤسسة على تبسيط عمليات الإنتاج والتخلص من الأنشطة التي لا قيمة لها للتقليل من الوقت الضائع قدر المستطاع مثل وقت الفحص، التخزين، التنقل، الانتظار وبالتالي تخفيض التكلفة"، مكملة للعبارة (D1)، بمتوسط حسابي (3.28)، (3.20)، (3.33) على التوالي، أي بدرجة موافقة متوسطة.

الجدول 05: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس قدرة سلسلة القيمة على توفير المعلومات

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرمز	العبارات
.943	3.43	E1	المعلومات التي تقدمها سلسلة القيمة تتوافق مع متطلبات القرارات الإستراتيجية المتعلقة بتحقيق أهداف المؤسسة.
1.112	3.13	E2	سلسلة القيمة توفر معلومات مالية وغير مالية تساعد المؤسسة في التحسين المستمر لإدارة مواردها (الإقتصادية- البشرية).
1.012	3.33	E3	سلسلة القيمة توفر معلومات تساعد على تلبية متطلبات العملاء بالشكل المطلوب.
1.081	3.29	E4	سلسلة القيمة توفر معلومات لقسم المحاسبة والأقسام الأخرى مرونة كافية لتأدية الأنشطة والعمليات وحل المشكلات التي تواجهها.
1.062	3.79	E5	سلسلة القيمة توفر معلومات مالية /غير مالية تساعد المؤسسة في قياس تكلفة الموارد المستخدمة في أداء أنشطتها.
1.018	3.37		قدرة سلسلة القيمة على توفير المعلومات:
.751	3.59		المتغير المستقل: سلسلة القيمة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من E1 إلى E5)، بُعد قدرة سلسلة القيمة على توفير المعلومات، وهو أحد أبعاد سلسلة القيمة، حيث يلاحظ أن معظم العبارات ترتفع عن الدرجة المتوسطة للمقياس (ثلاث نقاط)، حيث تعمل المؤسسات عينة الدراسة من الاستفادة من المعلومات التي توفرها أداة سلسلة القيمة والتي تزيد من دعمها لأهدافها الإستراتيجية وهذا ما تأكده العبارة (E1)، والتي جاءت بمتوسط حسابي (3.43)، أي ضمن درجة الموافقة المتوسطة. وقد نالت العبارة (E5)، المرتبة الأولى والتي جاءت ضمن درجة الموافقة الجيدة، بمتوسط حسابي (3.79). والتي تؤكد أن

سلسلة القيمة توفر معلومات مهمة التي تساعد في خفض التكاليف والتي تنعكس فعليا على الأداء الجيد للمؤسسات عينة الدراسة.

الجدول 06: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس تقييم المركز التنافسي للمؤسسة

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
1.024	3.79	F1	أداء المؤسسة يساعد في تقوية الموقع التنافسي للمؤسسة.
1.100	2.57	F2	أداء المؤسسة يساعد في تقوية الموقع التنافسي للمؤسسة من خلال خفض التكاليف.
.890	3.64	F3	التقييم المستمر للمركز التنافسي يمكن المؤسسة من معرفة ما يميزها عن منافسيها
1.096	3.39	F4	اهتمام المؤسسة بتحليل البيئة الخارجية للتعرف على المتغيرات (سياسية، اقتصادية، ثقافية، اجتماعية) التي تؤثر على عملها في الحاضر والمستقبل.
.943	3.79	F5	اهتمام المؤسسة بتحليل البيئة الداخلية للتعرف على المتغيرات (موارد بشرية/ مالية، آلات) التي تؤثر على عملها.
1.076	3.54	F6	المؤسسة حققت بعض النجاحات في اغتنامها لفرص كانت موجودة في السوق.
1.004	3.71	F7	تمكنت المؤسسة من تجنب بعض الخسائر بسبب تهديدات كانت موجودة في السوق.
1.016	3.64	F8	المؤسسة حققت بعض نجاحات بسبب ما تمتلكه من نقاط قوة داخلها.
1.145	3.25	F9	تمكنت المؤسسة من تجنب خسائر بسبب معالجتها لنقاط ضعف كانت موجودة داخل المؤسسة.
1.243	2.88	F10	تحليل البيئة الخارجية والداخلية يساعد في تحديد جيد لإستراتيجية وأهداف المؤسسة.
1.133	3.59	F11	سلسلة القيمة من الأدوات التي تستخدمها المؤسسة في تقييم مركزها التنافسي.
.980	3.00	F12	المركز التنافسي يسمح بتبني سياسات تنافسية
.878	3.95	F13	تقييم المركز التنافسي يتوقف على تقييم أداء المؤسسة
.757	3.51		تقييم المركز التنافسي للمؤسسة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من F1 إلى F13)، بُعد تقييم المركز التنافسي للمؤسسة، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المرتفعة، بمتوسط حسابي (3.51)، وانحراف معياري (0.757)، وقد نالت العبارة (F13) المرتبة الأولى "تقييم المركز التنافسي يتوقف على تقييم أداء المؤسسة" وذلك بمتوسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (0.878)، وهو جوهر هذه الدراسة والذي انطلق أساسا من أن المؤسسات عينة الدراسة تسعى إلى تحقيق مركز تنافسي في بيئة الأعمال بناء على أدائها الجيد وتقييمه، والذي تحقق نتيجة العمليات الداخلية والاستراتيجيات

التي تبنتها وأداة سلسلة القيمة التي استخدمتها، أما العبارة (F5) "اهتمام المؤسسة بتحليل البيئة الداخلية للتعرف على المتغيرات التي تؤثر عليها" المرتبة الثانية وذلك بمتوسط حسابي (3.79) وبانحراف معياري (0.943) وذلك بدرجة موافقة مرتفعة، كما نالت العبارة (F1) "أداء المؤسسة يساعد في تقوية الموقع التنافسي للمؤسسة" المرتبة الثانية وذلك بمتوسط حسابي (3.79)، وذلك بدرجة موافقة مرتفعة، وقد جاءت هذه النتيجة مكتملة لنتيجة العبارة التي حظيت بالمرتبة الأولى، والذي يزيدنا يقينا عن الدور الذي يلعبه الأداء من أجل أن يوصل المؤسسات عينة الدراسة إلى أعلى المستويات في المراكز التنافسية. أما باقي عبارات بعد تقييم المركز التنافسي فجاءت بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.88 و 3.71) وبانحرافات معيارية تراوحت بين (1.243 و 1.004) أي بدرجة موافقة متوسطة إلى مرتفعة، وهو ما يدعم إجابات هذا البعد.

الجدول 07: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس المنظور الاستراتيجي للأداء

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرمز	العبارات
.899	3.57	G1	تشمل رسالة المؤسسة المبادئ الأساسية لسلسلة القيمة والتي يؤمن بها جميع العاملين
.743	4.14	G2	تعتبر المؤسسة سلسلة القيمة إستراتيجية واضحة لها.
.944	3.55	G3	تقوم المؤسسة بتوفير الموارد والمعدات اللازمة لتنفيذ الأنشطة الرئيسية والداعمة لها
.969	3.68	G4	تحرص المؤسسة بشكل مستمر على تقليل الفجوة ما بين إدراك المستهلكين حول قيمة المنتجات وما بين القيمة الفعلية المقدمة لهم.
.945	3.53	G5	تتمم المؤسسة بتطبيق سلسلة القيمة على مستوياتها لتخفيض التكاليف
.900	3.45	G6	يتم ترجمة سياسة واستراتيجيه القيمة إلى مجموعة من الأهداف القابلة للقياس
.995	3.75	G7	تحرص المؤسسة على تحقيق القيمة وجاذبية منتجاتها.
.945	3.99	G8	تحرص المؤسسة على توفير منتجاتها بأشكال وأحجام مختلفة بناء على دراسة رغبات المستهلكين.
1.005	3.95	G9	تحرص المؤسسة على تقديم تشكيلة واسعة من المنتجات لتلبية حاجات ورغبات أكبر عدد ممكن من العملاء.
.819	3.75	المنظور الاستراتيجي للأداء	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من G1 إلى G9)، بُعد المنظور الاستراتيجي للأداء، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المرتفعة، بمتوسط حسابي (3.75)، وبانحراف معياري (0.819)، إذ نجد أن المؤسسات عينة الدراسة، تؤمن أن المنظور

الاستراتيجي للأداء، يتم على أساس وضع رؤية تنظيمية لأهداف الأداء، ثم تطوير الإستراتيجية التي تمكنها من تغيير ثقافتها التنظيمية، ولهذا تعمل جاهدة على تضافر الجهود بين جميع إداراتها، عموديا وأفقيا، وبجميع محتوياتها، وأن تعتمد على استخدام كافة الأساليب والقدرات البشرية المتاحة، معتمدة على سياسات وبرامج إستراتيجية متكاملة فيما بينها، كل هذا يمكنها من الوصول إلى تحقيق متطلبات واحتياجات العملاء على اختلاف أذواقهم، وهذا وفق رؤيتها الإستراتيجية بعيدة المدى.

الجدول 08: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس التركيز على العميل

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
.864	3.88	H1	أسلوب سلسلة القيمة هو أسلوب إداري لتحقيق النجاح طويل الأمد من خلال تحقيق رضا العملاء الداخليين والخارجيين للمؤسسة.
.808	3.47	H2	تقوم المؤسسة بإجراء دراسات مسحية حول حاجات المستهلكين ورغباتهم لتقدم منتجات تفوق توقعاتهم وتجعلهم أكثر سعادة.
.854	3.43	H3	يتم التعرف على مدى رضا العملاء عن المنتجات المقدمة لهم من خلال آراء الموظفين أنفسهم باعتبارهم مستهلكين لمنتجات المؤسسة.
1.005	4.05	H4	بالإضافة إلى المحافظة على العملاء الحاليين تسعى المؤسسة إلى جذب عملاء جدد
.945	3.47	H5	تقوم الإدارة بإشراك العملاء الداخليين في التخطيط لتحقيق قيمة المنتجات المرجوة
1.007	4.16	H6	تعتبر المؤسسة أن رضا العميل هو مفتاح لنجاحها أو فشلها
1.038	3.96	H7	تعمل المؤسسة على تلبية احتياجات عملائها إلى الحد الذي يجعلهم مفتخرين باقتناء منتجاتها
.971	3.83	H8	تحرص المؤسسة على الاتصال المباشر مع العملاء بقصد تقديم الخدمة في الوقت المناسب
.936	3.63	H9	توجد في المؤسسة أنظمة وقواعد بيانات تحتفظ بمعلومات عن العملاء والأسواق
.797	3.63	H10	تقوم المؤسسة بالتخطيط والتصميم لمنتجاتها المستقبلية وتحديد مواصفاتها من خلال وجهة نظر العميل
.660	3.87		التركيز على العميل

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من H1 إلى H10)، بُعد التركيز على العميل والانطلاق منه، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المرتفعة، بمتوسط حسابي (3.87)، وانحراف معياري (0.660). فالمؤسسات عينة الدراسة، تسعى إلى تحقيق درجة عالية من رضا العملاء، إذ تعتبر رضا العملاء أهم محاور ومتطلبات تطبيق الأداء. وهذا ما تأكده العبارات (H1) "أسلوب سلسلة القيمة هو أسلوب إداري لتحقيق النجاح طويل الأمد من خلال

تحقيق رضا العملاء الداخليين والخارجيين للمنظمة، والعبارة (H2) "تقوم المؤسسة بإجراء دراسات مسحية حول حاجات المستهلكين ورغباتهم لتقديم منتجات تفوق توقعاتهم وتجعلهم أكثر سعادة"، والعبارة (H5) "تقوم الإدارة بإشراك العملاء الداخليين في التخطيط لتحقيق قيمة المرجوة للمنتجات"، والتي جاءت بمتوسطات حسابية (3.88)، (3.43)، (3.47)، على التوالي، فإدراك المؤسسات عينة الدراسة بأن العميل أساس ومحور كل الجهود في سلسلة القيمة وتحقيق الأداء سوى، فهي تتخذ كل التدابير التي تمكنها من تقييم مستوى رضا عملائها، وهذا ما تأكده العبارات (H6) "تعتبر المؤسسة أن رضا العميل هو مفتاح لنجاحها أو فشلها"، والعبارة (H7) "تعمل المنظمة على تلبية احتياجات عملائها إلى الحد الذي يجعلهم معترزين ومفتخرين باقتناء منتجاتها"، والعبارة (H8) "تحرص المنظمة على الاتصال المباشر مع العملاء بقصد تقديم الخدمة في الوقت المناسب"، والتي جاءت بمتوسطات حسابية (4.16)، (3.96)، (3.83)، على التوالي، أي ضمن درجة الموافقة المرتفعة.

الجدول 09: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس مؤشرات الأداء

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرمز	العبارات
1.022	3.91	I1	تعتبر المؤسسة أن زيادة الحصة السوقية دليل على الأداء الجيد.
.961	3.72	I2	تعتبر المؤسسة أن رضا العملاء دليل على الأداء الجيد.
.880	3.16	I3	تعتبر المؤسسة أن ولاء العملاء دليل على الأداء الجيد.
1.055	3.36	I4	تعتبر المؤسسة أن انخفاض تكلفة منتجاتها دليل على الأداء الجيد.
1.055	3.64	I5	تعتبر المؤسسة أن زيادة الأرباح دليل على الأداء الجيد.
.985	3.55		مؤشرات الأداء

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من I1 إلى I5)، بُعد مؤشرات الأداء، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المرتفعة، بمتوسط حسابي (3.55)، وبانحراف معياري (0.985)، وقد نالت العبارة (I1) المرتبة الأولى "تعتبر المؤسسة أن زيادة الحصة السوقية دليل على الأداء الجيد" بمتوسط حسابي (3.91) بدرجة موافقة مرتفعة، ذلك لان قاعدة العملاء من الأهداف الإستراتيجية للمؤسسات عينة الدراسة، وقد نالت العبارة (I2) المرتبة الثانية "تعتبر المؤسسة أن رضا العملاء دليل على الأداء الجيد" وذلك بمتوسط حسابي (3.72) وبانحراف

معياري (0.961)، وهذا ما تكمله نتيجة العبارة الأولى وتؤكدده، أما العبارة (I5) فقد نالت المرتبة الثالثة "تعتبر المؤسسة أن زيادة الأرباح دليل على الأداء الجيد" وذلك بمتوسط حسابي (3.64) ، وهو أمر منطقي ويؤكد على ترابط وتسلسل أسئلة الاستبيان.

الجدول 10: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس تمكين العاملين لتحقيق الأداء

الانحراف المعياري	الوسط حسابي	الرمز	العبارات
.423	3.92	J1	تحرص المؤسسة على استقطاب العناصر المبدعة التي لها مهارة في التعامل مع التكنولوجيات الجديدة.
.000	3.25	J2	يتم تدريب العاملين باستمرار على استخدام التكنولوجيا التي تسهل عمليات التواصل بين مختلف مستويات المؤسسة.
.503	3.28	J3	يتم تشكيل فرق عمل، وإعطائها الحرية في العمل لتحقيق الأداء المتميز والتحسين المستمر
.607	3.28	J4	تؤمن المؤسسة ببرامج تدريب في سلسلة القيمة للعاملين وعلى مختلف المستويات الإدارية
.668	3.28	J5	تضمن المؤسسة آراء واقتراحات العاملين في حل المشاكل المتعلقة بالزبائن أو إدارة العمليات.
.910	2.82	J6	تقوم المؤسسة بتحفيز وتشجيع العاملين على أدائهم المتميز من خلال المكافآت المادية.
.395	2.72	J7	تقوم المؤسسة بتحفيز وتشجيع العاملين على أدائهم المتميز من خلال المكافآت المعنوية.
.798	2.76	J8	تشجيع المنافسة الايجابية بين العاملين في مختلف الأقسام بما يخدم المصلحة العامة للمؤسسة.
.925	3.16		تمكين العاملين لتحقيق الأداء

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من J1 إلى J8)، بُعد تمكين العاملين، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المتوسطة، بمتوسط حسابي (3.16)، وبانحراف معياري (0.925). إذ يعد المورد البشري الفعال أحد أهم العوامل المساعدة على استمرارية نجاح تطبيق أداة سلسلة القيمة، الأمر الذي يستوجب على المؤسسات أن توليه عناية واهتمام كبيرين، ويكون هذا من خلال الإدارة الفعالة لجميع النواحي الخاصة به، بدء من وضع نظام الاختيار والتعيين، وشغل الوظائف، وتقييم الأداء، وبرامج التدريب وأسلوب التحفيز المستمر، وتشجيع روح العمل الجماعية (فرق العمل) ، وتشجيع المشاركة والتعاون في حل مختلف المشاكل، وتقديم الحلول لتحقيق التحسين المستمر. إن أنظمة المكافآت والتحفيز المادي والمعنوي، والتي من شأنها أن ترفع من أداء العاملين، وبالتالي تحسين أدائهم، لا ترقى إلى المستوى المطلوب حيث أكد العديد من العاملين، خلال المقابلات الشخصية، أنه بالرغم من أنهم غير راضين على نظام الحوافز

والمكافآت، إلا أنه لو كانت هناك التفاتة شخصية من طرف مسؤوليهم، تثن عملهم حتى ولو كانت بطريقة شفوية، لكان لهذا أثر إيجابي على معنوياتهم، والذي ينعكس حتما على الأداء الكلي للمؤسسة، وهذا ما تأكده العبارتين (J3)، و(J5)، والتي جاءت بمتوسط حسابي (3.28)، أي بدرجة موافقة متوسطة، والعبارات (J6)، و(J7)، و(J8)، والتي جاءت بمتوسط حسابي (2.82)، (2.72)، (2.76)، على التوالي، أي بدرجة موافقة ضعيفة.

الجدول 11: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمقياس التحسين المستمر للأداء

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الرمز	العبارات
.909	3.38	K1	تستخدم المؤسسة أساليب علمية لتحسين الأداء باستمرار وفي كافة مجالات العمل
.901	3.47	K2	تعمل المؤسسة على تبسيط عمليات الإنتاج والتخلص من الأنشطة التي لا قيمة لها لتقليل من الوقت الضائع قدر المستطاع.
.853	3.79	K3	تؤمن المؤسسة أن التحسين المستمر لأدائها يؤدي إلى اكتساب ميزة تنافسية والحفاظة عليها
.897	3.41	K4	تسعى المؤسسة إلى تحسين العلاقات، وتحقيق التكامل بين أهدافها وأهدافهم.
1.022	2.91	K5	المعلومات المرتدة متاحة للجميع في المؤسسة وتستخدم في تطوير الأداء
.976	3.14	K6	تحديد الفجوات ونقاط الضعف في المؤسسة والعمل على التحسين والتطوير الأداء باستمرار.
.982	3.41	K7	تحرص المؤسسة على الاتصال المباشر مع العملاء لمعرفة مدى رضاهم عن الأداء الظاهر في المنتجات المقدمة لهم.
.846	3.37		التحسين المستمر للأداء
.655	3.75		المتغير التابع: تحقيق الأداء

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

تقيس العبارات (من K1 إلى K7)، بُعد التحسين المستمر، وهو أحد أبعاد تحقيق الأداء، ويلاحظ أن عبارات البعد ككل، جاءت ضمن درجة الموافقة المتوسطة، بمتوسط حسابي (3.37)، وبانحراف معياري (0.846)، إن بيئة الأعمال الحديثة يعد الشيء الأساسي الثابت فيها، هو التغيير المستمر، فاحتياجات وتوقعات العملاء في تغير مستمر، كما أن المنافسة الشديدة تدفع بالأداء إلى أعلى المستويات، كل هذا يقدم تحديات جديدة للوصول إلى تحقيق الأداء داخل مؤسسات محل الدراسة، لهذا فإن التحسين المستمر يمثل أحد أهم المتطلبات التي يجب أن ترسخ في ثقافة وفلسفة المؤسسات. وبالنظر إلى المتوسط العام للمتغير التابع (تحقيق الأداء)، والمبين في

الجدول أعلاه، نجد أنه جاء ضمن درجة الموافقة المرتفعة، وبوسط حسابي (3.75)، وبانحراف معياري (0.655).

4. اختبار الفرضية ومناقشة نتائجها

من خلال ما يلي، سيتم اختبار الفرضية التي تم طرحها، مع مناقشة أبرز النتائج التي تم التوصل إليها. وقد استخدمنا أسلوب تحليل الانحدار Regression، لاختبار فروض الدراسة، ومعرفة التأثير النسبي لكل متغير من المتغيرات المستقلة على المتغير التابع، بالإضافة إلى معرفة مقدرة النموذج على تفسير التغيرات التي تحدث في المتغير التابع، وقد تم استخدام اختبار تحليل الانحدار عند مستوى معنوية 5%. وفيما ما يلي سيتم عرض نتائج تحليل الانحدار بطريقة Enter، لتأثير أبعاد سلسلة القيمة على تحقيق الأداء. كما استخدمنا الاختبارات اللامعلمية مثل:

- **معامل الارتباط سيرومان**، ويستخدم هذا المعامل من أجل معرفة فيما إذا كان هناك ارتباط بين متغيرين أو أكثر، وكذا قياس درجة الارتباط بينهما، وتراوح قيمة معامل الارتباط بين الصفر والواحد، حيث أن اقتراب قيمة معامل الارتباط من الصفر تفسر بأن العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع ضعيفة، في حين اقتراب قيمة المعامل من الواحد تفسر بأن العلاقة بين المتغيرين قوية، أما إذا كانت قيمة معامل الارتباط تساوي الصفر، فهي بذلك تشير إلى عدم وجود علاقة بين المتغيرين، ويقال للعلاقة بأنها تامة عندما تساوى قيمة معامل الارتباط الواحد، وإذا كانت إشارة معامل الارتباط موجبة يعني أن العلاقة طردية، وإذا كانت سالبة يعني أن العلاقة عكسية، وقد تم استخدام معامل الارتباط في الدراسة الحالية، لمعرفة طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل سلسلة القيمة، والمتغير التابع تحقيق الأداء، وكذا قياس درجة الارتباط بينهما. وقد حددنا قوة الارتباط كما يلي:

- ارتباط ضعيف: أقل من 0.30؛ ارتباط متوسط: من 0.30 إلى 0.60؛ ارتباط قوي: أكثر من 0.60.

1.4 اختبار صحة الفرضية

تفيد قاعدة القرار إلى أنه يتم قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم عندما تكون T المحسوبة أكبر من T الجدولية (1.984) وبمستوى معنوية أقل من (0.05).

قبل البدء في تحديد أثر تطبيق سلسلة القيمة في تحقيق الأداء في المؤسسات محل الدراسة، لا بد من معرفة العلاقة بين المتغير المستقل، بأبعاده المختلفة، والمتغير التابع بأبعاده المختلفة،

لتكون هذه العلاقة منطلقا لقياس هذا الدور، والجدول التالي يبين معامل الارتباط سبيرمان بين المتغيرات كما يلي:

الجدول 12: نتائج اختبار معامل الارتباط سبيرمان

تطبيق سلسلة القيمة	قدرة سلسلة القيمة على توفير المعلومات	تحليل أنشطة المؤسسة	التكلفة الاقتصادية لسلسلة وقدرتها على تحقيق أهداف المنظمة	تقييم المركز التنافسي	المستقل
					التابع
القيمة	0.530**	0.529**	0.554**	10.29*	توفر الرؤية والالتزام لدى الإدارة العليا
	0.336**	0.172	0.387**	0.298**	المنظور الاستراتيجي للأداء
	0.351**	0.293*	0.709**	0.645**	التركيز على العميل
	0.353**	0.356**	0.648**	0.302**	مؤشرات الأداء
	0.575**	0.570**	0.675**	0.649**	تمكين العاملين
	0.599**	0.514**	0.463**	0.561**	التحسين المستمر
0.629**					تحقيق الأداء

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أنه:

- توجد علاقة ارتباط إيجابية قوية نوعا ما عند مستوى الدلالة 0.00، بين تطبيق سلسلة القيمة عموما وتحقيق الأداء، وبلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان (0.629).

وللإجابة على المشكلة المطروحة انطلقت هذه الدراسة من الفرضية التالية:

الفرضية: هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لتطبيق سلسلة القيمة على تحقيق الأداء في مؤسسات عينة الدراسة. أما فرضية العدم H_0 فتفيد بأنه لا يوجد دور إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لتطبيق سلسلة القيمة في تحقيق الأداء على مستوى مؤسسات عينة الدراسة.

2.4 اختبار صلاحية النموذج وقدرته التفسيرية

لقد تم اختبار صلاحية نموذج العلاقة التأثيرية لاستخدام سلسلة القيمة على تحقيق الأداء، من

خلال تحليل التباين بين هذه المتغيرات، كما هو موضح بالجدول الموالي:

الجدول 13: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية^a ANOVA Model Summaray and

المتغير المستقل	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد R ²	معامل التحديد المعدّل	الخطأ المعياري للتقدير	قيمة (F)	مستوى الدلالة Sig	درجات الحرية df
المتغير المستقل	.763 ^{a0}	.5820	.5590	.4350	24.760	0.000 ^b	75

a. Dependent Variable: Y تحقيق الأداء

b. Predictors: (Constant), Operational_IS سلسلة القيمة

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول أعلاه، أنّ هذا النموذج يتمتع بالصلاحية في اختبار العلاقة التأثيرية لتطبيق سلسلة القيمة، على تحقيق الأداء في مؤسسات عينة الدراسة، حيث بلغت قيمة F (24.760)، وبمستوى معنوية (0.00)، وهي أقل من (0.05) مما يعني أن هذا النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع. ويبيّن الجدول أيضاً، أنّ معامل الارتباط بين المتغير المستقل (سلسلة القيمة) والمتغير التابع (الأداء)، قد بلغ (0.763)، وأنّ معامل التحديد بلغ (0.582)، وهذا يعني أنّ تطبيق سلسلة القيمة، يفسر ما مقداره (58.2%) من التحسن الحاصل في تحقيق الأداء في المؤسسات عينة الدراسة، وهي قوة تفسيرية معتبرة، تدل على تأثير سلسلة القيمة على تحقيق الأداء، وأنّ نسبة (41.8%) ترجع إلى متغيرات أخرى لم تكن موضوع الدراسة.

3.4 نتائج تحليل الانحدار: فيما يلي سيتم عرض نتائج تحليل الانحدار لتأثير تطبيق سلسلة القيمة على تحقيق الأداء في المؤسسات عينة الدراسة. يوضح الجدول التالي تأثير المتغير المستقل (سلسلة القيمة)، في المتغير التابع (تحقيق الأداء).

الجدول 14: معاملات الانحدار لأثر تطبيق سلسلة القيمة في تحقيق الأداء في مؤسسات عينة الدراسة

الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة Sig	T	المعاملات المعيارية	المعاملات غير المعيارية		النموذج Model
			Standardized Coefficients	Std.Error	B معاملات	
	.000	6.147		.289	1.778	الثابت
معنوي	.000	6.962	.629	.079	.549	سلسلة القيمة

الأداء

a. Dependent Variable: Y

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق، أن T المحسوبة (6.962)، أكبر من T الجدولية (1.96)، وأن مستوى المعنوية أقل من (0.05)، وبالتالي فإن تطبيق سلسلة القيمة (X)، يؤثر طردياً على تحقيق الأداء، مما يقتضي رفض فرضية العدم، والتي تنص على أن تطبيق سلسلة القيمة (X) لا يؤثر على تحقيق الأداء (Y)، وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أنه يؤثر تطبيق سلسلة القيمة في المؤسسات عينة الدراسة، على تحقيق الأداء. حيث يشرح نموذج الانحدار (58.2%) من التغير الحاصل في تحقيق الأداء.

$$Y = 1.778 + 0.549x$$

وقد تم اقتراح النموذج التالي:

إذاً بناءً على التحليل الإحصائي، والنتائج السابقة، يتم قبول الفرضية:

يؤثر تطبيق سلسلة القيمة معنوياً في تحقيق الأداء على مستوى مؤسسات عينة الدراسة.

5. خاتمة:

قمنا خلال هذه الدراسة الميدانية بتحليل واقع استخدام التطبيقات المختلفة لسلسلة القيمة، وكيفية دعمها لتحقيق الأداء من طرف المؤسسات العاملة في القطاع الصناعي الخاص في الجزائر. وقد تمت هذه الدراسة من خلال تصميم إستبانة وزعت على عدد من المدراء والعاملين على مختلف مستوياتهم وتخصصاتهم في المؤسسات عينة الدراسة، ومن خلال الاستعانة ببرنامج (SPSS, V.22) تم تحليل مدخلات ونتائج الدراسة، والتي خلصت إلى أن سلسلة القيمة المستخدمة تؤثر إيجابياً في تحقيق الأداء في المؤسسات عينة الدراسة، ولكن لا ترقى إلى المستوى المطلوب، إذ أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مشوار طويل لتصل إلى التطبيق الفعلي والفعال لها مقارنة بنظيراتها من المؤسسات الاقتصادية في الدول الأخرى.

لكن من جهة أخرى، خلصنا إلى أن هناك إمكانية تطبيق سلسلة القيمة في مؤسسات عينة الدراسة، خصوصا وأنها تملك من المقومات ما يكفي من توافر المهارات الفنية والتقنية التي تدل على حرصها على جلب رأس المال الفكري وقوة المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة على توفير الإمكانيات المالية والمادية، ووجود برامج تدريبية متخصصة لتأهيل وتدريب العاملين، ووعي حقيقي بأهمية الثقافة التنظيمية، وبالتالي توافر أهم متطلبات سلسلة القيمة والذي يؤهل المؤسسة لأن تطبقها بفعالية، باعتبارها من الركائز الفعلية لتحقيق الأداء.

Bibliographie

1. Kumer, D., & P.V, R. (2016, 01 01). Value chain : a conceptual framework. *International journal of engineering and management sciences* , 07, pp. 74-77.
2. Muzira, T. J. (2012). Développement des chaines de valeur au service du travail décent (DECAV). p. 64.
3. Roko, L. P., & IsaacOpusunju, M. (2016, Octobre). Value chain and performance in agro allied small and medium scale enterprise Sokoto State, Nigeria. *International Journal of Business and Social Research* , pp. 8-9.
4. STIGLITZ, J., SEN, A., & FITOUSSI, J.-P. (2016). Mesure des performances économiques et du progress social reexamine, Réflexionx et vue d'ensemble des questions abordées. p. 13.
5. Strakova, J., Rajiani, I., Pártlová, P., & Váchal, J. (2020, Février). Use of the value chain in the process of generating a sustainable strategy on the example of manufacturing and industrial enterprises in the Czech republic. *Sustainability* , pp. 2-3.
6. غيث البحر ود معن التنجي. (2014). التحليل الإحصائي للإستبيانات برنامج IBM SPSS. تركيا: مركز سبر للدراسات الإحصائية والسياسات العامة.