

مهارات بحثية 3 - د. سنيه سبع-الفصل الدراسي
الأول 2025م.
التكليف السابع

Prepared by

اسم الباحث
م. نايف زويد المطيري
(232000736)



أثر سلسلة الإمداد على المركز التنافسي للمنطقة
دراسة ميدانية على الشركات العاملة في مدينة الرياض

أداة الدراسة

قام الباحث باستخدام استمارة استبيان كأداة للدراسة الميدانية وتم إعدادها عن طريق الاستعانة بالإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة وتكونت استمارة الاستبيان من قسمين يتضمن القسم الأول البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الدرجة الوظيفية، مدة العمل في الشركة، الحالة الاجتماعية، تلقي تدريباً متخصصاً في إدارة سلاسل الإمداد، المشاركة في اتخاذ قرارات تتعلق بسلاسل الإمداد) ويشتمل القسم الثاني على العبارات المتعلقة بمحاور الدراسة والتي تتضمن محور إدارة سلاسل الإمداد بأبعاده (التكامل الاستراتيجي مع الموردين ، التكامل مع الوسطاء والموزعين ، التكامل مع العملاء) ومحور الميزة التنافسية بأبعاده (التكلفة – الجودة – المرونة- التسليم – الابداع) وتم استخدام مقياس ليكرت ذو الخمس درجات الذي يتكون من أوافق بشدة (5)، أوافق (4)، محايد (3)، معارض (2)، معارض بشدة (1) في الإجابة على أسئلة محاور الدراسة.

المحور الأول: إدارة سلاسل الإمداد

الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
البعد الأول: التكامل الاستراتيجي مع الموردين					
تتشارك الشركة مع الموردين في الرؤية المستقبلية والعمل معاً					
تتسم العلاقة بين الشركة والموردين بالثقة والالتزام والمصداقية					
تعمل الشركة على إشراك الموردين في أنشطتها المختلفة.					

المحور الأول: إدارة سلاسل الإمداد

البعد الثاني: التكامل مع الوسطاء والموزعين

					هناك علاقة تعاون وثيق بين الشركة والوسطاء والموزعين	
					هناك ثقة قوية وتقارب بين الشركة والوسطاء والموزعين	
					يتم التنسيق بشكل ملائم للأنشطة المشتركة بين الشركة والوسطاء والموزعين	

المحور الأول: إدارة سلاسل الإمداد

البعد الثالث: التكامل مع المستهلكين

					تحرص الشركة على القيام بمسح لآراء المستهلكين والتعرف على أذواقهم وأهوائهم لغرض إشباعها	
					تسعى الشركة إلى توفير منتجات وخدمات مخصصة لتلبية الاحتياجات الفردية للعملاء.	
					تعمل الشركة على حل الشكاوى الواردة من المستهلكين بسرعة وفعالية	

المحور الثاني: الميزة التنافسية

البعد الأول: التكلفة

					تسعى الشركة إلى تقليل التكاليف التشغيلية دون التأثير على جودة المنتج.	
					تتفاوض الشركة بشكل مستمر مع الموردين للحصول على أفضل الأسعار.	
					تستخدم الشركة استراتيجيات فعالة لتقليل الفاقد في المواد الخام.	

المحور الثاني: الميزة التنافسية



البعد الثاني: الجودة

					تلتزم الشركة بتطبيق معايير الجودة العالمية في جميع عملياتها.	
					تُنفذ الشركة اختبارات دقيقة للتأكد من جودة المنتج النهائي.	
					تعتمد الشركة على أنظمة مراقبة الجودة (Quality Control) في جميع المراحل الإنتاجية.	

المحور الثاني: الميزة التنافسية

البعد الثالث: المرونة

					تتمتع الشركة بمرونة في تعديل مواعيد التسليم بناءً على طلب العميل.	
					تتميز الشركة بسرعة التكيف مع التحديات والمشكلات الطارئة.	
					توفر الشركة قنوات اتصال متعددة لتلبية احتياجات العملاء في أي وقت.	

المحور الثاني: الميزة التنافسية

البعد الرابع: التسليم

					تلتزم الشركة بتسليم المنتجات والخدمات في الوقت المحدد للعملاء.	
					تعتمد الشركة على أنظمة لوجستية فعالة لضمان سرعة ودقة التسليم.	
					تقدم الشركة خدمات تتبع للطلبات لضمان راحة العملاء.	

المحور الثاني: الميزة التنافسية

البعد الخامس: الإبداع

					تبتكر الشركة باستمرار منتجات وخدمات جديدة تلبي تطلعات العملاء.	
					تشجع الشركة موظفيها على تقديم أفكار إبداعية لتحسين العمليات والمنتجات.	
					تعتمد الشركة على التكنولوجيا الحديثة لتطوير حلول مبتكرة.	



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

