

أثر إدارة سلسلة الإمداد على الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر

The impact of supply chain management on the financial performance of the beverage sector in Algeriaالشيكور أيوب¹، لوزاني حسيبة²¹ جامعة البليدة2، (الجزائر) a.echikr@univ-blida2.dz² جامعة سطيف 1 (الجزائر) ، hassibalouzani2016@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2025/05/ 22

تاريخ القبول: 2025/05/ 29

تاريخ النشر: 2025/06/ 01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أثر إدارة سلسلة الإمداد على الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر، ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن إشكالياتها، تم الاعتماد على أداة الاستبيان، نظرا لكونها من أكثر الوسائل فعالية وشيوعا في جمع البيانات في بحوث إدارة الأعمال.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن ممارسات إدارة سلسلة الإمداد، بما في ذلك العلاقات مع الموردين والزبائن ومشاركة المعلومات، تؤثر بشكل إيجابي ودال إحصائيا على الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر، حيث تؤكد هذه النتائج أهمية تحسين ممارسات سلسلة الإمداد لتعزيز الكفاءة والفعالية المالية في هذا القطاع الاستراتيجي.

كلمات مفتاحية: إدارة سلسلة الإمداد، أداء المالي، الموردون، الزبائن، مشاركة المعلومات.

تصنيف JEL : M11، L25، P47

Abstract:

This study aims to identify the impact of supply chain management on the financial performance of the beverage sector in Algeria. To achieve the research objectives and answer its main question, the study relied on the questionnaire as a data collection tool, given its widespread use and

effectiveness in business administration research. The findings revealed that supply chain management practices—including relationships with suppliers and customers, as well as information sharing—have a positive and statistically significant effect on the financial performance of the beverage sector in Algeria. These results highlight the importance of improving supply chain practices to enhance efficiency and financial effectiveness in this strategic sector.

Keywords: Supply Chain Management, Financial Performance, Suppliers, Customers, Information Sharing.

Jel Classification Codes : M11 ، L25 ، P47

1. مقدمة:

أضحى التوجّه نحو اعتماد إدارة سلسلة الإمداد خياراً استراتيجياً لا غنى عنه في ظل البيئة التنافسية المتسارعة التي تواجهها المؤسسات اليوم، حيث تسعى هذه الأخيرة إلى تحقيق مستويات عالية من الكفاءة التشغيلية والفعالية في مختلف أنشطتها، وتعد إدارة سلسلة الإمداد إطاراً متكاملًا يعني بالتنسيق المنهجي والمنظم بين جميع الفاعلين داخل المؤسسة وخارجها، بدءاً من الموردين وإنهاءً بالمستهلك النهائي، وذلك لضمان تدفق سلس وفعال للسلع والخدمات والمعلومات.

وتبرز أهمية ممارسات إدارة سلسلة الإمداد من خلال مساهمتها في تحسين الأداء المؤسسي، إذ تشمل هذه الممارسات إدارة العلاقات مع الموردين والعملاء، ومشاركة المعلومات، وهي عناصر تساهم بوضوح في خفض التكاليف، وزيادة الفعالية والكفاءة في المستوى التشغيلي، وتعزيز رضا الزبائن، وينعكس ذلك بشكل مباشر على النتائج المالية للمؤسسة، مما يجعل الأداء المالي مؤشراً حيوياً وفعالاً يعتمد عليه في قياس مدى نجاح هذه الممارسات في تحقيق الأهداف الاقتصادية والمالية المرجوة.

وفي السياق ذاته، يكتسب قطاع الصناعات الغذائية في الجزائر، ولا سيما شعبة المشروبات، أهمية متزايدة بالنظر إلى الديناميكية التي يشهدها هذا القطاع على مستوى الإنتاج وتنوع الفاعلين والمتنافسين فيه، وبناءً عليه، يمكن طرق الإشكالية التالية:

ما هو أثر تبني إدارة سلسلة الإمداد على الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر؟

تنبثق من الإشكالية التالية مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلاقات مع الموردين وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات

في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلاقات مع الزبائن وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المشاركة في المعلومات وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05؟

فرضيات الدراسة: تسعى هاته الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

- الفرضية الرئيسية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة سلسلة الإمداد على تحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05، تتفرع عنها الفرضيات التالية:
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلاقات مع الموردين وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05؛
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلاقات مع الزبائن وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05؛
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المشاركة في المعلومات وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- تقديم خلفية نظرية لإدارة سلسلة الإمداد والأداء المالي.
- التعرف على علاقة ممارسة إدارة سلسلة الإمداد على الأداء المالي.
- التعرف على تأثير إدارة سلسلة الإمداد على الأداء المالي في قطاع المشروبات بالجزائر.

هيكل الدراسة

من أجل الإلمام بجوانب الدراسة وللإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم الدراسة إلى محورين رئيسيين وهما:

- ✓ **المحور الأول:** الإطار النظري لإدارة سلسلة الإمداد والأداء المالي.
- ✓ **المحور الثاني:** الإطار التطبيقي لأثر ممارسات سلسلة الإمداد على الأداء المالي لقطاع مشروبات بالجزائر.

2. الإطار النظري لإدارة سلسلة الإمداد والأداء المالي.

1.2 إدارة سلسلة الإمداد

1.2.1. تعريف إدارة سلسلة الإمداد

قبل التطرق إلى تعريف إدارة سلسلة الإمداد، من الضروري أولاً توضيح تعريف سلسلة الإمداد والتي تعرف على أنها "مجموعة من العمليات والأنشطة المرتبطة بالحصول على المكونات والموارد من الموردين، ثم تحويلها داخل المؤسسة إلى منتجات جاهزة أو نصف مصنعة، ليتم لاحقاً توزيعها على المستهلكين النهائيين". (أقاسم ولعرج مجاهد، 2015، صفحة 199)

وتعرف إدارة سلسلة الإمداد على أنها "عملية التحكم والتخطيط وإدارة الأنشطة التجارية التي تبدأ من موردي المواد الخام وتمتد حتى وصول المنتج إلى المستهلك النهائي، وذلك من خلال ربط وتكامل جهود مختلف الشركاء بهدف تلبية احتياجات العملاء بشكل فعال". (أول، زرادنة، وبن جبارة، 2022، صفحة 226)

كما تعرف إدارة سلسلة الإمداد على أنها "بمقابلة إطار مفاهيمي تعتمد عليه المؤسسة لدمج وتنسيق أنشطتها ووظائفها المختلفة، بدءاً من الموردين ووصولاً إلى المستهلك النهائي، بهدف ضمان تدفق فعال للسلع والخدمات والمعلومات ذات الصلة، بما يُعزز كفاءة العمليات الداخلية ويرفع من قيمة المنتجات والخدمات في نظر العملاء والمساهمين". (أول و زرادنة ، 2021، صفحة 128)

بالاعتماد على التعاريف السابقة، يمكن استخلاص أن إدارة سلسلة الإمداد تعتبر نظام متكامل يركز على تخطيط وتنظيم الأنشطة والجهات المعنية داخل المؤسسة وخارجها، بدءاً من الموردين وصولاً للمستهلك النهائي، وذلك بهدف ضمان انسيابية السلع والخدمات بشكل فعال، مما يساهم في تلبية متطلبات الزبائن بكفاءة وفعالية.

1.2.2. ممارسات سلسلة الإمداد:

إن الإدارة الفعالة للممارسات سلسلة الإمداد تتطلب الانتقال من مرحلة إدارة مجموعة من الأنشطة التوريد والتوزيع كأنشطة منعزلة عن بعضها البعض إلى إدارة أنشطة متناسقة ومتكاملة، وتتكون ممارسات إدارة سلسلة الإمداد من الأنشطة التالية: (مومي و تريش ، 2020، الصفحات 624-626)

- **إدارة العلاقة مع الموردين:** تركز إدارة العلاقة مع الموردين في سلسلة الإمداد على تحديد الموردين الأساسيين وتحليل قدراتهم، من أجل تصنيفهم وفقاً لأهميتهم بالنسبة للمؤسسة. ويعد هذا التصنيف

خطوة ضرورية لبناء شراكات استراتيجية طويلة الأمد، تقوم على الثقة والتنسيق المتبادل. يساهم هذا التعاون في ضمان استمرارية التوريد وتحقيق منافع مشتركة للطرفين. كما تتيح هذه العلاقات المتينة للمؤسسة التكيف بمرونة مع الظروف غير المتوقعة، مثل الزيادات المفاجئة في الطلب.

● **إدارة العلاقة مع العملاء:** تركز إدارة العلاقة مع العملاء (CRM) على تحقيق رضا عال للزبائن وتقليل مخاطر الفشل من خلال بناء علاقات قوية ومستدامة. وتعد CRM عنصرًا محوريًا في نجاح سلسلة الإمداد، إذ تهتم بالتخطيط والتنفيذ وتقييم العلاقة بين المؤسسة والعملاء النهائيين. ويتطلب ذلك توفر نظام معلومات دقيق وسريع لتزويد العملاء بكافة التفاصيل المتعلقة بالمنتجات والأسعار في الوقت المناسب. كما تسعى هذه المنظومة إلى تطبيق استراتيجية فعالة لفهم سلوك الزبائن، تعزيز ولائهم، وتطوير علاقات طويلة الأمد تساهم في خلق قيمة مضافة للمؤسسة.

● **ممارسات الإمداد الداخلي:** تهدف ممارسات الإمداد الداخلي ضمن إدارة سلسلة الإمداد إلى تحقيق مرونة تشغيلية عالية تمكن المؤسسة من الاستجابة السريعة لتغيرات السوق. وتشمل هذه الممارسات توفير المواد الخام والأجزاء لمراكز الإنتاج في الوقت المناسب، وبالكميات والتكاليف الملائمة. كما تتضمن مراقبة دقيقة لحركة المنتجات التامة الصنع نحو المخازن، مما يضمن انسيابية العمليات. ويُعد الإمداد الداخلي حلقة وصل بين الإمداد الفوقي (الموردين) والتحتي (العملاء)، ويعتمد على نظام رقابي فعال لمتابعة تدفق المواد بين مراحل الإنتاج المختلفة، مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات البيئية مثل ظروف السوق وحالة عدم اليقين.

● **مشاركة المعلومات:** يعتمد تدفق المعلومات في سلسلة الإمداد على التواصل في اتجاهين بين العملاء والموردين، حيث يتم تبادل المعلومات الاستراتيجية والتكتيكية للمساهمة في تصميم المنتج وتقييم أداء الأطراف المشاركة. هذا التبادل يعزز من جودة المنتج من خلال وضوح أدوار كل عضو في السلسلة. كما أن دقة وتوقيت وشفافية المعلومات المتبادلة ضرورية لضمان رقابة فعالة وتفاذي التصرفات الانتهازية. ويعد هذا التكامل في اتخاذ القرارات وسيلة لتحقيق ميزة تنافسية تقوم على الثقة والتعاون، بهدف خلق قيمة مضافة للمستهلك النهائي.

2.2 الأداء المالي

2.2.1. **تعريف الأداء المالي:** قبل التطرق إلى تعريف الأداء المالي، من الضروري أولاً التعريف بالأداء بصفة عامة، فقد عرف الأداء على أنه "المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام لتحقيقها" (الرحمان،

2015، صفحة 158)، كما يعرف أيضا بأنه " المحصلة النهائية للأعمال التي تؤديها المؤسسة المتمثلة بتحقيق أهدافها وغاياتها " (الياسري، 2016، صفحة 234)

أما الأداء المالي، فيقصد به مدى مساهمة الأنشطة في خلق القيمة او الفعالية في استخدام الموارد المالية المتاحة من خلال بلوغ الأهداف المالية بأقل التكاليف، اما ميلتون فريدمان فيرى ان الأداء المالي يتوقف على الاستغلال الأمثل لموارد المؤسسة وتحقيق أقصى عائد ممكن. (بوخلحال، 2021، صفحة 146)

كما يعرف الأداء المالي أيضا بأنه " تعظيم النتائج من خلال تحسين المردودية، ويتحقق ذلك بتدني التكاليف وتعظيم الإيرادات بصفة مستمرة، تمتد إلى مدى متوسط، بغية تحقيق كل من التراكم في الثروة والاستمرار في مستوى الأداء، ويعتبر قدرة المؤسسة على تحقيق التوازن وتوفير السيولة اللازمة لتسديد ما عليها وتحقيق معدل مردودية جيد وتكاليف منخفضة". (بومصباح، 2021، صفحة 221)

بالاعتماد على التعاريف السابقة، يمكن استخلاص الأداء المالي هو مقياس لكفاءة المؤسسة في استغلال مواردها المالية المتاحة بأقصى عائد ممكن بما يضمن تحقيق الأهداف المالية بفعالية.

2.2.2. أهمية الأداء المالي: تتمثل أهمية الأداء المالي فيما يلي: (بومصباح، 2021، صفحة 221)

- التعرف على مدى ربحية المؤسسة، بهدف تعظيم قيمتها وزيادة عوائد المساهمين؛
- تحليل السيولة المالية للمؤسسة، مما يعزز قدرتها على الوفاء بالالتزامات مختلفة الأجل؛
- متابعة تطور أنشطة المؤسسة، لمعرفة توجهها فيما يتعلق بتوزيع الأرباح؛
- قياس حجم المديونية لتحديد درجة الاعتماد على مصادر التمويل الخارجية؛
- دراسة نمو حجم المؤسسة، بما يدعم تعزيز القدرة الكلية للمؤسسة؛

2.3. علاقة ممارسة إدارة سلسلة الإمداد على الأداء المالي

سنحدد هذه العلاقة من خلال عدة محاور رئيسية أبرزها مشاركة المعلومات، العلاقة مع العملاء، والعلاقة مع الموردين وهي كالتالي:

2.3.1. مشاركة المعلومات والأداء المالي: تعد مشاركة المعلومات عنصرا محوريا في ممارسات إدارة

سلسلة الإمداد، إذ تعمل على تحقيق التعاون بين الشركاء على توحيد وتكامل الأهداف الفرعية مع الهدف العام، كما تعمل على تنسيق القرارات لضمان حسن عملية التنبؤ، التخطيط وإنجاز مختلف العمليات والوظائف في سلسلة الإمداد، وأيضا تسهم مشاركة المعلومات في موائمة الحوافز حث تتيح تقاسم شركاء سلسلة الإمداد للتكاليف والمخاطر والمكاسب بشكل عادل. وتشير أيضا المشاركة إلى عملية الاستفادة من القدرات والأصول والاستثمار مع شركاء سلسلة الإمداد التي تتضمن الموارد

المادية، كما يشير إلى التعاون المتواصل إلى عملية إرسال الرسائل والمعلومات المختلفة بين شركاء سلسلة التوريد من حيث الأسلوب والاتجاه واستراتيجية المناسبة، كما يشير إنشاء المعارف والمعلومات المشتركة إلى المدى الذي يطور فيه شركاء سلسلة التوريد مفهوما أفضل للبيئة التنافسية والاستجابة لها من خلال العمل معا، كل هذه الممارسات تسهم في تحسين الأداء المالي من خلال زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف وتعزيز القدرة على الاستجابة للبيئة السوقية. (صالح، 2020، الصفحات 16-17)

2.3.2. العلاقة مع العملاء والأداء المالي : تعكس علاقة العملاء مع الأداء المالي أهمية ربط عمليات مع الزبائن لتحقيق الأداء المالي الفعال من خلال تدفق فعال للمنتجات والخدمات، إذ يسهم في تقليل التكاليف وتحسين الاستجابة لاحتياجات العملاء و نيل رضاهم هذا ما يضمن زيادة الإيرادات المالية من خلال زيادة حجم المبيعات .وتتم العملية من خلال دمج آراء العملاء في الإنتاج لتقدم منتجات تلبي احتياجاتهم وتفضيلاتهم، مما يعزز رضاهم وولاءهم، كما أن فهم سلوك العملاء واحتياجاتهم من خلال إدارة العلاقة معهم يساعد على تطوير استراتيجيات موجهة بدقة .وتعد إدارة خدمة العملاء عنصرا حاسما في تبادل المعلومات، حيث تتيح للعملاء معرفة تفاصيل مثل توفر المنتج وتكلفتها، مما يعزز ثقتهم و يؤثر إيجابا على الأداء المالي للمؤسسة.

2.3.3. العلاقة مع الموردين والأداء المالي: يعتمد تكامل سلسلة الإمداد على ربط عمليات المؤسسة الداخلية بالموردين بهدف تحسين تدفق المواد والمعلومات والخدمات، مما يساهم في تقليل التكاليف وزيادة الكفاءة التشغيلية. ويعزز هذا التكامل التعاون الاستراتيجي مع الموردين عبر مشاركة المعرفة والتخطيط المشترك، مما يؤدي إلى تحسين جودة التوريد وتوفير المواد في الوقت المناسب. وتلعب إدارة العلاقة مع الموردين دورا مهما في تطوير شراكات طويلة الأجل تقوم على الثقة والتعاون، وهو ما يمنح المؤسسة ميزة تنافسية في السوق، كما أن تكامل الموردين من خلال التنسيق المالي والتشغيلي والمعرفي يساهم في تحقيق منافع متبادلة وتدفق مستقر للموارد. كل هذه العوامل تنعكس إيجابا على الأداء المالي من خلال خفض التكاليف، تحسين المنتجات وتحسين قدرة المؤسسة على الاستجابة لاحتياجات السوق في الوقت المناسب، وهذا ما ينعكس إيجابا على الأداء المالي. (قازة أول، زرادنة، وبن جبارة، 2022، الصفحات 227-228)

3. الإطار التطبيقي للدراسة

1.3 تقديم قطاع المشروبات بالجزائر محل الدراسة

شهد قطاع الصناعات الغذائية في الجزائر تطورًا كبيرًا خلال الخمسة عشر سنة الماضية، وتبدو آفاق النمو المستقبلية واعدة أكثر، نظرًا لأهمية الطلب المحلي الجزائري وإمكانيات التصدير في بعض الفروع (**des Industries Alimentaires en Algérie Le Marché**, 2015، صفحة 03).

تعد الصناعة الزراعية-الغذائية في الجزائر في جوهرها مفهومًا تقنيًا يشمل بشكل عام جميع القطاعات المعنية بتحويل المواد الأولية ذات الأصل الزراعي. ووفقًا لهذا المفهوم الواسع، تشمل هذه الصناعة عدة شعب إنتاج رئيسية، وهي كالتالي: (**Tlemsani**, 2018، صفحة 86) شعبة الحليب ومشتقاته، شعبة الحبوب، شعبة الزيوت والمواد الدهنية، شعبة اللحوم والمعلبات، شعبة المشروبات، وشعبة السكر. تم اختيار شعبة المشروبات في الجزائر كموضوع للدراسة، نظرًا لكونها من أكثر الشعب نشاطًا وحيوية ضمن سوق الصناعات الغذائية الجزائرية، ويعزى هذا الاختيار أيضًا إلى النقص الواضح في الدراسات، التي تتناول العلاقة بين ممارسات إدارة سلسلة التوريد والأداء المالي في هذه الشعبة.

من الناحية التاريخية، كانت شعبة المشروبات خلال سبعينيات وثمانينيات القرن الماضي خاضعة لهيمنة القطاع العام، في حين اقتصر نشاط الشركات الخاصة في الغالب على النطاق المحلي أو الجهوي، كما كانت السوق الوطنية آنذاك محمية من المنافسة الدولية، ما أدى إلى محدودية التطور سواء من حيث تنوع وجودة المنتجات أو من حيث الأداء الاقتصادي.

لكن مع انطلاق سياسة الانفتاح الاقتصادي في أواخر الثمانينيات، طرأ تغير جذري على هذه الوضعية، حيث بدأ السوق يشهد حركية متسارعة في الاستثمارات ساهمت في إعادة ترتيب المشهد التنافسي على الصعيد الوطني. كما دخلت إلى السوق علامات تجارية عالمية قدّمت أساليب إنتاج وتسويق متطورة تتماشى مع المعايير الحد.

شهد حضور القطاع العام في الشعبة تراجعًا تدريجيًا، مقابل انخراط متزايد لعدد من المؤسسات الخاصة في موجة الاستثمار الجديدة، الأمر الذي أتاح للبعض منها فرض نفسها كأطراف فاعلة ومؤثرة في القطاع. وقد رافق هذا الزخم المقاولاتي توسع ملحوظ في مستويات استهلاك المشروبات. (**la-filiere-boissons-en-algerie**, 2010).

أخيرا، تعتبر شعبة المشروبات واحدة من أنشط الفروع ضمن قطاع الصناعات الغذائية في الجزائر، حيث رسخت موقعها الاقتصادي بفضل وتيرة نموها المتسارعة، والتقدم المحرز في تنويع منتجاتها وتحسين جودتها، الأمر الذي يمنحها طابعاً مميزاً داخل القطاع.

وتعرف هذه الشعبة أيضا بوجود شركات رائدة في المجال، إلى جانب تنظيم مهني فعال يتمثل في هيئة نشطة، وهي الجمعية الجزائرية لمنتجي المشروبات. (**Filiere-boissons-en-algerie**, 2012) تأسست الجمعية الجزائرية لمنتجي المشروبات (**APAB**) في عام 2003، ومنذ ذلك الحين نجحت في جذب عدد كبير من العاملين في قطاع المشروبات، حيث أصبحت تمثل حاليا ما يفوق 85% من الحصة السوقية، وقد تم إنشاؤها أساسا بهدف دعم القطاع، والدفاع عن مصالحه، والعمل على حمايتها وتطويرها.

وتتمحور الأهداف الرئيسية للجمعية حول ما يلي: (**APAB, 2022, p. 03**)
أولاً: الترويج من خلال بناء علاقات دائمة وقوية مع الفاعلين في شعبة المشروبات، تعزيز التواصل مع الشركاء الاقتصاديين وغيرها من الجهات ذات الصلة، الدفاع عن مصالح الشعبة.
ثانياً: الاحترافية من خلال الإسهام في وضع الأطر التنظيمية والتشريعية المنظمة لنشاط الشعبة، ضمان الالتزام بمعايير الجودة خلال مراحل إفتح المشروبات، المساهمة في التأطير التنظيمي والتشريعي للمهنة؛ العمل على نشر المعايير الحديثة والتقنيات المتطورة المعتمدة في الإنتاج.
ثالثاً: التحديث عبر مساندة المبادرات الرامية إلى تطوير الشعبة، نشر المعرفة وتحفيز روح الابتكار، ترسيخ مفهوم المؤسسة المواطنة وتعزيز دوره داخل القطاع.

2.3 الطريقة والأدوات: تتمثل في:

1.2.3 مجتمع وعينة الدراسة : يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المؤسسات العاملة في شعبة المشروبات في الجزائر، أما الفئة المستهدفة من دراستنا، المدراء، مسؤول قسم الشراء، مسؤول الإنتاج، مسؤول إدارة المخزون، مسؤول التسويق والتجارة، مسؤول التوزيع، مسؤول نظم المعلومات. لقد تم اختيار هذه الفئة من المسؤولين نظرا لكونهم الأكثر اطلاعا على الخصائص المرتبطة بالمتغيرات المختلفة لموضوع دراستنا، وفي هذه الدراسة اعتمدنا على أسلوب "العينة المتيسرة"، وهي إحدى طرق المعاينة غير الاحتمالية.، ويعود السبب الرئيسي لاختيارنا لهذا النوع من العينات إلى عدم توفر قائمة شاملة

ومحددة بالفئة المستهدفة حاليا ، مما يجعل هذه الطريقة وسيلة سريعة وبسيطة ومنخفضة التكاليف لجمع البيانات، حيث اشتملت عينة الدراسة على 90 عامل وقد كانت جميعها صالحة للتحليل الإحصائي.

2.2.3. أداة جمع البيانات: من أجل جمع البيانات اللازمة للدراسة تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع المعطيات، وقد تكون الاستبيان من محورين حيث يشمل المحور الأول البيانات الشخصية لأفراد العينة المستجوبة، أما المحور الثاني يتضمن فقرات تقيس المتغيرات المستقلة (ممارسات سلسلة الإمداد) والمتغير التابع (الأداء المالي). وهذا وقد تم تدرج مستوى الإجابة لكل فقرة من الاستبيان وفق مقياس ليكرت الخماسي (من غير موافق بشدة إلى موافق بشدة)، كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم1: سلم ليكرت الخماسي

الإجابة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: سعد عبد الرحمن، القياس النفسي - النظرية والتطبيق، هبة النيل للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص386
بعد إختيار سلم ليكرت الخماسي وبإعطاء درجة لكل عبارة تم تحديد مجال لقيمة الوسط الحسابي المرجح المناسبة لكل درجة وذلك كالتالي:

- حساب المدى: $4_5 = 1$ ؛
- قسمة المدى العام على عدد الدرجات: $0,8 = 4/5$
- إضافة هذه القيمة للحد الأدنى للدرجة حتى نحصل على الحد الأعلى لها، ويمكن ذلك من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم2: المتوسطات المرجحة والإتجاه العام لها

الإتجاه العام	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
المتوسط الحسابي المرجح	[1,8-1]	[2,6-1.8]	[3,4-2,6]	[4,2-3,4]	[5-4,2]

المصدر: من إعداد الباحثين

3.3. الأساليب الإحصائية المستعملة لتحليل البيانات: تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي **SPSS 24** لقيام بعملية التحليل الإحصائي لمعطيات الدراسة، كما تم تفسير الاختبارات وفقا لمستوى ثقة (95%)، أي عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$. وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية لمعالجة معطيات الاستبيان: التحليل الإحصائي الوصفي للعينة محل الدراسة،

التكرارات والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحراف المعياري، تحليل الاختبار واختبار فرضيات الدراسة.

3.4. النتائج ومناقشتها: تتمثل النتائج في:

1.3.4. صدق وثبات أداة الدراسة

اعتمدنا على معامل الثبات ألفا كرونباخ Alpha de Cronbach لقياس الثبات الكلي للاستبيان والاتساق الداخلي لعباراته، أي أنه في حالة إعادة توزيع نفس الاستبيان في نفس الظروف سوف نتحصل على نفس الإجابات وقمنا بصياغة الفرضيتين التاليتين:

• الفرضية الصفرية $H_0: CA < 0.6$

• الفرضية البديلة $H_1: CA \geq 0.6$

وهذا عند مستوى المعنوية 0.05.

فكانت قيمة معامل الثبات لجميع عبارات الاستبيان ولكل محور كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم 3: نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس الثبات الداخلي

المتغيرات	الأبعاد	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ للأبعاد	ألفا كرونباخ للمحاور
المتغير المستقل: جودة ممارسات سلسلة الإمداد	جودة العلاقات مع الموردين	8	0,891	0,956
	جودة العلاقات مع الزبائن	5	0,902	
	جودة مشاركة المعلومات	5	0,913	
المتغير التابع: جودة الأداء المالي		14		0,958
الفأ كرونباخ الكلي			0,997	

المراجع: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS24

من خلال الجدول رقم (03) أعلاه نلاحظ أن أكبر قيمة لمعامل الثبات ألفا كرونباخ للمتغيرات المستقلة كانت للعنصر مشاركة المعلومات ب (0,913)، يليه عنصر علاقة مع العميل ب (0,902) وأخيراً عنصر علاقة مع الموردين ب (0,891). بينما بلغت قيمة α للمتغير التابع الأداء المالي ب (0,958). أما قيمة α للاستبيان ككل تساوي 0,977، وهي كلها قيم جيدة ومقبولة كونها أعلى من النسبة الحدية (0,6)، ما يؤكد اتساق إجابات أفراد عينة الدراسة.

2.3.4. الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية

سنستطرق من خلال هذا الجزء إلى التعرف على الخصائص الشخصية للعينة المدروسة (الجنس، العمر، الوضع المهني، الوظيفة)، وذلك عن طريق معالجة الجزء الأول من الاستبيان اعتماداً على الإحصاء الوصفي.

جدول رقم 4: وصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد العينة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	68	75,6	الوضع المهني	موظف إداري	18	20
	أنثى	22	24,4		مدير تنفيذي	72	80
السن	أقل من 30 عاماً	3	3,3	الوظيفة	قسم الصيانة	10	11,1
	من 30 عام إلى 39 عاماً	27	30		قسم التدقيق	14	15,6
	من 40 إلى 49 عاماً	41	45,6		قسم التسويق	10	11,1
	أكثر من 50 عاماً	19	21,1		قسم نظم المعلومات	10	11,1
					قسم اللوجستية	8	8,9
					قسم إدارة المخزون	18	20
					قسم الإنتاج	10	11,1
					قسم الشراء	10	11,1

المراجع: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS 24

يظهر الجدول رقم (04) المرفق أعلاه تكرار ونسب لأفراد العينة حسب مجموعة من المتغيرات. فمن

حيث:

- **الجنس:** يتضح أن الذكور يطغون على مجتمع الدراسة بنسبة 75,6% مقارنة بـ 24,4% للإناث، ويعزى ذلك إلى طبيعة الوظائف المتاحة التي تستقطب الذكور أكثر.
- **العمر:** فقد تم توزيع الأفراد على أربع فئات عمرية رئيسية، حيث سجلت الفئة "40 إلى 49 سنة" أعلى نسبة بواقع 45,6%، تلتها فئة "30 إلى 39 سنة" بنسبة 30%، ثم "50 سنة فأكثر" بنسبة 21,1%، وأخيراً الفئة "أقل من 30 سنة" بنسبة 3,3%، مما يدل على أن الفئة "40 إلى 49 سنة" تمثل الشريحة الأكبر والأكثر كفاءة في سوق العمل.

- **الوضع المهني:** لوحظ أن عدد الموظفين الإداريين (18 موظفاً) أقل بكثير عدد المدراء التنفيذيين (72 مدراء)، مما يعكس هيكلاً تنظيمياً طبيعياً بواقع 20% للموظفين الإداريين و80% للمدراء.
- **فئة الوظيفة:** توزع الأفراد بشكل شبه متساوٍ بين ستة أقسام رئيسية بنسبة 11,1% لكل قسم، مع اختلاف بسيط في قسمي "الإدارة التقنية" بنسبة 15,6% و"إدارة المخزون" بنسبة 20%، وقسم اللوجستية بنسبة 8,9% مما يشير إلى الحاجة لتعزيز الموارد البشرية بقسم إدارة المخزون واللوجستية بشكل خاص.

3.3.4. تحليل فقرات المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

يمثل الجدول رقم (05) أدناه نتائج حساب المتوسط والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة.

جدول رقم 5: متوسط والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة

محاور الدراسة	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
ممارسات سلسلة الإمداد:	2,2519	0,49977	غير موافق
علاقة مع الموردين	2,3444	0,47303	غير موافق
علاقة مع العميل	2,4644	0,54779	غير موافق
مشاركة المعلومات	1,9467	0,58429	غير موافق
الأداء المالي	2,4540	0,47303	غير موافق

المراجع: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS24

خلال جدول رقم (05) نلاحظ أن: متوسط محور "أداء المالي" يبلغ 2,4540، مما يدل على أن درجة عدم موافقة أفراد العينة على هذا المحور كانت منخفضة، أي أن الغالبية تميل لعدم الموافقة كما أن إجابات أفراد العينة كانت متباينة ومختلفة بسبب قيمة الانحراف المعياري التي بلغت 0,47303. أما متوسط محور "ممارسات سلسلة الإمداد" فقد بلغ 2,2519، مما يعني أن درجة عدم موافقة أفراد العينة على هذا المحور كانت أيضاً منخفضة، وكانت إجابات أفراد العينة متباينة ومختلفة نظراً لقيمة الانحراف المعياري التي بلغت 0,49977.

وبذلك نستنتج أن أفراد العينة لا يوافقون بدرجة ملحوظة على محاور الدراسة المتعلقة بممارسات سلسلة الإمداد، وخاصة في جانب مشاركة المعلومات، وهو ما قد يؤثر على ضعف ونقص التكامل المعلوماتي

والتنسيق والتنظيم بين أطراف سلسلة الإمداد، كما تشير النتائج إلى أن هذه العوامل قد تكون مرتبطة بمحدودية الأداء المالي للمؤسسة، وهذا ما يستدعي إعادة النظر في سياسات واستراتيجيات سلسلة الإمداد وتحسين علاقاتها مع الموردين والعملاء وأطراف العلاقة.

4.3.4. تحليل الارتباط واختبار فرضيات الدراسة

- تحليل معاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة: من خلال الاعتماد على معامل بيرسون الذي يقوم على سنقوم بحساب الارتباطي بين المتغير المستقل وأبعاده مع المتغير التابع، ونحن سنفرض أنه يوجد ارتباط ونكون أمام فرضيتين:

- الفرضية الصفرية $H_0: [r] = -1; 1$

- الفرضية البديلة $H_1: [r] = -1; 1$

عند مستوى المعنوية 0.05.

ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم 6: معاملات الارتباط بين محاور الدراسة والأداء المالي

البيان	سلسلة الإمداد	العلاقة مع العملاء	العلاقة مع الموردين	مشاركة المعلومات
(الأداء) معامل الارتباط	0,911**	0,888**	0,904**	0,774**
القيمة الاحتمالية	0,000	0,000	0,000	0,000

المراجع: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS24

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن هناك علاقة إيجابية قوية بين متغيرات الدراسة حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بيرسون بين 0.774 و 0,911، هذا ما يشير إلى أن العلاقة معتبرة احصائيا عند مستوى دلالة 0,01، مما يعني أن هناك احتمالية أقل من 1% أن تكون هذه العلاقات ناتجة عن الصدفة وعليه نستنتج أن هناك تأثير ملحوظ لممارسات سلسلة الإمداد على الأداء المالي، هذه النتائج مفيدة للمؤسسات التي تسعى لتحسين أدائها المالي من خلال تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة سلسلة الإمداد وتبسيط الضوء أكثر على عامل المورد مع الأداء المالي.

- اختبار فرضيات الدراسة: يستخدم الانحدار الخطي للتحقق من وجود الأثر بين المتغيرين، وهي العلاقة التي افترضنا وجودها في الفرضية الأولى H_1 ، والتي تنص على: أن ممارسات إدارة الامداد لها تأثير إيجابي على الأداء المالي لقطاع المشروبات بالجزائر.

○ تحليل نتائج إختبار الفرضية الرئيسية: نصت الفرضية الرئيسية على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة سلسلة الأمداد على تحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05" ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام الإنحدار الخطي البسيط لتحليل أثر سلسلة الإمداد على الأداء المالي.

جدول رقم7: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

β	إختبار ستودنت		إختبار فيشر		معامل التفسير	معامل الارتباط	X سلسلة الإمداد
	Sig	قيمة المحسوبة	Sig	قيمة المحسوبة			
0,407	0,000	4,033	0,000 ^b	431,659	0,831	0,911	
0,909	0,000	20,776					
Y الأداء المالي							

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن معامل الارتباط بين ممارسات سلسلة الامداد والأداء المالي يقدر 0.911 مما يدل على أن العلاقة قوية جدا بين المتغيرين، كما نلاحظ أن قيمة معامل التحديد هي 0.831 مما يدل على أن معيار ممارسات سلسلة الامداد يساهم ب 83,1% من الأداء المالي . كما نلاحظ أن مستوى الدلالة الإحصائية sig هي 0.000 وهي قيمة اقل من 0.05 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة عند مستوى ثقة 95% وبالتالي يوجد تأثير دال إحصائيا لممارسات سلسلة الإمداد والأداء المالي.

يتم تحديد نموذج الانحدار بين ممارسات سلسلة الامداد والأداء المالي لقطاع المشروبات بالجزائر من خلال المعادلة التالية:

$$\text{ممارسات سلسلة الامداد} = 0,407 + 0,909 \text{ الأداء المالي}$$

تعني هذه المعادلة أنه يكفي أن تتغير وحدة واحدة في ممارسات سلسلة الامداد لكي يحدث تغيير بمقدار 0.909 في الأداء المالي. وبالتالي، عند غياب إدارة جيدة لممارسات سلسلة الامداد، فإن الأداء المالي يكون مساويا ل 0.407

○ تحليل نتائج إختبار الفرضية الفرعية الأولى: نصت الفرضية الفرعية الأولى على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلاقات مع الموردين وتحسين الأداء المالي لقطاع

المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05" ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام الإنحدار الخطي البسيط لتحليل أثر العلاقات مع الموردين على الأداء المالي.

جدول رقم(08): نتائج إختبار الفرضية الفرعية الأولى

B	إختبار ستودنت		إختبار فيشر		معامل التفسير	معامل الارتباط	
	Sig	قيمة المحسوبة	Sig	قيمة المحسوبة			
0,220	0,059	1,916	0,000 ^b	394,981	0,818	0,904	X العلاقة مع الموردين
0,953	0,000	19,874					Y الأداء المالي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن معامل الارتباط بين علاقة مع الموردين والأداء المالي يقدر 0.904 مما يدل على أن العلاقة قوية جدا بين المتغيرين، كما نلاحظ أن قيمة معامل التحديد هي 0.818 مما يدل على أن معيار علاقة مع الموردين يساهم ب 81,8% من الأداء المالي. كما نلاحظ أن مستوى الدلالة الإحصائية sig هي 0.000 وهي قيمة اقل من 0.05 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة عند مستوى ثقة 95% وبالتالي يوجد تأثير دال إحصائيا للعلاقة مع الموردين والأداء المالي.

يتم تحديد نموذج الانحدار بين إدارة العلاقة مع الموردين والأداء المالي لقطاع المشروبات بالجزائر من خلال المعادلة التالية:

علاقة مع الموردين = 0,953 الأداء المالي، تعني هذه المعادلة أنه يكفي أن تتغير وحدة واحدة في إدارة العلاقة مع الموردين لكي يحدث تغيير بمقدار 0.953 في الأداء المالي.

○ تحليل نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثانية: نصت الفرضية الفرعية الثانية على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين العلاقات مع الزبائن وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05" ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام الإنحدار الخطي البسيط لتحليل أثر العلاقات مع الزبائن على الأداء المالي.

جدول رقم 9: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

β	إختبار ستودنت		إختبار فيشر		معامل التفسير	معامل الارتباط	X العلاقة مع الزبائن
	Sig	قيمة المحسوبة	Sig	قيمة المحسوبة			
0,462	0,000	4,108	0,000 ^b	328,235	0,789	0,888	
0,808	0,000	18,117					
Y الأداء المالي							

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أن معامل الارتباط بين علاقة مع العميل والأداء المالي يقدر 0.888 مما يدل على أن العلاقة قوية جدا بين المتغيرين، كما نلاحظ أن قيمة معامل التحديد هي 0.789 مما يدل على أن معيار علاقة مع العميل يساهم ب 78,9% من الأداء المالي. كما نلاحظ أن مستوى الدلالة الإحصائية sig هي 0.000 وهي قيمة اقل من 0.05 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة عند مستوى ثقة 95% وبالتالي يوجد تأثير دال إحصائيا للعلاقة مع العميل والأداء المالي.

يتم تحديد نموذج الانحدار بين إدارة العلاقة مع العميل والأداء المالي لقطاع المشروبات بالجزائر من خلال المعادلة التالية:

$$\text{علاقة مع العميل} = 0,462 + 0,808 \text{ الأداء المالي}$$

تعني هذه المعادلة أنه يكفي أن تتغير وحدة واحدة في إدارة العلاقة مع العميل لكي يحدث تغيير بمقدار 0.808 في الأداء المالي. وبالتالي، عند غياب إدارة جيدة للعلاقة مع العميل، فإن الأداء المالي يكون مساويا لـ 0.462

- تحليل نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: نصت الفرضية الفرعية الثالثة على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين المشاركة بالمعلومات وتحسين الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر عند مستوى المعنوية 0,05 " ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام الانحدار الخطي البسيط لتحليل أثر المشاركة بالمعلومات على الأداء المالي.

جدول رقم 10: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

β	إختبار ستودنت		إختبار فيشر		معامل	معامل	المشاركة بالمعلومات
	Sig	قيمة المحسوبة	Sig	قيمة المحسوبة	التفسير	الارتباط	
1,168	0,000	9,989	0,000 ^b	131,528	0,599	0,774	X
0,660	0,000	11,469					بالمعلومات
Y الأداء المالي							

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن معامل الارتباط بين مشاركة المعلومات والأداء المالي يقدر 0.774 مما يدل على أن العلاقة قوية جدا بين المتغيرين، كما نلاحظ أن قيمة معامل التحديد هي 0.599 مما يدل على أن معيار مشاركة المعلومات يساهم ب 59,9% من الأداء المالي. كما نلاحظ أن مستوى الدلالة الإحصائية sig هي 0.000 وهي قيمة اقل من 0.05 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة عند مستوى ثقة 95% وبالتالي يوجد تأثير دال إحصائيا مشاركة معلومات والأداء المالي.

يتم تحديد نموذج الانحدار بين مشاركة المعلومات والأداء المالي لقطاع المشروبات بالجزائر من خلال المعادلة التالية:

$$\text{مشاركة المعلومات} = 1,168 + 0,660 \text{ الأداء المالي}$$

تعني هذه المعادلة أنه يكفي أن تتغير وحدة واحدة في مشاركة المعلومات لكي يحدث تغيير بمقدار 0.660 في الأداء المالي. وبالتالي، عند غياب إدارة جيدة مشاركة المعلومات، فإن الأداء المالي يكون مساوياً لـ 1,168

5. خاتمة:

بالختام، يمكن القول ان الدراسة سلطت الضوء على طبيعة العلاقة بين ممارسات إدارة سلسلة الإمداد والأداء المالي داخل قطاع المشروبات في الجزائر، الذي يعد من القطاعات الحيوية في مجال الصناعات الغذائية، وقد بينت النتائج وجود قصور واضح في تطبيق الممارسات الناجعة لإدارة سلسلة الإمداد، لا سيما في جانب مشاركة المعلومات، الأمر الذي انعكس سلبا على النتائج المالية للعينة المدروسة، وعلى الرغم من تباين الآراء، إلا أن البيانات أظهرت وجود علاقة ارتباط إيجابية بين ممارسات

إدارة سلسلة الإمداد ومستوى الأداء المالي، مما يعزز من أهمية تحسين وتطوير هذه الممارسات، و أثبت التحليل الإحصائي أن كفاءة العلاقات مع الموردين والعملاء، إضافة إلى فعالية تبادل المعلومات، تعد من العوامل المؤثرة بشكل مباشر على الأداء المالي للمؤسسة.

النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تعد إدارة سلسلة الإمداد إطارا متكاملًا يشمل التنسيق بين مختلف أطراف إدارة سلسلة الإمداد بهدف تحقيق الكفاءة والفعالية وتلبية متطلبات واحتياجات السوق.
- تمثل مشاركة المعلومات محورًا رئيسيًا في تحسين فعالية إدارة سلسلة الإمداد، بما يضمن تحسين التنبؤ بالطلب وتقليل الهدر وتكلفة التخزين.
- يتحقق الأداء المالي الجيد من خلال الاستخدام الأمثل للموارد وتحقيق مردودية مرتفعة بتكاليف منخفضة، ما يجعل تحسين سلسلة الإمداد مدخلًا مباشرًا للربحية.
- شهد قطاع المشروبات في الجزائر تطورًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة، حيث أسهمت الاستثمارات في تعزيز التنوع والجودة، مما أدى إلى إنشاء العديد من المؤسسات التي ساهمت في زيادة حدة المنافسة، وجعلت هذا القطاع من أكثر القطاعات نشاطًا في الصناعات الغذائية بالجزائر.
- أظهرت الدراسة أن متوسط محاور ممارسات سلسلة الإمداد والأداء المالي كان منخفضًا، مما يشير إلى وجود تحفظ لدى العينة في تقييم هذه الجوانب، حيث تفاوتت الإجابات بشكل ملحوظ كما تبين من القيم المرتفعة للانحراف المعياري. كما أن متوسط الأداء المالي بلغ 2.454، مما يدل على عدم التوافق العام مع تقييم الأداء المالي.
- أظهرت نتائج الدراسة أن ممارسات إدارة سلسلة الإمداد، بما في ذلك العلاقات مع الموردين والزبائن والمشاركة بالمعلومات، تؤثر بشكل إيجابي ودال إحصائيًا على الأداء المالي لقطاع المشروبات في الجزائر، حيث تؤكد هذه النتائج أهمية تحسين ممارسات سلسلة الإمداد لتعزيز الكفاءة والفعالية المالية في هذا القطاع.

التوصيات

من خلال هذه الدراسة نقترح ما يلي:

- تحسين تبادل المعلومات داخل إدارة سلسلة الإمداد عبر نظم رقمية حديثة ومتكاملة.

- تعزيز العلاقة مع الموردين عبر بناء وتطوير شراكات استراتيجية مبنية على الثقة والتعاون المتبادل طويل الأمد.
- تطوير العلاقة مع العملاء عبر تطبيق أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) وتحسين خدمات ما بعد البيع.
- تحسين التكامل في سلسلة الإمداد من خلال بناء استراتيجيات وسياسات فعالة لإدارة أفضل للعلاقات مع الموردين والعملاء، وتعزيز مشاركة المعلومات لضمان تحسين الأداء المالي.
- العمل على تبني استراتيجيات التحسين المستمر في إدارة سلسلة الإمداد من خلال الاستثمار في تدريب الكفاءات والمهارات البشرية بشكل دوري، وتطوير الأدوات والتقنيات التشغيلية بما يتماشى مع المعايير والممارسات الحديثة لتحقيق أداء مالي أكثر فاعلية وكفاءة.

5. قائمة المراجع:

- Amine Tlemsani. (2018). Les industries agroalimentaire (IAA) en Algérie et le développement durable (cas de l'industrie laitière dans la région de la Mitidja. (université BILIDA 1 .thèse de doctorat.
- APAB .(2022). ASSOCIATION DES PRODUCTEURS ALGERIENS DE BOISSONS .ALGER.
- Filiere-boissons-en-algerie من تاريخ الاسترداد 04 30 2025، docplayer: <https://docplayer.fr/19327003-Filiere-boissons-en-algerie-2012.html>
- la-filiere-boissons-en-algerie من تاريخ الاسترداد 04 30 2025، agroligne: <https://www.agroligne.com/actu/21040-la-filiere-boissons-en-algerie.html>
- Le Marché des Industries Alimentaires en Algérie 04 20 تاريخ الاسترداد . (2015) . agroligne: https://agroligne.net/IMG/pdf/agroligne_web_97.pdf 2025، من
- أقسام، عمر، و نسيم لعرج مجاهد. (2015). دراسة تحليلية لمؤشرات و نماذج قياس أداء و فعالية سلسلة الإمداد. أبحاث إقتصادية و إدارية، 09(02)، الصفحات 197-214.
- أكرم محمد ، الياسري. (2016). مستجدات فكرية في إدارة الأعمال . عمان ، الأردن: الدار المنهجية للنشر و التوزيع.
- أكرم محمد الياسري. (2016). مستجدات فكرية في عالم إدارة الأعمال. عمان ، الأردن: الدار المنهجية للنشر و التوزيع.
- الرحمان ، رحاب عبد الرحمان. (2015). أثر الإدارة بالقيم على الأداء المتوازن. القاهرة ، مصر : منشورات المنظمة العربية للتنمية الإ.

- أول، محمد شكري قازي، محمد زرادنة ، و سعاد بن جبارة . (2022). أثر تكامل سلسلة الإمداد في الرفع من تنافسية المؤسسات الإقتصادية في الأسواق الدولية : دراسة الة مؤسسة خنتر بسيدي بلعباس. *مجلة مجاميع المعرفة*، 08(01)، الصفحات 222-238.
- أول، محمد شكري قازي، و محمد زرادنة . (2021). إدارة مخاطر سلاسل الإمداد في مؤسسات الأعمال الدولية : دراسة تحليلية لعينة من المؤسسات الجزائرية. *مجلة الإقتصاد و الإدارة*، 20(01)، الصفحات 125-144.
- خالدا سيف الإسلام بوخلخال. (2021). قياس و تقييم الأداء المالي بإستخدام المؤشرات الحديثة و التقليدية ودراسة فعاليتها في خلق القيمة : دراسة حالة مجمع صيدال خلال الفترة 2009-2019. *مجلة دراسات العدد الإقتصادي*، 12(01)، الصفحات 143-160.
- رحاب محمد عبد الرحمان. (2015). *أثر الإدارة بالتقييم على الأداء المتوازن* . القاهرة، مصر : منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية .
- صافية بومصباح. (2021). تقييم الأداء المالي للمؤسسة الإقتصادية بإستخدام النسب المالية -دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر للهاتف النقال (MOBILIS). *مجلة أبحاث و دراسات التنمية*، 08(02)، الصفحات 219-233.
- عبد القادر مومني، و محمد تريش . (2020). تأثير سلسلة الإمداد على الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية :دراسة حالة مؤسسة SOITEX -ودة تلمسان-. *مجلة معهد العلوم الإقتصادية*، 23(02)، الصفحات 619-639.
- عبد القادر مومني، و محمد تريش . (2020). تأثير سلسلة الإمداد على الميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية : دراسة حالة مؤسسة SOITEX -وحدة تلمسان-. *مجلة معهد العلوم الإقتصادية*، 23(02)، الصفحات 619-639.
- عمر أقاسم، و نسيم لرج مجاهد. (2015). دراسة تحليلية لمؤشرات و نماذج قياس اداء و فعالية سلسلة الإمداد. *أبحاث إقتصادية و إدارية*، 09(02)، الصفحات 197-214.
- محمد شكري قازة أول، محمد زرادنة، و سعاد بن جبارة. (2022). أثر تكامل سلسلة الإمداد في الرفع من تنافسية المؤسسات الإقتصادية في الأسواق الدولية : دراسة حالة مؤسسة خنتر بسيدي بلعباس. *مجلة مجاميع المعرفة*، 08(01)، الصفحات 222-238.
- محمد شكري قازي أول، محمد زرادنة، و سعاد بن جبارة . (2022). أثر تكامل سلسلة الإمداد في الرفع من تنافسية المؤسسات الإقتصادية في الأسواق الدولية : دراسة حالة مؤسسة خنتر بسيدي بلعباس. *مجلة مجاميع المعرفة*، 08(01)، الصفحات 222-238.
- محمد شكري قازي أول، و محمد زرادنة . (2021). إدارة مخاطر سلاسل الإمداد في مؤسسات الأعمال الدولية: دراسة تحليلية لعينة من المؤسسات الجزائرية. *مجلة الإقتصاد و الإدارة*، 20(01)، الصفحات 125-144.
- وفاء نزار شفيق صلاح. (2020). أثر الشراء الإلكتروني على أداء سلسلة التوريد: الأثر المعدل للتعاون في سلسلة التوريد - دراسة ميدانية في قطاع تجارة التجزئة الأردني -عمان. رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان .