

أثر التوجه الريادي على أداء قطاع الصناعات الغذائية في الأردن: الدور الوسيط لإدارة سلسلة التوريد

عمر سليمان عربيات مرح محمد قطيشات

جامعة البلقاء التطبيقية، كلية الاعمال، السلط، الاردن

ملخص

هدفت الدراسة إلى بحث أثر التوجه الريادي في الأداء لشركات الصناعات الغذائية الأردنية بشكل مباشر وغير مباشر من خلال إدارة سلاسل التوريد كمتغير وسيط وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة من الشركات العاملة في الصناعات الغذائية واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات الأولية. كما استخدمت عددا من الأساليب الإحصائية أبرزها تحليل الانحدار المتعدد وتحليل الانحدار البسيط.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتوجه الريادي في الأداء لشركات الصناعات الغذائية الأردنية. ووجود أثر ذي دلالة إحصائية للتوجه الريادي في إدارة سلاسل التوريد، ووجود أثر ذي دلالة إحصائية للتوجه لإدارة سلاسل التوريد على الأداء. ووجود أثر ذي دلالة إحصائية للتوجه الريادي على الأداء لشركات الصناعات الغذائية الأردنية بوجود إدارة سلاسل التوريد، حيث وجدت الدراسة أن إدارة سلاسل التوريد تتوسط جزئياً في العلاقة بين التوجه الريادي والأداء. ومن أبرز توصيات الدراسة ضرورة العمل على تعزيز عملية الابتكار لتتمكن الشركات باستمرار من تقديم منتجات جديدة وأهمية التحسين من استراتيجية المخاطرة.

الكلمات الدالة: التوجه الريادي، إدارة سلاسل التوريد، الأداء، شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

المقدمة

إحتلت الشركات الصناعية حيزا كبيرا في الاقتصاد الأردني مما أظهر دورها البارز في التنمية الاقتصادية (دلبيمي وآخرون، 2019) هذا من جانب النمو الاقتصادي، ومن جانب آخر ساعدت على الحد من ظاهرة البطالة ومعالجة مشكلة الفقر من خلال العمل على تعزيز وتمكين مفهوم التوظيف الذاتي في إنشاء الشركات الصناعية التي تركز على مفهوم الريادة من خلال توجيهها الدائم نحو الإبداع والابتكار كأداة تعمل على زيادة القيمة المضافة لمنتجاتها. وتعد عمليات التصنيع الغذائي وتداولها بطريقة سليمة أمرا بالغيا في الأهمية لتوفير الغذاء الصحي ولذلك تعد من أكبر الصناعات من حيث الحجم ورأس المال ومن أسرع الصناعات نموا وذلك يعود لأسباب عديدة منها الزيادة في عدد السكان، وتعدد رغبات المستهلكين؛ وتباين احتياجاتهم للمنتجات الغذائية (الحواني، 2008) وبالإضافة إلى ذلك أوضحت الدراسات أن الشركات الصناعية ذات التوجه الريادي هي الأفضل على البقاء والاستمرار في سوق العمل التنافسي (عيسى وآخرون، 2010). كما اشارت الى وجود تأثير لإدارة سلاسل التوريد على معدل الأداء كدور وسيط. ولفهم العوامل التي تؤثر على معدل الأداء وأهميتها في تقدم الشركات، من الضروري تحليل الأثر المتوقع للتوجه الريادي في قطاع الصناعات الغذائية الأردني على أدائه، مع الأخذ بعين الاعتبار دور إدارة سلاسل التوريد كمتغير وسيط (Johnson & Lee, 2020). في ظل تزايد حدة المنافسة وتأثير التوجه الريادي على أداء الشركات، أصبحت سلاسل التوريد تشكل ظاهرة مهمة تساعد الشركات على تحقيق تحولات جذرية تنعكس إيجابياً على معدل أدائها (Smith et al., 2018). بناءً على ذلك، أصبح تقدم الشركات مرتبطاً بمدى تطورها في إدارة سلاسل التوريد، وذلك من خلال الاستراتيجيات التي تطبقها والأثر الإيجابي لهذه الاستراتيجيات على الأداء (Brown, 2019).

مشكلة الدراسة

تواجه شركات الصناعات الغذائية الأردنية العديد من التحديات لا سيما في سنواتها الأولى وذلك يعود إلى سعيها الدائم لتحقيق أهدافها على النمو المتواصل من أجل على حصة سوقية مقبولة تضمن تحقيقها للأرباح (جبريل، وآخرون، 2017) ونظرا لهذه التحديات يجب أن توجه هذه الشركات كافة جهودها من أجل تحسين معدل الأداء مما على الكفاءة، هذه الدراسة تبحث أثر توظيف التوجه الريادي على تحسين معدل الأداء لشركات الصناعات الغذائية الأردنية بالإضافة إلى الدور المعدل لإدارة سلاسل التوريد وذلك تسعى الدراسة الى تناول مشكلة الدراسة من خلال الاجابة على الأسئلة الآتية:

- 1- السؤال الأول: هل يوجد أثر للتوجه الريادي على معدل الأداء في شركات الصناعات الغذائية الأردنية؟
- 2- السؤال الثاني: هل يوجد أثر للتوجه الريادي على إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية؟
- 3- السؤال الثالث: هل يوجد أثر لإدارة سلاسل على معدل الأداء في شركات الصناعات الغذائية الأردنية؟
- 4- السؤال الرابع: هل يوجد أثر للتوجه على معدل الأداء من خلال إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

أهمية الدراسة:

تعد هذه الدراسة الأولى من نوعها في الأردن، حيث تناولت أثر التوجه الريادي على الأداء في قطاع شركات الصناعات الغذائية الأردنية مع وجود إدارة سلاسل التوريد كمتغير وسيط. تعاني المكتبة العربية من ندرة في هذا النوع من الدراسات، مما دفع الباحثين إلى تطوير نموذج خاص للدراسة الحالية. تم التركيز على أهم أبعاد المتغير المستقل، وهو التوجه الريادي، مع تسليط الضوء على أبعاد المتغير الوسيط، إدارة سلاسل التوريد، الأكثر شيوعاً استناداً إلى الدراسات المرتبطة في عام 2021 (Al-Zu'bi et al., 2021). قامت الدراسة بقياس الأداء من خلال بُعدي الأداء المالي والأداء غير المالي، بهدف تحديد دور كل من المتغير المستقل والدور الوسيط في تحسين معدل الأداء (Khasawneh & Zu'bi, 2020).

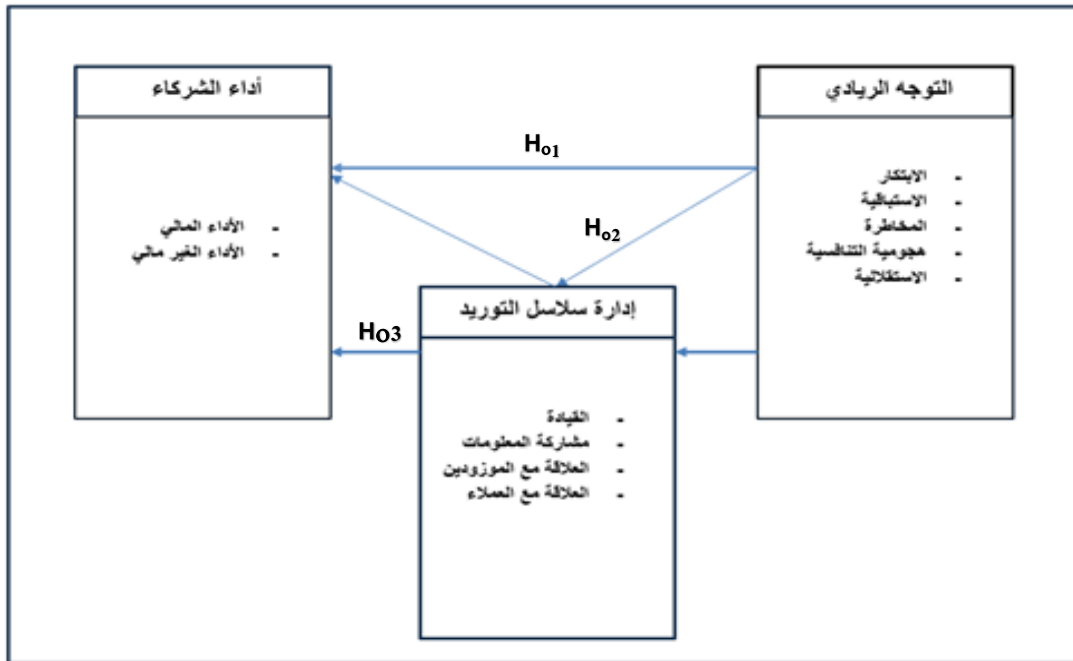
أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة أثر التوجه الريادي على أداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية لإدارة سلاسل التوريد كمتغير وسيط ومن خلال ذلك فإن الدراسة تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مستوى التوجه الريادي في قطاع شركات الصناعات الغذائية الأردنية.
- التعرف على أثر التوجه الريادي على أداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية.
- التعرف على تأثير إدارة سلاسل التوريد على أداء قطاع شركات الصناعات الغذائية الأردنية.
- التعرف على أثر الوسيط (سلسلة التوريد) على العلاقة بين التوجه الريادي وأداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

نموذج ومتغيرات الدراسة:

تم تطوير واستنباط نموذج الدراسة من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة وتم أخذ المتغير المستقل ريادة الأعمال المتمثلة بأبعاده (الابتكار، المخاطر، الاستباقية) (الحواني، 2017) و (الهجومية والتنافسية، والاستقلالية) (على وآخرون، 2020) وتم أخذ المتغير الوسيط إدارة سلاسل التوريد (القيادة) (Habeeb et., 2019) (والعلاقة مع العملاء، والعلاقة مع الموردين) وبعد مشاركة المعلومات (Alahmad, 2021) وتم أخذ المتغير التابع (أداء الشركات الصناعية الغذائية).



الشكل (1) نموذج الدراسة

فرضيات الدراسة

بناءً على أسئلة الدراسة ونموذجها تم صياغة الفرضيات الرئيسية التالية التي تم اختبارها واستخلاص النتائج والتوصيات من خلالها وذلك على النحو الآتي:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتوجه الريادي بأبعاده على أداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية

وينفرد عنها الفرضيات الفرعية التالية:

H01-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتوجه الريادي بأبعاده على الأداء المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية.

H01-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتوجه الريادي بأبعاده على الأداء غير المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية.

الفرضية الرئيسية الثانية:

H02: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتوجه الريادي بأبعاده على إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

الفرضية الرئيسية الثالثة:

H03: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة سلاسل التوريد على أداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

وينفرد عنها الفرضيات الفرعية التالية:

H03-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة سلاسل على الأداء المالي للشركات الصناعات الغذائية الأردنية.

H03-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لإدارة سلاسل التوريد على الأداء غير المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية.

الفرضية الرئيسية الرابعة

H04: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتوجه الريادي على الأداء من خلال إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

الإطار النظري والدراسات السابقة

التوجه الريادي

التوجه الريادي عبارة عن حزمة من الإجراءات والعمليات والأساليب التي تقوم بها الإدارة العليا من أجل تحسين وتطوير ما تقدمه من منتجات جديدة أو منتجات تقدمها بطريقة مختلفة (شين، 2016). وقد ذكر (Basco et al., 2020) أن التوجه الريادي هو طريقة تفكير متأصلة في ثقافات الشركات حيث تعمل على زيادة تفاعل الموظفين مع بيئة العمل بطريقة تدعم من أداء الابتكار والتفرد وزيادة القدرة التنافسية للشركة وصولاً لتحقيق أداء مرتفع (Bisbe & Malaguen, 2015) وهو عبارة عن إستراتيجية تتكون من أربعة أبعاد يوجد فيها المخاطرة وكل من سلوك الابتكار والاستباقية في أن واحد لاقتناص الفرص الجديدة التي تتواجد في سوق العمل قبل المنافسين مما يؤدي إلى زيادة ضخ التدفقات النقدية الإيجابية وتقليل التدفقات النقدية السالبة؛ وتأخير دخول منافسي جدد إلى السوق. (Zehir et al., 2015)

أبعاد التوجه الريادي

قدم Miller (1983) لأول مرة- الأبعاد الثلاثة: المخاطرة والابتكار والاستباقية وبتناول الدراسات ذات الصلة بين عام (1996-2021) تركز هذه الدراسة على أهم خمسة أبعاد تمثل التوجه الريادي هي (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، الهجومية والتنافسية، والاستقلالية).

الابتكار (innovation)

يُعرّف الابتكار بأنه التزام الشركة بالمشاركة في الإبداع والتحديث من خلال التحسين المستمر والتطوير لتقديم منتجات أو خدمات جديدة. ويشير إلى استعداد الشركة لدمج الأفكار الجديدة ودعم تطبيق العمليات الإبداعية التي تؤدي إلى إنتاج منتجات وخدمات مبتكرة (Achtenhagen, 2020) يمكن للابتكار أن يأخذ أشكالاً متعددة، مثل تقديم طريقة جديدة لمنتج موجود أو الدخول في خطوط إنتاج جديدة (السعيد، 2020). يُعتمد على مراحل متتالية من الإبداع، التي تركز على معرفة وثقافة الشركة، لتحقيق الهدف من تحسين وتطوير المنتجات والخدمات، وبالتالي اكتساب ميزة تنافسية. (Aziz et al., 2017)

الإستباقية (Proactiveness)

الإستباقية هي منهج تعمل به الشركة للنمو في بيئتها التنافسية وتقوم على توقع الطلبات الخارجية قبل ظهورها من خلال فهم بيئة العمل والتنبؤ بالمستقبل (Setiawan & Erdogan, 2020). وبعد العمل بجهد لتلبية هذه الطلبات ومن خلال اقتناص الفرص، ومعرفة وتحديد نقاط القوة والضعف، ومعرفة مدى إمكانياتها سوف يتم جمع الموارد بطرق مختلفة لتحقيق الاهداف (Igweh & Stephen, 2020).

المخاطرة (Risk taking)

المخاطرة تعبر عن غاية الشركة في تحديد الموارد لعمل نشاطات ومشاريع تتسم بالمغامرة ومستوى منخفض من التأكد فيما يخص النتائج المحتملة لها (Lumpkin & Dess, 1996) وهي اتجاه يسعى خلف الفرص عبر سياقها التنظيمي لاتخاذ القرارات بعيدا عن القيود التنظيمية التقليدية، ونتيجة ذلك تعد المخاطرة صفة للعمل الريادي في البيئات غير مستقرة حيث يتم تحديد الموارد ذات لقيمة المرتفعة للأنشطة تحت مضمون عدم التأكد، ويتطلب من الشركة تجربة كل ما هو جديدا لتميز عن الشركات المنافسة (Igwen&Stephen,2020). تكمن أهمية المخاطرة في تحقيق أداء مميز للشركات حيث كلما زادت المخاطرة كلما كان أداء الشركات أكبر (Mason et al., 2015). ومن خلال الرجوع إلى دراسات سابقة اقترحت أغلب الدراسات أن هناك علاقة إيجابية بين المخاطرة وأداء الشركات (Uchenn, 2019, Jalali et al., 2014; Aziz et al, 2017)

الهجومية والتنافسية (Competitive aggressiveness)

تعرف الهجومية والتنافسية أنها الحاجة نحو اتخاذ موقف ضد المنافسين واختراق السوق بموقف تنافسي قوي حيث تأخذ شكل المواجهة المباشرة في السوق، ويعتبر هذا البعد قدرة تنافسية تعزز الفعالية والكفاءة حيث تتطلب التعرف على الأسواق وأحدث التقنيات الموجودة والمنافسين وسرعة الاستجابة للتغيرات والاطلاع على الظروف الحالية (Lumpkin & Dess, 1996) وتعرف الهجومية والتنافسية بمقدار تفاعل الشركة مع كافة المواقف التي تواجهها بالإضافة إلى تلبية متطلبات الشركة، لتحسين وتطوير الوضع التنافسي بحيث تعكس الشركة مقدار رغبتها في التطوير بالابتعاد عن الطرق التنافسية التقليدية (السعيد، 2020). وتعد الهجومية والتنافسية مؤشرا مهما نحو أداء الشركات حيث إن رفع القدرة التنافسية للشركة يؤدي إلى أداء مرتفع (Khaleel, 2017)

الإستقلالية (Autonomy)

الإستقلالية من أهم أبعاد التوجه الريادي لتحديد طبيعة العمل بشكل مستقل من خلال تقديم الأفكار، ولا يقف مفهوم الإستقلالية فقط على فكرة فرق العمل والأفراد لكن يتعلق أيضا بحجم الشركة وأسلوبها الإداري والقواعد التنظيمية المتبعة، حيث إن العامل الأساسي الذي يحكم الإستقلالية هو درجة المركزية المرتبطة بحجم الشركة (السعيد، 2020) يطلق على الإستقلالية أنها العجلة الخامسة ويعود سبب ذلك أنها تضيف قيمة ريادية لشركة التي تتبع إستراتيجية من أعلى الهرم الإداري إلى أسفله حيث ينبع من قمة الهرم، ويتجانس ويتخلل في جميع جوانب الشركة، وبالتالي يؤدي الى تعزيز التفكير الابتكاري واستغلال الفرص (Lumpkin & Dess, 1996) تكمن أهمية الإستقلالية من خلال تسريع تحقيق الميزة التنافسية وذلك بتشجيع موظفيها على ممارسة مهاراتهم ومعالجة قراراتهم وتمكينهم مما يؤدي إلى التأثير إيجابيا على معدل نمو الأداء إيجابيا (Khaleel, 2017).

سلسلة التوريد

تهدف إدارة سلاسل التوريد بشكل عام الى تحقيق الترابط بين كافة العمليات التجارية بدءا من التخطيط والتحكم في المواد، والتصنيع وتدقيق كافة المعلومات من المورد الأصلي إلى العميل النهائي، حيث إن الفائدة لا تقتصر فقط على البيئة الداخلية لشركة من خلال تحسين الأداء ولكن أيضا إضافة قيمة للعملاء في البيئة الخارجية حيث تحدث إدارة سلسلة التوريد تكاملا بين البيئة الداخلية والخارجية (Sakt & ElGazzar, 2020) وتنقسم أهداف إدارة سلاسل التوريد إلى قسمين: قسم يتعلق بالبيئة الداخلية (المنظمة) وقسم يتعلق بالبيئة الخارجية (السوق). معلومات من المورد الأصلي إلى العميل النهائي، حيث على الفائدة لا تقتصر فقط على البيئة الداخلية لشركة من خلال تحسين الأداء، ولكن أيضا إضافة قيمة للعملاء في البيئة الخارجية حيث تحدث إدارة سلسلة التوريد تكاملا بين البيئة الداخلية والخارجية (Sakt & ElGazzar, 2020).

القيادة (Leadership)

تعتبر القيادة النواة الأساسية لممارسة إدارة سلاسل التوريد حيث تعرف قيادة سلاسل التوريد على أنها المكون الرئيس الذي يؤثر على الشركة والموردين ويعبر عن القيادة أنها القوة الكامنة لإدارة سلاسل التوريد وفي حال لم تأخذ إدارة سلاسل التوريد الدور القيادي لقرارات سلسلة التوريد الإستراتيجية يؤدي ذلك إلى حالة من الفوضى والمخاطرة في كافة أنحاء السلسلة إذا لم تطبق القيادة بشكل المطلوب (Gosling et al., 2016) حيث يتميز قادة العمليات لسلاسل التوريد والتزويد بالتحسين والابتكار في العمليات للتغلب على أي ضعف، والعمل على تلبية الخدمات والمنتجات بالوقت المناسب مما يعمل على تحسين العلاقات وبناء الثقة ويعزز الولاء لدى العملاء والعمل على التغيير من خلال إحداث تغييرات في كفاءه أنحاء سلسلة التوريد بدءا من المرحلة الأولى وهي التصميم وبذلك تلجأ الشركات الصناعات الغذائية بتطبيق ممارسات إدارات سلاسل التوريد من أجل ممارسة القيادة الفعالة حيث تعزز معدل الأداء (Gosling et al., 2016).

مشاركة المعلومات (Share information)

تعرف مشاركة المعلومات أنها عملية تشارك المعلومات على امتداد سلسلة التوريد بين شركائها حيث تدفق المعلومات لفهم رغبات واحتياجات العميل وسرعة الاستجابة للتغيرات التي تطرأ على الأسواق وتحقيق ميزة تنافسية (وفا وآخرون، 2017) ويعتمد تحسين أداء إدارة سلسلة التوريد على مدى كمية وكفاءة ودقة وجود المعلومات التي يتم تشاركتها بين الشركاء حيث تترجم على أرض الواقع بالمنفعة التنافسية وبالتالي يساعد على تقليل التكلفة الإجمالية لسلسلة التوريد من حيث علاقتها بالأداء (Alahmad, 2021).

العلاقة مع الموردين (suppliers Relationship)

تكمن أهمية العلاقة مع الموردين في التركيز على عدد قليل من الموردين والتفاعل معهم وذلك بغاية تصنيع المنتجات وإيصالها إلى الزبون والحصول على ولائهم ورضاهم وكي تكون هذه العلاقة ناجحة يجب أن تركز على عدة أمور مثل الثقة والالتزام والاحترام المتبادل، وأن يكونا على رؤيا مشتركة؛ والالمام بنقاط القوة والضعف؛ وحل المشكلات المشتركة مما يجعل العلاقة طويلة الأجل بينهما (خنصال، 2020). وبالتالي أن يكون الارتباط مع الموردين مباشرة يؤدي إلى مستوى أعلى من الإنتاجية والاستهلاك (Yaser, 2021). عملية اختيار الموردين أمر بالغ الأهمية لما لهم دور كبير

في صنع قيمة للمنتجات المقدمة للعميل النهائي بحيث يجب أن يتناسب موردو مواد الخام مع مواصفات تلبي احتياجات المنتجات فكل ما كان اختيار الموردين صحيحا والعلاقة جيدة بين الطرفين تؤدي إلى اكتساب ميزة تنافسية أفضل (Gandhi et al.,2018)

العلاقة مع العملاء (Customer relationship)

إن تنمية والاحتفاظ بالعملاء يعد أحد أهم أسباب وجود إدارة سلاسل التوريد، حيث تتمثل غايتها الأساسية باستقطاب أكبر عدد من العملاء وكسب ثقتهم من خلال تلبية احتياجاتهم في الوقت والكمية والجودة والسعر المناسبين (شين، 2016) أن تعزيز الاتصال مع العملاء، من خلال تبادل المعلومات ومعرفة الشكاوى لديهم وحلها في أسرع وقت ممكن وبناء تطوير المنتجات على أساس تلبية احتياجاتهم يؤدي إلى قرب المسافة بين العميل والشركة وتبادل المعلومات بشكل أكبر مما يؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء وقيمتهم بالخدمة والمنتج. وبناء على تناول الدراسات التالية ذات الصلة، تم التركيز على أهم أربعة أبعاد تمثل إدارة سلاسل التوريد تبعاً لذلك فإن الأبعاد الأكثر شيوعاً في الدراسات السابقة هي: (القيادة، مشاركة المعلومات، العلاقة مع الموردين، العلاقة مع العملاء).

أداء الشركات المالي وغير المالي

تطورت النظرة إلى مفهوم الأداء كونه من العمليات الرئيسية للشركات الصناعات الغذائية، وأصبح أمر تحسين الأداء وتطوير الشركات الصناعات الغذائية أمراً للبقاء والاستمرارية في سوق العمل حيث يرتبط الأداء بسلوك الفرد والشركة حيث يأخذ الأداء الصدارة باعتباره الناتج النهائي للأهداف والأنشطة ويعبر أيضاً عن مدى تحقيق الشركات الصناعات الغذائية لما هو مخطط مسبقاً بالتالي هو معنى نجاح الشركات (عبد المطلب، 2017). ويطلق على مفهوم أداء الشركة بالأداء التنظيمي الذي ينقسم إلى قسمين الأداء غير المالي ويسمى بالأداء التشغيلي ويعرف أنه مستوى تحسين والتطوير في مقدار الاستجابة للبيئة المحيطة والعلاقة الجيدة مع المنافسين، وأيضاً يظهر الأداء غير المالي في مرونة العمليات وتقديم منتجات ذات جودة عالية وتكلفة قليلة وتسليمها في الوقت المناسب للعميل، بينما يظهر الأداء المالي في مستوى الربحية التي تحققه الشركة والعائد على الاستثمار (أبو زيد، 2019). حيث يتم أخذ النسب والمؤشرات المالية لمقارنة مدى إنجاز الأهداف وما هو مخطط له (الذبايات، 2017). ويعبر أيضاً عن الأداء المالي أنه تدني تكلفة تحصيل المواد وتكلفة استغلال الطاقة؛ ورسوم المترتبة، ويقابلها محاولة التخلص من الأداء الاقتصادي الغير إيجابي المتمثل في زيادة كلف التشغيلية؛ وتكاليف الشراء وتكاليف التدريب (Diab, 2015).

وقد تنوعت الدراسة التي تناولت العلاقة بين التوجه الريادي والأداء حيث سعت جملة من الدراسة إلى بيان دور التوجه الريادي في أداء سلسلة التوريد كم في دراسة (Alahmad, 2021) التي هدفت إلى التحقق من وجود علاقة بين ممارسات إدارة سلاسل التوريد مع أداء إدارة سلسلة التوريد الصناعات المختلفة في المملكة العربية السعودية، وتوصلت إلى أن كل مستوى مشاركة المعلومات وإدارة علاقات العملاء والموردين ترتبط إيجابياً بالأداء. وفي نفس السياق هدفت دراسة (Al-Madi, 2017) إلى التعرف على تأثير ممارسات إدارة سلسلة التوريد على أداء سلسلة التوريد في القطاع الصناعي الأردني، ودلت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: إن ممارسات إدارة علاقات العملاء يؤثر إيجابياً على أداء السلسلة.

أما معظم الدراسات فقد ركزت على العلاقة بين التوجه الريادي والأداء المؤسسي وفي هذا السياق جاءت دراسة (Habib et al., 2020) إلى فحص تأثير ريادة الأعمال الخضراء وتوجيه السوق وسلاسل التوريد الخضراء على أداء الشركة المستدام في بنجلاديش، والتي أشارت نتائجها إلى أن ممارسات إدارة سلاسل لتوريد الخضراء تعد من أفضل الطرق لتقليل من الآثار على البيئة. وجاءت نتائج دراسة (Putnins & Sauka, 2020) متسقة مع ما سبق فقد سعت إلى فهم سبب ارتباط توجه الريادي بشكل إيجابي بأداء الشركة حيث تناولت ثلاثة أبعاد (الابتكار، المخاطرة، الاستباقية)، وبينت النتائج الدراسة إلى أن العلاقة بين المخاطرة والأداء مشروطة بمستوى الابتكار وبذلك فإن الابتكار يساهم في الأداء من خلال على على نوع المخاطرة، وبعد الاستباقية تساهم في الأداء من خلال التأثير في مستوى المخاطرة بالتالي المخاطرة المحرك الأساسي للأداء الشركة والابتكار يعتبر كمحرك لنمو الربحية. وأكدت نتائج (Diab, et al, 2015) إلى أن إدارة سلسلة التوريد الخضراء لممارسات وعناصرها على الأداء التنظيمي التأثير الإيجابي لممارسات سلسلة التوريد الخضراء. أما دراسة (Basco et al., 2020) فقد سعت إلى تحليل دور التوجه الريادي لشركة من عدة نواح من تطبيق النظرية المؤسسية على ريادة الأعمال وتمثلت عينة الدراسة من

شركات الصغيرة والمتوسطة لثلاثة بلدان (الصين، المكسيك، إسبانيا) وتحليل البيانات تم استخدام برمجة (PLS-STEM)، وكان أهم النتائج بوجود أثرا للتوجه الريادي على أداء الشركة.

وقد تنوعت عدد من الدراسة في بحث أثر التوجه الريادي في الاداء المستدام ورضا العملاء وغيرها فمثلا كما في دراسة (علي، 2020) التي سعت إلى معرفة العلاقة بين التوجه الريادي والاداء المستدام وبالإضافة إلى علاقة الدور المعدل للمرونة الاستخراجية، حيث توصلت النتائج الى وجود أثر جزئي بين التوجه الريادي والاداء المستدام ولم يظهر وجود أثر المعدل للمرونة الإستراتيجية بين التوجه الريادي والقدرات الديناميكية. في حين هدفت الدراسة (Haque& Islam, 2013) إلى التعرف على تأثير أبعاد ممارسات إدارة سلاسل التوريد في رضا العملاء و اشارت النتائج التي توصلت إليها الدراسة الى وجود أثر إيجابي لممارسات إدارة سلاسل التوريد على رضا العملاء من خلال البعدين الأولين. من هنا، يتضح ان الدراسات السابقة قد تعددت في بحث العلاقة بين التوجه الريادي والاداء سواء على مستوى سلسلة التوريد او الاداء المؤسسي والتي جاءت نتائجها تدعم الافتراض القائل بوجود علاقة بين المتغيرين.

منهجية الدراسة

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي الذي من خلاله يفسر الوضع الراهن بتحديد كل من الظروف والأبعاد ووصف العلاقات بين المتغير المستقل المتمثل (التوجه الريادي) والمتغير التابع المتمثل (الأداء) بوجود المتغير الوسيط المتمثل (إدارة سلاسل التوريد) بتحليل البيانات وتفسيرها للوصول إلى توصيف دقيق للمشكلة الدراسة، وتقديم حلول ومقترحات لمعالجتها وتم جمع البيانات من خلال توزيع استبانة على العينة المختارة وذلك بأخذ عينة عشوائية بسيطة من البيانات التي قدمتها كل من غرفة صناعة عمان وغرفة صناعة الأردن التي تحتوي على أسماء الشركات على الغذائية الأردنية وعناوينها.

مجتمع الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من كافة شركات الصناعات الغذائية الأردنية والتي بلغ عددها (100) شركة رسمية مسجلة في غرفة صناعة الأردن وغرفة صناعة عمان. وقد تم توزيع بمعدل خمس استبانات لكل شركة على كافة المستويات الادارية فيها، وبعد التواصل مع الشركات المبحوثة فقد استجابت 96 شركة من أصل 100 وتم تعيبتها من قبل الموظفين في هذه الشركات. وصممت استبانة واحدة لمجتمع الدراسة، وتمت مراجعة هذه الاستبانات من قبل مجموعة من المختصين والخبراء. ولتحقيق الهدف من هذه الدراسة، تم تطوير استبانة لقياس متغيرات الدراسة استنادا للدراسات السابقة ذات الصلة. وتم الاعتماد على ليكرت الخماسي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) بهدف قياس اتجاهات وآراء أفراد العينة على الدراسة. تم تفرغ وتحليل نتائج الاستبانة- التي تم توزيعها إلكترونيا (باستخدام الايميل الرسمي للموظفين في الشركة)، واستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وذلك من أجل التأكد من صحة البيانات والمعلومات التي تم جمعها، واختبار الفرضيات التي تمت صياغتها، وفحص العلاقة بين المتغيرات.

تم التواصل مع أفراد العينة وإعطائهم الرابط لتعبئة الاستبانات، حيث تم توزيع (500) استبانة على العينة وتم استرداد (490) استبانة صالحة للتحليل بنسبة بلغت 97% وبعد فحص الاستبانات تبين أن (5) استبانات غير صالحة للتحليل وذلك لوجود تحيز في الإجابات، وكان التجاوب مرتفعا على الاستبانة، بسبب صياغتها بنظام الاستبانة الإلكترونية والتي تدفع العينة البحثية للإجابة عن جميع الأسئلة بنظام الأسئلة الشريطية، التي لا تتيح للعينة الانتقال للسؤال التالي قبل الإجابة عن السؤال الحالي.

أداة الدراسة

تم تصميم الاستبانة بالرجوع إلى مقاييس معتمدة من الدراسات السابقة في نفس المجال لغرض قياس المتغيرات، وتعديل بعض الفقرات ليتناسب مع طبيعة هذه الدراسة، تم تطوير استبانة مؤلفة من ثلاثة أجزاء، استناداً إلى الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة الحالية. تم استخدام مقياس ليكرت على النحو الآتي.

- **الجزء الأول:** ويتعلق بالأداء، وتم تناول الأبعاد الرئيسية وهي (الأداء المالي، الأداء غير المالي) وتم قياسها من خلال (11) سوء العلاقة مع العملاء) وتم قياسها من خلال (16) سؤال، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي (المركز الإداري)، حجم الشركة من أجل وصف خصائص أفراد وحدة التحليل والمعاينة في عينة الدراسة (علي، 2021)، (Kraus et al., 2012).
- **الجزء الثاني:** ويتعلق بالتوجه الريادي وتم تناول خمس أبعاد رئيسية وهي (الابتكار، استباقية، المخاطرة، الهجومية والتنافسية، الاستقلالية) وتم قياسها من خلال (19) سؤال (Khaleel et al., 2017)، (علي، 2020).
- **الجزء الثالث:** ويتعلق بإدارة سلاسل التوريد، وتم تناول أربعة أبعاد رئيسية وهي (القيادة، مشاركة المعلومات، العلاقة مع الموردين، العلاقة مع العملاء) وتم قياسها من خلال (16) سؤال (سلطان، 2019)، (العطوي، 2019)، (حمزة واخرون، 2017).
- **الجزء الرابع:** ويتعلق بالأداء، وتم تناول الأبعاد الرئيسية وهي (الأداء المالي، الأداء غير المالي) وتم قياسها من خلال (11) سؤال (Razaghi & Shokouhyar, 2021)، (Kraus et al., 2012). تم استخدام معامل كرونباخ ألفا للاتساق الداخلي وذلك للتأكد من مدى صلاحية الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة الحالية وأنها تقيس ما يجب قياسه والجدول (1) يبين معامل الثبات لجميع متغيرات الدراسة، وقد تراوحت قيم ألفا بين (0.822) كأدنى قيمة، و (0.926) كأعلى قيمة ويوضح ذلك أن جميع قيم ألفا قد تجاوزت النسبة الدنيا والمقبولة لأغراض التحليل الإحصائي إذ يعتبر ألفا يساوي أو أكبر من (0.70) مقبولاً في الدراسات السابقة (Nunnally & Bernstein, 1994)

جدول (1) قيم معامل الثبات كرونباخ ألفا لمقاييس الدراسة

المتغير	عدد الفقرات	قيمة صدق وثبات الاستبانة ألفا كرونباخ
التوجه الريادي	19	0.845
إدارة سلاسل التوريد	16	0.926
الأداء	10	0.822

تحليل نتائج الدراسة

للإجابة على أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية (SPSS26) ولوصف خصائص عينة الدراسة والتعرف على مستوى تطبيق متغيرات الدراسة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، من خلال الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة. تم الاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات والتي تشمل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة والفقرات المكونة لكل متغير، وقد تم مراعاة أن يندرج مقياس ليكرت (Likert-type Scale) ،

تحليل البيانات للإجابة على اسئلة متغيرات البحث

يتضح من الجدول رقم (2) أن قيمة Skewness and Kurtosis تراوحت بين (-0.745 و 0.745) وهي ضمن المدى المسموح به لكلا الاختبارين والتي تشير إلى أن البيانات التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة موزعة توزيعاً طبيعياً.

جدول رقم (2): اختبارات التوزيع الطبيعي للبيانات Skewness and Kurtosis

المحور	Kurtosis	Skewness
التوجه الريادي	.726	-.486
ادارة سلاسل التوريد	.346	-.716
الأداء	.554	-.575

إختبار معامل الارتباط (Correlation Pearson Bivariate)

تم تطبيق اختبار معامل الارتباط Correlation Pearson Bivariate للتأكد من عدم وجود ارتباط عال بين متغيرات الدراسة المستقلة واستقلاليتها عن بعضها البعض. ولذلك، فإن هذا الاختبار يعزز من درجة التأكد من استقلالية المتغيرات المستقلة وعدم تداخلها مع بعضها البعض وبالتالي صالحية وجاهزية البيانات لإجراء تحاليل الانحدار.

وبالرجوع إلى الجدول رقم (4) فإننا نلاحظ أن درجة ارتباط كل متغير مع متغيرات الدراسة المستقلة الأخرى أقل من 70% وهو الحد الأعلى المسموح به من الارتباط بين متغيرين مستقلين (Hair et al. (2009

جدول رقم (4): اختبار معامل الارتباط (Bivariate Pearson Correlation)

الاستقلالية	الهجومية والتنافسية	المخاطرة	الاستباقية	الابتكار	
				1	الابتكار
			1	0.259**	الاستباقية
		1	0.486**	0.187**	المخاطرة
	1	0.510**	0.240**	0.076	الهجومية والتنافسية
1	0.321**	0.480**	0.608**	0.205**	الاستقلالية

وعليه، واعتماد اعلى نتائج اختبارات الجاهزية وصلاحيه البيانات، فإنه يمكن الآن استخدام تحاليل الانحدار للإجابة عن أسئلة الدراسة وفحص فرضياتها.

نتائج الدراسة

يتناول هذا الجزء من الدراسة اختبار الفرضيات التي تمت صياغتها من خلال استخدام أساليب الإحصاء الاستدلالي، للإجابة عن أسئلة الدراسة، ولتحقيق أهدافها، بالإضافة تقديم حلول لمشكلتها. تالياً اختبار فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسية الأولى

H₀₁: الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده على اداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول رقم (5): نتائج اختبار أثر التوجه الريادي على اداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية

البيان	معامل التحديد (R square)	قيمة (F)	قيمة (t)	مستوى الدلالة Sig.*	معامل الانحدار B
ابعاد التوجه الريادي	0.443	383.699	19.588	0.000	0.729

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند $\alpha \leq 0.05$

يوضح الجدول رقم (5) نتائج تحليل الانحدار لتأثير للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة هجومية تنافسية، الاستقلالية) على المتغير التابع اداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير للتوجه الريادي على الاداء اذ بلغ معامل التحديد R² فقد بلغ (0.443)، أي أن ما قيمته (44.3%) من التغيرات في اداء الشركات الصناعات الغذائية الأردنية ناتج عن التغير في مستوى التوجه الريادي وتؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة و التي بلغت (383.699) و هي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسية، و عليه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، هجومية تنافسية الاستقلالية) على اداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

وللتحقق من أثر التوجه الريادي على أداء شركات الصناعات الغذائية بأبعاده (الأداء المالي، الأداء غير المالي) فقد تم تقسيم الفرضية الرئيسية الى الفرضيات الفرعية التالية، وتم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار كل فرضية فرعية على حدة وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى

H01-1: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، الهجومية والتنافسية الاستقلالية) على الأداء المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول رقم (6): نتائج اختبار أثر التوجه الريادي على الاداء المالي لشركات الصناعات الغذائية

البيان	معامل التحديد (R square)	قيمة F	قيمة t	مستوى الدلالة Sig *	معامل الانحدار B
أبعاد التوجه الريادي	0.330	238.297	15,437	0.000	0.741

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند $\alpha \leq 0.05$

يوضح الجدول رقم (6) أعلاه نتائج تحليل الانحدار لتأثير للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة هجومية تنافسية، الاستقلالية) على الأداء المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير للتوجه الريادي على الأداء أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.330) ، أي أن ما قيمته (0.330) من التغيرات في الاداء المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية ناتج عن التغير في مستوى التوجه الريادي وتؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة و التي بلغت (238.297) و هي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية ، و عليه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على : وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده(الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، هجومية تنافسية، الاستقلالية) على الاداء المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$

الفرضية الفرعية الثانية

H01-2: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، الهجومية والتنافسية الاستقلالية) على الاداء الغير مالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول رقم (7): نتائج اختبار أثر التوجه الريادي على الاداء غير المالي لشركات الصناعات الغذائية

البيان	معامل التحديد (R square)	قيمة F	قيمة t	مستوى الدلالة Sig *	معامل الانحدار B
أبعاد التوجه الريادي	0.382	289.220	17.269	0.000	0.717

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند $\alpha \leq 0.05$

يوضح الجدول رقم (7) أعلاه نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتأثير للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة هجومية تنافسية، الاستقلالية) على الأداء غير المالي لشركات صناعات الغذائية الأردنية حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتأثير للتوجه الريادي على الأداء إذ بلغ معامل التحديد R2 فقد بلغ (0.382)، أي أن ما قيمته (38.2%) من التغيرات في الاداء غير المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية ناتج عن التغير في مستوى التوجه الريادي. تؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة والتي بلغت (289.220) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية، وعليه ترفض الفرضية الصفرية (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، هجومية تنافسية، الاستقلالية) على الأداء غير المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

الفرضية الرئيسية الثانية

H02: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي بأبعاده (الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، هجومية تنافسية، الاستقلالية) على إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

جدول رقم (8): نتائج اختبار أثر التوجه الريادي على ادارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية

مستوى الدلالة Sig *	قيمة t	قيمة F	معامل الانحدار B	معامل التحديد R) (square	الارتباط (R)	البيان
0.000	22.322	498.265	0.911	0.508	0.713	ابعاد التوجه الريادي

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند $\alpha \leq 0.05$

ثالثاً: الفرضية الرئيسية الثالثة

H03: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية علي ادرة سلاسل التوريد (القيادة، مشاركة المعلومات، العلاقة مع الموردين، العلاقة مع العملاء) على اداء شركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول رقم (9): نتائج اختبار أثر ادارة سلاسل التوريد على داء شركات الصناعات الغذائية الأردنية

مستوى الدلالة * Sig	قيمة t	قيمة F	معامل الانحدار B	معامل التحديد R) (square	الارتباط (R)	البيان
0.000	31.598	998.436	0.704	0.674	0.821	أبعاد إدارة سلاسل التوريد

*يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند ($\alpha \leq 0.05$)

وللتحقق من أثر لإدارة سلاسل التوريد (القيادة، مشاركة المعلومات، العلاقة مع الموردين، العلاقة مع العملاء) على اداء شركات الصناعات الغذائية بأبعاده (الأداء المالي، الأداء غير المالي) فقد تم تقسيم الفرضية الرئيسية الى الفرضيات الفرعية التالية، وتم استخدام تحليل الانحدار البسيط لاختبار كل فرضية فرعية على حدة و كما يلي :

الفرضية الفرعية الأولى

H03: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة سلاسل التوريد (القيادة، مشاركة المعلومات، العلاقة مع الموردين، العلاقة مع العملاء) على الأداء المالي للشركات الصناعية الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول رقم (10): نتائج اختبار أثر إدارة سلاسل التوريد على الأداء المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية

البيان	الارتباط (R)	معامل التحديد (R square)	معامل الانحدار B	قيمة F	قيمة t	مستوى الدلالة * Sig.
ابعاد إدارة سلاسل التوريد	0.726	0.526	0.732	537.032	23.174	0.000

* يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند $\alpha \leq 0.05$

الفرضية الفرعية الثانية

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة سلاسل التوريد (القيادة، مشاركة المعلومات، العلاقة مع الموردين، العلاقة مع العملاء) على الأداء الغير المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$

جدول رقم (11): نتائج اختبار أثر إدارة سلاسل التوريد على الأداء غير المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية

البيان	الارتباط (R)	معامل التحديد (R square)	معامل الانحدار B	قيمة F	قيمة t	مستوى الدلالة * Sig.
أثر ادارة سلاسل على الاداء غير المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية	0.744	0.554	0.675	599.146	24.477	0.000

* يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند $(\alpha \leq 0.05)$

الفرضية الرئيسية الرابعة

H04: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الريادي على الأداء من خلال إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$

يلاحظ من نتائج الجدول (12) الى وجود اثر غير مباشر جزئي ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 (للتوجه الريادي على الأداء من خلال إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية، اذ بلغ هذا التأثير (0.179) وبمعامل تحديد قدره (0.687) وبمعامل خطأ معياري (0.04) وبمعدل قيمة حرجة مقدارها (4.506) وبقيمة معنوية اقل من (0.005) الامر الذي يعني رفض الفرضية الصفرية التي تشير الى انه لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0.005) للتوجه الريادي على الأداء من خلال إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

كما يشير الجدول الى نتائج تأثير التوجه الريادي على الاداء في شركات الصناعات الغذائية الأردنية من خلال الدور الوسيط لإدارة سلاسل التوريد، اذ بلغ معامل التأثير الكلي المباشر وغير المباشر (0.908)، الأمر الذي يعني أن زيادة التوجه الريادي بتوسط ادارة سلاسل التوريد يؤدي الى زيادة الأداء في شركات الصناعات الغذائية الأردنية بمقدار (0.908). اضافة الى وجود تأثير مباشر للتوجه الريادي على الأداء في شركات الصناعات الغذائية الأردنية وقدرة (0.729) وبخطأ معياري (0.037) وبقيمة معنوية اقل من (0.005).

الجدول (12): التأثير المباشر وغير المباشر والكلي للتوجه الريادي على الأداء من خلال إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية

التأثير غير المباشر									
مسار الانحدار	قيمة β	معامل التحديد (R square)	الخطأ المعياري (S.E)	القيمة الحرجة (C.R)	مستوى الدلالة * Sig				
التوجه الريادي	←	ادارة سلاسل التوريد	←	الأداء	0.179	0.687	0.04	4.506	0.000
التأثير الكلي									
مسار الانحدار	التأثير غير المباشر	التأثير المباشر	التأثير الكلي	مستوى الدلالة * Sig.					
التوجه الريادي	←	ادارة سلاسل التوريد	←	الأداء	0.179	0.729	0.908		0.000

مناقشة نتائج الدراسة

تناولت الدراسة دور التوجه الريادي المتمثل في الابتكار، الاستباقية، المخاطرة، الهجومية، التنافسية، والاستقلالية في تفسير التغير في الأداء المالي لشركات الصناعات الغذائية الأردنية. وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي مباشر للتوجه الريادي على الأداء المالي من خلال هذه الأبعاد، مما يشير إلى أن زيادة درجة التوجه الريادي تؤدي إلى تحسين الأداء

المالي، أبرزت هذه الدراسة التأثير الإيجابي للتوجه الريادي على الأداء غير المالي. وركزت الفرضية الثانية على دور التوجه الريادي في إدارة سلاسل التوريد لهذه الشركات، حيث أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي مباشر، مما يتوافق مع ما توصلت إليه دراسة Habeeb وآخرون (2019) حول الأثر الإيجابي ذو الدلالة الإحصائية للتوجه الريادي على إدارة سلاسل التوريد في شركات الصناعات الغذائية الأردنية.

أما الفرضية الثالثة، فتناولت إدارة سلاسل التوريد المبنية على القيادة، مشاركة المعلومات، العلاقة مع الموردين، والعلاقة مع العملاء كأبعاد رئيسية في تفسير التغير في أداء الشركات. وقد بينت النتائج وجود تأثير إيجابي مباشر لإدارة سلاسل التوريد على الأداء، مما يتفق مع دراسات وآخرون لتي أكدت وجود علاقة إحصائية قوية بين إدارة سلاسل التوريد وأداء الشركات (Gosling et al., 2016; Ahamad & Karadas, 2021; Sakt & ElGazzar, 2020).

- **القيادة:** تتوافق هذه النتيجة مع دراسة (Ahamad & Karadas, 2021) التي أشارت إلى التأثير الإيجابي ذو الدلالة الإحصائية للقيادة على أداء الشركات، وكذلك مع دراسة (Srihirun & Jermsittiparsert, 2019) التي أكدت دور القيادة في التحسين والابتكار داخل سلاسل التوريد.

- **مشاركة المعلومات:** تؤكد النتائج توافقها مع دراسة (Alahmad, 2021) التي أثبتت وجود تأثير إحصائي لمشاركة المعلومات على أداء الشركات، ودراسة البطاينة وآخرون (2021) التي أشارت إلى فعالية مشاركة المعلومات على امتداد سلسلة التوريد في تحسين الأداء.

- **العلاقة مع الموردين:** تتفق النتائج مع دراسات (Gandhi et al., 2018) (Hult et al., 2000)، (Piercy, 2009)، التي أثبتت أهمية استمرار العلاقة مع الموردين في تحسين الأداء. العلاقة مع العملاء: تدعم الدراسة النتائج التي توصلت إليها (Gandhi et al., 2018)، ودراسة (Dubey et al., 2019) التي أكدت أن العلاقات طويلة الأمد مع العملاء تمنح الشركات ميزة تنافسية تعزز الأداء.

كما تناولت الدراسة الدور الوسيط لإدارة سلاسل التوريد في العلاقة بين التوجه الريادي والأداء لشركات الصناعات الغذائية الأردنية. وبيّنت النتائج أن إدارة سلاسل التوريد تتوسط بشكل جزئي العلاقة بين التوجه الريادي والأداء، مما يعزز دور التوجه الريادي في تشجيع الشركات على تبني استراتيجيات فعالة لإدارة سلاسل التوريد، مما يمكنها من اكتساب ميزة تنافسية وتحقيق تحسينات شاملة في الأداء (المحمود وآخرون، 2019).

التوصيات والمقترحات

1- توصي الدراسة بضرورة تعزيز الابتكار والاستباقية داخل شركات الصناعات الغذائية الأردنية لزيادة تأثير التوجه الريادي على الأداء المالي وغير المالي. حيث يجب على الشركات تطوير إدارة سلاسل التوريد من خلال تعزيز القيادة، مشاركة المعلومات، وتقوية العلاقات مع الموردين والعملاء لتحقيق أداء أفضل.

2- توصي الدراسة بدمج التوجه الريادي كجزء أساسي من استراتيجيات الشركة، مما يمكنها من اكتساب ميزة تنافسية دائمة في السوق. وتشدد الدراسة على أهمية بناء والحفاظ على علاقات طويلة الأمد مع الموردين والعملاء، حيث تُعد هذه العلاقات من العوامل الحاسمة لتحسين الأداء الشامل للشركات، والاستفادة من نتائج الدراسة لتعزيز فعالية الإدارة الداخلية وتحقيق توازن بين الأداء المالي وغير المالي.

3- على الشركات الصناعات الغذائية الأردنية، العمل على تعزيز من عملية الابتكار لتتمكن باستمرار من تقديم منتجات جديدة بحيث تشمل جميع الأقسام كي يستفيد كل قسم من منظوره الفريد لمشاكل العملاء بتقديم أفضل الرؤى والأفكار الابتكارية، ومن خاصة في ظل الظروف السائدة من خلال التوسع الجيد في أنواع المنتجات المطروحة من قبل المنافسين، وذلك من خلال تقديم مستوى أعلى من ابتكار المنافسين ومدى مواصلة تحقيق الابتكار في الشركة.

- 4- يوصي بأن تتبنى الشركات الصناعات الغذائية الأردنية المدخل الاستراتيجي لإدارة سلاسل التوريد المرتكز على الاستمرارية في العلاقات مع الموردين وأهمية بعد مشاركة المعلومات في فاعلية الاتصال بين أنحاء سلسلة التوريد، حيث إن الفاعلية والكفاءة في إدارة سلاسل التوريد تعد القوة الكامنة في رفع الأداء من داخل وخارج الشركات الصناعات الغذائية الأردنية.
- 5- على شركات الصناعات الغذائية الأردنية العمل على تحسين استراتيجيات المخاطرة من خلال استخدام منهج وسياسات محددة لكيفية التعامل مع الفرص عالية الخطورة، والعمل على بناء حلقة وصل مباشرة لشركات الصناعات الغذائية الأردنية مع مورديها وعملائها وان تكون مبنية على أساس تبادل المعلومات كلما أمكن ذلك.
- 6- العمل على زيادة المعارف واكتشاف مهارات العاملين في جميع المستويات الإدارية وتوظيفها لرفع مستوى أدائهم للتعامل مع مختلف أنشطة التوريد والإمداد، وعلى الشركات الصناعات الغذائية الأردنية الاهتمام بدرجة رضا العملاء ودراسة شكواهم ومقترحاتهم واستخدام أساليب وسياسات لرفع تلك الدرجة وتحسينها بشكل مستمر.

توصيات للدراسات المستقبلية

1. إجراء دراسة بالاعتماد على نفس المتغيرات المذكورة في الدراسة الحالية، ولكن بتطبيقها على قطاعات أخرى وخاصة على الشركات التي تصنع منتجات دوائية علاجية تجميلية لما يشهده تطور كبير في هذا النوع من الشركات.
2. استخدمت الدراسة الحالية الاستبانة كأداة وحيدة لجمع البيانات الكمية، فعلى الدراسات المستقبلية استخدام نوع آخر من أدوات الدراسة كالمقابلة، أو الملاحظة
3. إجراء الدراسات والأبحاث التي تركز على معرفة العوامل المؤثرة على الأداء للشركات الصناعات الغذائية الأردنية من خلال رؤى وتطلعات مختلفة.

المراجع

- أحمد حمزة، ز.، زاهر. (2017). دور الابداع التكنولوجي في تعزيز إدارة سلاسل التوريد (دراسة ميدانية). (المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية) العدد الأول، 8، 836-866.
- الدليمي، (2019). ادارة المشاريع وتطبيقها للمعايير الدولية لتحسين جودة المشاريع الصناعية: دراسة تحليلية لإقليم الشمال الاردن، رسالة ماجستير جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، المفرق، الاردن، 1-83.
- الذيابات، بسام(2017). أثر استراتيجيات ادارة المعرفة في الأداء التنظيمي لاختبار الدور الوسيط للريادة: دراسة تطبيقية في مدينة الحسن الصناعية .مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، 25(2).
- السعيد خنصال. (2020). أثر إدارة سلسلة التوريد على تنافسية المؤسسة: دراسة حالة شركة رياض الفتح للكابلات والكهرباء الصناعية. جامعة المسيلة.
- سلطان، أشرف فؤاد. (2019). تأثير ممارسات إدارة سلسلة التوريد الخضراء على أداء المنظمة بالتطبيق على شركات قطاع البترول المصري .مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإداري 4-1، (1) 56 .
- شيماء الحلواني. (2008). الصناعات الغذائية في العلوم والتقنية. في العاني، حفني، المهندس، المفرن الحلواني، و شيماء، محمد (محررون)، واقع أبعاد الريادة في الأعمال الصناعية الصغيرة في محافظتي القدس والخليل.

- عبدالمطلب ، إبراهيم عبدالسلام أحمد. (2017). أثر الهيكل التنظيمي علي كفاءة الاداء.
- العطوي، الريم. (2019). أثر إدارة سلسلة التوريد على الأساليب التنافسية، جامعة المسيلة.
- علي، رحاب علي ابراهيم، عبد الله عبد الرحيم إدريس محمود، مشرف. م، وعبد السلام آدم حامد. (2020). (الدور الوسيط للقدرات الديناميكية في العلاقة بين التوجه الريادي والأداء المستدام: الدور المعدل للمرونة الإستراتيجية)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- عيسى رياحين رياض فاضل الشيخ والضامن، رولا علي عبد الله (مشرف). (2010) أثر ابعاد الريادة في أداء الأعمال الصناعية الصغيرة العاملة في عمان.
- فوزي ثابت أبو زيد و ح. ، حمادة. (2019). العلاقة بين سلوكيات القيادة البارعة والتوجه الريادي والأداء: توسط دور رأس المال التنظيمي الاجتماعي والمحددات التنظيمية .المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة , 49(1) , 559-600
- المحمود، سعد، ابراهيم، ريكين، حسن، زيزك. (2019) دور التوجه الريادي في تحقيق ابتكار القيمة لدى المصانع الانتاجية دراسة استطلاعية لأراء عينة من المديرين في عدد من المصانع الإنتاجية في محافظة كلية الادارة والاقتصاد جامعة دهوك، اقليم كردستان العراق *المجلة الاكاديمية لجامعة نوروز* (1) 176،8-156
- نوال شين، ن. (2016). تأثير الاتجاه الاستراتيجي على أداء منظمات الأعمال: دراسة حالة شركة نפטال لتوزيع وتسويق المنتجات البترولية الجزائر. في الصقير، العبادي (محرر).
- وسام محمد جبريل (2017). أثر الإنتاج الرشيق على نجاح المشاريع الصغيرة الصناعية الأردنية (رسالة ماجستير) جامعة عمان العربية، كلية الأعمال، عمان، الأردن.
- وفا، ه. م. ح.، وهبة محمد حسن. (2017). أثر تطبيق ممارسات إدارة سلاسل التوريد على أداء المنظمات الصناعية: دراسة ميدانية في قطاع صناعة الغزل والنسيج المصري. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية* , 8(العدد الرابع) , 591-629 .

- Achtenhagen, L. (2020). Entrepreneurial orientation—An overlooked theoretical concept for studying media firms. *Nordic Journal of Media Management*, 1(1), 7-21.
- Ahmad, A. F., & Karadas, G. (2021). Managers' perceptions regarding the effect of leadership on organizational performance: mediating role of green supply chain management practices. *SAGE Open*, 11(2), 21582440211018686.
- Alahmad, Y. Y. (2021). The relationship between supply chain management practices and supply chain performance in Saudi Arabian firms. *American Journal of Industrial and Business Management*, 11(01), 42.
- Al-Madi, F. (2017). The impact of supply chain management practices on supply chain performance in the Jordanian Industrial Sector. *E European Journal of Business and Management*, 9(15), 150-165.
- Al-Zu'bi, H. A., El-Rimawi, S. H., & Harassed, M. A. (2021). **The impact of entrepreneurial orientation on performance in the Jordanian food industry with supply chain management as a mediator**. *International Journal of Supply Chain Management*, 10(3), 45-55.
- Aziz, K., Hasnain, S. S. U., Awais, M., Shahzadi, I., & Afzal, M. M. (2017). The Impact of Entrepreneurial Orientation on SME Performance in Pakistan: A Qualitative Analysis. *International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS)*, 1(8), 107-112.
- Basco, R., Hernández-Perlina's, F., & Rodríguez-García, M. (2020, May). The effect of entrepreneurial orientation on firm performance: A multigroup analysis comparing China, Mexico, and Spain. *Journal of Business Research*, 113, 409–421. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.020>
- BisbemJ., & Malaguena (2015). How control systems influence product innovation processes: examining the role of entrepreneurial orientation. *Accounting and Business Research*, 45(3), 356-386.
- Brown, K. (2019). **Supply Chain Strategies and Business Performance**. *Journal of Business Logistics*, 40(2), 123-140. <https://doi.org/10.1111/jbl.12189>
- Dess, G.G., & Davis (1984). Porter's (1980) generic strategies as determinants of strategic group membership and organizational performance. *Academy of Management journal*, 27(3), 467-488.
- Diab, S. M., Al-Bourini, F. A., & Abu-Rumman, A. H. (2015). The impact of green supply chain management practices on organizational performance: a study of Jordanian food industries. *J. Mgmt. & Sustainability*, 5, 149.
- Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, S. J., Papadopoulos, T., & Helo, P. (2019). Supplier relationship management for circular economy. *Management Decision*, 57(4), 767–790. <https://doi.org/10.1108/md-04-2018-0396>
- Gandhi, A. V., Shaikh, A., & Sheorey, P. A. (2017). Impact of supply chain management practices on firm performance: Empirical evidence from a developing country. *International Journal of Retail & Distribution Management*
- Gandhi, A. V., Shaikh, A., & Sheorey, P. A. (2017). Impact of supply chain management practices on firm performance: Empirical evidence from a developing country. *International Journal of Retail & Distribution Management*

- Gosling, J., Jia, F., Gong, Y., & Brown, S. (2016). The role of supply chain leadership in the learning of sustainable practice: toward an integrated framework. *Journal of Cleaner Production*, 137, 1458-1469
- Habeeb, L. M., Ghali, B. A., & Alharguse, T. H. K. (2019). The relationship between entrepreneurial orientation and business performance: Exploring the moderating role of supply chain management in SME sector of Iraq. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(2), 649-653.
- Habib, M. A., Bao, Y., & Ilmudeen, A. (2020). The impact of green entrepreneurial orientation, market orientation and green supply chain management practices on sustainable firm performance. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1743616.
- Hair Jr, J. F., LDS Gabriel, M., Silva, D. D., & Braga, S. (2019). Development and validation of attitudes measurement scales: fundamental and practical aspects. *RAUSP Management Journal*, 54(4), 490-507.
- Haque, M., & Islam, R. (2013). Effects of Supply Chain Management Practices on Customer Satisfaction: Evidence from Pharmaceutical Industry of Bangladesh. *Global Business & Management Research*, 5.
- Hult, G. M., Ferrell, O., Hurley, R. F., & Giunipero, L. C. (2000). Leadership and Relationship Commitment. *Industrial Marketing Management*, 29(2), 111–119. [https://doi.org/10.1016/s0019-8501\(98\)00039-x](https://doi.org/10.1016/s0019-8501(98)00039-x)
- Igweh, F., & Stephen, A. (2020). Effect of entrepreneurial roles on the performance of SMEs: the Nigeria human resource perspective. *International journal of business, economics & management*, 3(1), 22-29.
- Jalali, A., Jaafar, M., Talebi, K., & Ab Halim, S. (2014). The Moderating Role of Bridging Ties between Risk-Taking, Proactiveness and Performance: The Evidence from Iranian SMEs. *International Journal of Business and Management*, 9(5), 74.
- Jermisittiparsert, K., & Srihirun, A. (2019). **Impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance: A case study of Thai manufacturing firms.** *International Journal of Supply Chain Management*, 8(3), 317-328.
- Johnson, M., & Lee, H. (2020). **Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Mediating Role of Supply Chain Management.** *International Journal of Production Economics*, 223(3), 107512. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107512>
- Khaleel, A. J., Al-shami, S. A., Majid, I., & Adel, H. (2017). The effect of entrepreneurial orientation of small firms' innovation. *The Journal of Technology Management and Technopreneurship (JTMT)*, 5(1), 37-49.
- Khasawneh, K., & Zu'bi, H. (2020). **Supply Chain Management Practices and Their Impact on Performance in the Jordanian Food Sector.** *Jordan Journal of Business Administration*, 16(2), 123-142.
- Kraus, S., Rigtering, J. P., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161-182.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172

- Mason, M.C., Floren, J., Miani, S., Beltrame, F., & Cappelletto, R (2015). Understand the impact of entrepreneurial orientation on SMEs' performance The role of the financing structure. **Procedia Economics and finance**, 23, 1649-
- Miller, W. J. (1996). A working definition for total quality management (TQM) researchers. **Journal of Quality Management**, 1(2), 149-159.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill
- Piercy, N. F. (2009). Strategic relationships between boundary-spanning functions: Aligning customer relationship management with supplier relationship management. *Industrial Marketing Management*, 38(8), 857–864. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2009.03.015>
- Putniņš, T. J., & Sauka, A. (2020). Why does entrepreneurial orientation affect company performance? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 711-735.
- Razaghi, S., & Shokouhyar, S. (2021). Impacts of big data analytics management capabilities and supply chain integration on global sourcing: a survey on firm performance. *The Bottom Line*.
- Razaghi, S., & Shokouhyar, S. (2021). Impacts of big data analytics management capabilities and supply chain integration on global sourcing: a survey on firm performance. *The Bottom Line*.
- Setiawan, H., & Erdogan, B. (2020). Key factors for successful corporate entrepreneurship: a study of Indonesian contractors. *International Journal of Construction Management*, 20(3), 252-268
- Smith, R., Adams, P., & Jones, L. (2018). **Competition and Supply Chain Innovations**. *Business Strategy Review*, 29(4), 89-102. <https://doi.org/10.1111/busr.12160>
- Uchenna, E. B., Sanjo, O. M., & Joseph, F. (2019). Entrepreneurial orientation and micro, small and medium enterprises (MSMEs) performance in Abia State, Nigeria. *Covenant Journal of Entrepreneurship (Special Edition)*, 3(1).
- Zehir, C., Can, E., & Karaboga, T. (2015). Linking entrepreneurial orientation to firm performance: the role of differentiation strategy and innovation performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210, 358-367.

The impact of entrepreneurial orientation on organizational performance: the mediating role of supply chain management in the food industry sector in Jordan

Abstract

The study aimed to investigate the direct and indirect impact of entrepreneurial orientation on the performance of Jordanian food industry companies through supply chain management as a mediator variable. A simple random sample of companies operating in the food industry was selected, and a questionnaire was used as the primary data collection tool. Several statistical methods were employed, notably multiple and simple regression analyses. The study found a statistically significant impact of entrepreneurial orientation on the performance of Jordanian food industry companies. Additionally, there was a statistically significant impact of entrepreneurial orientation on supply chain management and a statistically significant effect of supply chain management orientation on performance. Furthermore, the study found a statistically significant effect of entrepreneurial orientation on the performance of Jordanian food industry companies in the presence of supply chain management, indicating that supply chain management partially mediates the relationship between entrepreneurial orientation and performance. Among the study's prominent recommendations is the need to enhance the innovation process to enable companies to continuously introduce new products and the importance of improving risk management strategies.

Keywords: Entrepreneurial orientation, supply chain management, performance, Jordanian food industry companies.