

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

ماجستير إدارة أعمال



أثر سلسلة الإمداد على الميزة التنافسية دراسة ميدانية على الشركات
الصناعية بمدينة الرياض .

إعداد الطالب/

البندري عبدالله مبارك القحطاني

إشراف/

د. الفصيل عبد الحميد محمد حسن

د.فايز جراد

العام الدراسي: 2025

3	مقدمة:
5	مشكلة الدراسة
5	أهمية الدراسة:
7	أهداف الدراسة:
8	تساؤلات الدراسة
10	فروض الدراسة:
10	الدراسات السابقة:
10	الفجوة البحثية:
18	المنطلقات النظرية للدراسة:
19	المنهجية وطرق البحث:
22	ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة
23	رابعاً: أداة الدراسة
25	المراجع

مقدمة:

إن التطورات التي يشهدها العالم في الآونة الأخيرة من ظاهرة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال وظاهرة التكامل والتحالفات والتكتلات الاقتصادية، السياسية والصناعية وأيضاً الكوارث والحروب التي شهدها العالم في الآونة الأخيرة بدايتاً من ظاهره COVID-19 والحرب بين روسيا وأكرانيا والتوتر السياسي بين الصين وتايوان والحرب بين فلسطين والكيان الصهيوني ، أجبرت معظم المؤسسات على إحداث عدة تغيرات قصد بغيه التكيف مع هذه التطورات ومواجهة المنافسة المتزايدة وكذلك لتحقيق أكبر قدر من الأرباح وتعزيز المركز المالي للمؤسسة وتحسين الصورة الذهنية وزيادة market share وتعزيز درجة الانتماء والولاء للمنظمة الذي لن يتحقق إلا بالتخطيط السليم والتنظيم وإنجاز البرامج لكل وظيفة من وظائف المؤسسة، ولعل من أبرز الأسس الإدارية التي تغيرت نتيجة هذه التطورات، شكل العلاقة بين العملاء والموردين التي تغيرت باتجاه المزيد من التعاون والتنسيق لتشكيل سلسلة الإمداد. وتمثل العمليات الخاصة بسلسلة الإمداد الإدارية عنصراً هاماً في كفاءة وفعالية أداء المشاريع على اختلاف أحجامها وأنشطتها وأهدافها وطبيعة عملها، هذا على اعتبار إنها الأكثر تفاعلاً مع بيئتها الداخلية والخارجية. ومن أجل أن تتأكد المؤسسة أن العمليات الخاصة بسلسلة الإمداد تسير على أحسن ما يرام فإنها تقوم بقياس وتقييم أدائها. (عمرو وعبد القادر، 2023)

ففي ظل المنافسة العالمية والتقدم في مجال الاتصالات والعولمة أصبحت المنافسة بين الشركات ليست محلية ولا إقليمية بل أصبحت عالمية ، حيث أصبحت الشركات تقع في المحيط الأحمر الدموي، لذلك سعت الشركات إلى تعديل استراتيجياتها وأصبحت تنظر إلى التركيز على الاهتمام برضا العملاء وإشباع رغباته في المقام الأول، مما يتطلب منها تحسين مستوى تسليم المنتجات والخدمات إلى العملاء وتحقيق الأداء المطلوب، ومن الوسائل التي يمكن استخدامها لتحقيق الأداء المنشود، تكامل سلسلة التوريد؛ إذ أصبح لتكامل واستجابة سلسلة التوريد أهمية بارزة في السنوات الأخيرة على المستويين النظري والتطبيقي، كما أظهرت العديد من الأدبيات والدراسات اهتماماً كبيراً لدور تكامل سلسلة التوريد في تحسين أداء الشركات، من خلال تكامل وظائف الشركة الداخلية والخارجية وربطها بشكل فعال مع الموردين، والعملاء، وبقية شركاء سلسلة التوريد الأخرى (Cahyono.Etal,2023).

وفي ظل تلك المتغيرات، لم تعد جودة المنتج وحدها هي العامل الأساسي للمنافسة بين الشركات، بل امتدت المنافسة لتشمل الخدمات المصاحبة للمنتج التي تقدمها الشركات بجانب المنتج، حيث تلعب سلسلة الإمداد دوراً رئيسياً في تحقيق أهداف الشركات وتحقيق ميزة تنافسية لها في سوق المنافسة العالمي.

ونظراً لأن السعر النهائي للمنتج هو أحد العوامل المؤثرة في قرار الشراء وتحقيق رضا العميل النهائي، فإن نشاط المشتريات يعد أحد الركائز الأساسية في سلسلة الإمداد، حيث تشير الدراسات التحليلية والواقع العملي إلى أن تكلفة شراء المواد الخام تمثل 62% من الهيكل السعري للمنتج، بينما يعتمد 20% على النشاط التصنيعي والتجميعي و18% على المصروفات الأخرى.

ولقد تبنت المنظمات الإنتاجية التصنيعية في جميع أنحاء العالم مفهوم إدارة سلسلة التوريد كمفهوم هام وفي بعض الأحيان كمفهوم حاسم لأعمالهم. وعلى مدى السنوات القليلة الماضية، قامت العديد من المنظمات باتخاذ زمام المبادرة لتطوير وتحسين أنماط سلسلة التوريد مما أدى إلى تحسن ملحوظ في أدائها من خلال تبني التكنولوجيا المتطورة والفكر الإداري الجديد لمواجهة المنافسة المتزايدة محلياً وعالمياً كما وأن البناء والتطور المستمرين يولدان الضغط على باقي الصناعات، والتي فرض عليها اللحاق ومواكبة التطور إذا ما أرادت مواصلة القدرة على المنافسة. (Al-Khawaldah.Etal,2022)

وتعتبر إدارة سلسلة التوريد وظيفة تكاملية مع المسؤولية الأساسية لربط وظائف الأعمال الرئيسة وعمليات الإنتاج داخل المنظمة وخارجها للوصول إلى نموذج عمل متماسك وبأداء عال. وتشمل جميع أنشطة الدعم اللوجستي بالإضافة إلى عمليات التصنيع وكذلك تدفع نحو تنسيق العمليات والأنشطة مع وعبر التسويق والمبيعات وتصميم المنتج والتمويل وتكنولوجيا المعلومات

حيث أن أهمية تكامل سلسلة التوريد تكمن في إحداث نوع من التكامل بين أنشطة الشركة الرئيسية بدءاً من المشروع في عمليات التخطيط والرقابة التي تتعلق بالمواد، والإمدادات، والخدمات، وتناقل المعلومات وتدفقها من الموردين إلى المنتجين وصولاً إلى تقديم الخدمة إلى المستهلك بشكلها النهائي. (قندوز، 2022)

وتتضمن سلسلة التوريد النموذجية عادة شبكة من الموردين على عدة مستويات، والذين يوردون المواد الخام وقطع الغيار ومستلزمات الإنتاج ومعدات الإنتاج سواء كانت Automatic & Semi-

Automatic & Manual وكذلك وحدات التجميع الثانوي -Sub assemblies والمنتجات النهائية، جنباً إلى جنب مع عمليات الأعمال والعملاء (Jahanbakhsh & Amini, 2023)

ولعل انتقال المنافسة ما بين المؤسسات الى المنافسة ما بين سلاسل الإمداد أعطى هذه الأخيرة أهمية كبيرة وتغير في شكل العلاقة مع الموردين والعملاء، وأصبحت علاقة تعاون قائمه علي اساس Win-Win Relation Ship بإدراكهم أن الهدف واحد وهو التكامل لكسب ميزات تنافسية في ظل حدة المنافسة الحالية والمحتملة في بيئة الأعمال المعاصرة هناك تركيز متزايد على تقديم القيمة للعملاء أي توفير المنتجات والخدمات التي هي أكثر قيمة بالمقارنة مع منافسيها (Reklitis.Etal,2021).

إن إشباع رغبة العميل النهائي في السوق اليوم يحدده نجاح أو فشل ممارسات إدارة سلاسل الإمداد، لذلك تسعى الشركات الي تطبيق مبدا 7 Rights في ادارته سلسله الامداد وهي تتلخص في الاتي أن يحصل العميل الصحيح على المنتج المناسب بالسعر المناسب في الوقت المناسب بالكمية المناسبة والجوده المناسبه في المكان المناسب-

ومع ظهور الحاجة إلى سلاسل الإمداد كان بسبب قيد التكلفة الذي يمكن من خلاله تحقيق ما ترغب المؤسسة فيه، وإمكانية الاستفادة من الفرص الخارجية نتيجة للعلاقة بين المؤسسة وعملائها وبين المؤسسة ومورديها، ذلك أن سلسلة الإمداد تتعلق بإدارة تدفق المعلومات والمواد والخدمات والأموال عبر أي نشاط بالطريقة التي تعظم فعالية العمليات، وهي أيضا تتعلق بتقديم أدوات جديدة أو تغيير أو تعديل أساليب معروفة (Afraz.Etal,2021).

مشكلة الدراسة

في ظل البيئة التنافسية الراهنة والمتغيرات الاقتصادية المعقدة التي تحكمها بيئة العمل التنافسية، تزداد حاجة الشركات حالياً أكثر فأكثر للارتقاء بمنتجاتها واحتلال موقع تنافسي في السوق المحلية والعالمية، قد تضاعفت حدة المنافسة وأخذت أشكالاً متنوعة مما دفع بالشركات إلى التسابق في كسب المزايا المتاحة والممكنة حفاظاً على مكانتها التنافسية، من خلال المحافظة على حدود الكلفة والتميز لتقليل الفجوة ما بين التخطيط لوضع واعتماد الخطة الاستراتيجية وتنفيذ هذه الخطة الموضوعية، بهدف الوصول للنتائج المرادة وتحقيق المؤشرات التي تم وضعها.

و تتزايد الضغوط على الشركات الإنتاجية لكي تحافظ على استدامة ميزتها التنافسية على الساحة المحلية والعالمية، فهناك سرعة في التغير في الاقتصاد العالمي، واتساع في نطاق الأسواق ونمو في الصناعات وتسارع في التقدم التكنولوجي وتنامي في توقعات العملاء وتعدد وتنوع وتقلب الطلب على المنتجات الصناعية، وتباين وقصر دورة حياة المنتج، وزيادة في أسعار الوقود والمواد الخام. وغيرها، ويصبح لزاماً على إدارة سلاسل الإمداد في الشركات الصناعية أن تواجه هذه الضغوط وتدير هذه المتغيرات بكفاءة وفعالية، وتقديم منتجات ذات جودة عالية تكمن في اختيار مواد خام ومكونات ذات جودة مقبولة يتبعها اختيار موردين ذات كفاءه مقبولة بأقل وقت مهلة Lead Time ممكن سواء اقل فتره توريد ممكنه من المورد الي المصنع وايضا اقل فتره تصنيع ممكنه من المصنع حتي العميل النهائي مع سرعة عالية في تحسين جودة المنتجات وكذلك تصميم وخصائص لتكون أكثر تفرداً بحيث يصعب على المنافسين تقليدها ومحاكاتها (محمد وآخرون ، 2021)

كما يصبح لزاماً عليها لكي تتغلب على هذه التحديات أن تعمل على تخفيض المخاطر الناجمة عن التوقف المؤقت أو الدائم في تدفق المواد الأولية اللازمة لعملية التصنيع والإنتاج واكتشاف التغيرات التي تحدث في احتياجات ورغبات العملاء والإدارة الجيدة لعلاقاتها مع الموردين والموزعين والعملاء أو ما يسمى بأطراف سلسلة الإمداد أنه لكي تتمكن المنظمات من البقاء والنجاح في ظل ظروف البيئة المتغيرة يجب عليها تعزيز المرونة في العمليات المشتركة على مستوى سلسلة الإمداد كاملة وبناء علاقات قوية مع كافة أطراف السلسلة، وبعبارة أخرى تعزيز سرعة استجابة سلسلة الإمداد Supply chain Agility والتي تنمى قدرة المنظمة على الاستجابة لكافة التغيرات التي تحدث في السوق (نويجي، 2023)

ويؤكد (محمد وآخرون، 2021) أن سرعة استجابة سلاسل الإمداد واحدة من السمات تشكل كفاءة سلسلة الإمداد في بيئة الأعمال الحالية، وأنه وفقاً للمداخل التقليدية يعرف الكثير من الباحثين سلاسل الإمداد بأنها تعنى بالوظائف أو الأنشطة والتسهيلات التي تتضمن إنتاج وتسليم المنتج أو الخدمة بداية من موردي المواد الخام إلى أن تصل في النهاية إلى العميل النهائي، غير أن مواجهه سلاسل الإمداد العديد من التحديات في ظل ظروف عدم التأكد؛ يتطلب استجابة سريعة للتغيرات التي تحدث في السوق للحصول على ميزة تنافسية وضمان نجاح المنظمة.

لذلك تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي : ما أثر إدارة سلاسل الإمداد بأبعاده (التكامل الاستراتيجي مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين ، التكامل مع العملاء) علي الميزة التنافسية بأبعاده في الشركات الصناعية بمدينة الرياض ؟

أهمية الدراسة:

ناقشت العديد من الدراسات أهمية إدارة سلسلة الإمداد في المنظمات على اختلاف أنواعها وخاصة الإنتاجية منها باعتبارها العنصر الأساسي للإمدادات والتي تمثل واحدة من أساسيات المدخلات في العمليات الإنتاجية. وتناولت العديد من الدراسات الأخرى أهمية الميزة التنافسية بشكل منفصل، لكن القليل منها قدم كلا الإطارين معاً، وتم اختبارهما في الممارسة العملية من هذين المنظورين:

الأهمية العلمية:

— تتبثق أهمية الدراسة الحالية وأهميتها النظرية من كون الموضوع ذو أهمية إدارية ولوجستية معاصرة وذات تأثير كبير في أداء الشركات الإنتاجية لما تشهده من توترات وحروب تؤثر بشكل كبير علي تدفق الخامات والمكونات من المنبع (مناطق التوريد) الي المصب (مناطق التصنيع والتجميع) وكذلك علي الحركة اللوجستية وأسعارها التي قاربت أن تكون ضعف التكلفة حيث ستسعى هذه الدراسة لقياس أثر إدارة سلاسل الإمداد بأبعاده (التكامل الاستراتيجي مع الموردين ، التكامل مع الوسطاء والموزعين ، التكامل مع العملاء) علي الميزة التنافسية في الشركات الصناعية بمدينة الرياض .

— تبرز هذه الأهمية من الإثراء الفكري الذي قد تسهم فيه من خلال تتبع الأدب النظري والدراسات السابقة للمتغيرات الرئيسية (سلاسل الإمداد والميزة التنافسية) بالشكل الذي يكون إطار مفاهيمي متكامل عن هذه المفاهيم ومنهجية دراستها.

— كما تبرز أهمية هذه الدراسة في إمكانية تقديم مساهمة متواضعة من خلال تتبع الأدب النظري والدراسات السابقة للمتغيرات الرئيسية بالشكل الذي يطور الإطار المفاهيمي والإجرائي للدراسة بالإضافة إلى بيان ومقارنة نتائج هذه الدراسة مع دراسات أخرى تمت ضمن إطار ثقافي

واجتماعي مختلف فضلا عما ستأتي به الدراسة لصالح الشركات الصناعية بمدينة الرياض من نتائجها بالشكل الذي يساعدها في تحقيق الميزة التنافسية .

— تبرز أهميه الدراسة في التعمق في دراسة تأثير التكامل في سلسلة الإمداد لا سيما التكامل مع الموردين حيث أنها تمثل البداية لسلسلة الإمداد الناجحة وكيفية انتقاء الموردين لتحقيق أهداف الشركة

➤ الأهمية العملية:

يمكن لهذه الدراسة أن تقدم نتائجاً يستفاد منها على الصعيد العملي في الشركات الصناعية بمدينة الرياض ، من خلال التركيز على جودة سلاسل الإمداد الخاصة بها، مما قد يعزز موقعها التنافسي محلياً ودولياً. وكذلك يمكن للقطاعات الصناعية الأخرى الأخذ بنتائجها والعمل على تطبيقها على أرض الواقع مع مراعاة الاختلافات بين سلاسل الإمداد الخاصة بكل قطاع عن الآخر.

تقديم التوصيات التي تسهم في زيادة مستوى الفائدة المتحققة من الاهتمام بتكامل قدرات سلسلة الإمداد في تحقيق الميزة التنافسية مما يؤدي إلى النجاح وتحقيق الأهداف بعيدة المدى.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر دراسة أثر إدارة سلاسل الإمداد بأبعادها المختلفة (التكامل الاستراتيجي مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين ، التكامل مع العملاء) على الميزة التنافسية بأبعاده (التكلفة - الجودة - المرونة- التسليم - الابداع) للشركات الصناعية بمدينة الرياض، وتتفرع منه عدده أهداف فرعية:

➤ تحديد تأثير التكامل الاستراتيجي مع الموردين على تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز الميزة التنافسية للشركات الصناعية بمدينة الرياض من خلال تقييم كيفية تحسين التعاون مع الموردين وأثره على العمليات التشغيلية، وتحليل دور التكامل مع الموردين في تحسين الجودة وخفض التكاليف.

➤ تحليل التكامل مع الوسطاء والموزعين في الشركات الصناعية بمدينة الرياض من خلال على خفض تكاليف التوزيع وتأثيره على الميزة التنافسية .

➤ دراسة تأثير التكامل مع العملاء في تعزيز رضا العملاء وتعزيز الميزة التنافسية للشركات الصناعية بمدينة الرياض، و تحليل كيفية تحقيق التكامل مع العملاء وتأثيره على رضاهم وولائهم، وتقييم تأثير تكامل العملاء على زيادة حصة السوق وتعزيز التنافسية.

➤ تحديد التحديات التي تواجهها الشركات الصناعية بمدينة الرياض في تطبيق إدارة سلاسل الإمداد بأبعادها المختلفة، ت قديم حلول مبتكرة لمواجهة هذه التحديات وتحسين أداء سلاسل الإمداد.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي التالي : ما أثر إدارة سلاسل الإمداد بأبعاده (التكامل الاستراتيجي مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، التكامل مع العملاء) علي الميزة التنافسية بأبعاده في الشركات الصناعية بمدينة الرياض ؟وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية منها :

➤ ما تصوّرات المديرين العاملين في الإدارتين : العليا، والوسطى، في مجموعة الشركات الصناعية بمدينة الرياض، لمستوى توافر سلسلة الامداد بأبعادها بأبعاده (التكامل الاستراتيجي مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، التكامل مع العملاء) ؟

➤ ما تصوّرات المديرين العاملين في الإدارتين : العليا، والوسطى، في مجموعة الشركات الصناعية بمدينة الرياض، لمستوى توافر الميزة التنافسية بأبعادها التكلفة، الجودة، المرونة؟

➤ ما هو تأثير التكامل الاستراتيجي مع الموردين على تعزيز الميزة التنافسية بأبعاده للشركات الصناعية بمدينة الرياض؟

➤ ما هو تأثير التكامل مع الوسطاء والموزعين على تعزيز الميزة التنافسية بأبعاده للشركات الصناعية بمدينة الرياض؟

➤ ما هو تأثير التكامل مع العملاء في تعزيز رضا العملاء وتعزيز الميزة التنافسية بأبعاده للشركات الصناعية بمدينة الرياض؟

فروض الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إدارة سلاسل الإمداد بأبعاده (التكامل الاستراتيجي مع الموردين ، التكامل مع الوسطاء والموزعين ، التكامل مع العملاء) على الميزة التنافسية بأبعاده (التكلفة - الجودة - المرونة - التسليم - الابداع) للشركات الصناعية بمدينة الرياض وينبثق عن هذه الفرضية عدد من الفرضيات هي كما يلي:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) التكامل الاستراتيجي مع الموردين على الميزة التنافسية بأبعاده مجتمعة للشركات الصناعية بمدينة الرياض.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتكامل مع الوسطاء والموزعين على الميزة التنافسية بأبعاده مجتمعة للشركات الصناعية بمدينة الرياض.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتكامل مع العملاء على الميزة التنافسية بأبعاده مجتمعة للشركات الصناعية بمدينة الرياض.

الدراسات السابقة:

دراسة (النجار والصمادي، 2023) بعنوان : أثر أزمة سلاسل الإمداد على الأداء التشغيلي في الشركات الصناعية الكيماوية الأردنية المصنفة ضمن المناطق الصناعية المؤهلة QIZ

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر أزمة سلاسل الإمداد من خلال أبعادها (ندرة الموارد، تقلب العرض والطلب، تزايد الطلبات، نقص الحاويات، ونقص حاويات الشحن، النقل، عدم استقرار الأسواق والإنتاج) على الصناعات الكيماوية الأردنية المصنفة ضمن المناطق الصناعية المؤهلة QIZ. ولقد اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي في بناء الدراسة، وتمثل مجتمع الدراسة من موظفي شركات الصناعات الكيماوية الأردنية في ضمن المناطق الصناعية المؤهلة QIZ، البالغ عددها (68) شركة والمسجلة ضمن شركة الموانئ الأردنية. حيث تم استخدام الاستبانة كأداة

لجمع البيانات وتم توزيع (327) استبانة على أفراد المجتمع وكان عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (219) استبانة. ولقد استخدم الباحث برنامج الرزمة الإحصائية SPSS V23.24 وذلك لتحليل النتائج

ولقد أظهرت النتائج وجود أثر لأزمة سلاسل الإمداد من خلال الأبعاد (ندرة العرض والطلب، تزايد الطلبات ونقص الحاويات، ونقص حاويات الشحن، النقل) على استقرار الأسواق والإنتاج) على الأداء التشغيلي في الشركات الصناعية الكيماوية الأردنية المصنفة ضمن المناطق الصناعية المؤهلة QIZ، وعدم وجود تأثير لندرة الموارد، ومن أبرز التوصيات كانت: الحرص على اتخاذ سلاسل إمداد بديلة تزيد الموارد، وعلى الشركات تعزيز قدرتها على التكيف مع الأزمات، وأن تعزز خطط ووسائل نقل مختلفة تراعي الشركات بالوقت المناسب، وأن تكون هذه الخطط والاستراتيجيات قائمة على العمل المستمر من خلال الأزمات والاضطرابات المالية والقدرة الاستباقية، والتكيف مع الإضرابات خلال هذه التحديات.

دراسة عبدالنبي (2023) بعنوان : أثر جدارات سلاسل الإمداد في أداء المنظمات الصناعية: تحليل الدور الوسيط لسرعة استجابة سلاسل الإمداد: دراسة تطبيقية في قطاع الصناعات الكيماوية المصرية

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جدارات سلاسل الإمداد في أداء المنظمات الصناعية وتحليل الدور الوسيط لسرعة استجابة سلاسل الإمداد في قطاع الصناعات الكيماوية المصرية. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي الاستنباطي، ويقوم المنهج بتحليل الدور الوسيط لسرعة استجابة سلاسل الإمداد في العلاقة بين جدارات سلاسل الإمداد وأداء المنظمات العاملة بقطاع الكيماويات المصرية. وجاءت العينة من (9446) شركة بشكل عام، والشركات كبيرة الحجم المسجلة بغرفة الصناعات الكيماوية المصرية (1129) شركة، وبلغ عدد العينة العشوائية (285) مفردة. وتمثلت الأدوات في استمارة. واختتمت الدراسة بأهم النتائج، أن هناك تأثير ناتج عن وجود مقدرة سرعة استجابة سلاسل الإمداد كمتغير وسيط في العلاقة بين أبعاد جدارات سلاسل الإمداد كمتغير وسيط في العلاقة بين أبعاد جدارات سلاسل الإمداد ورضا العملاء لمنظمات أعمال قطاع الصناعات الكيماوية المصري. وأكدت التوصيات على، التطوير الهيكلي لقطاع الكيماويات في مصر، تعميق علاقات الثقة والتبادل بين أطراف سلسلة الإمداد.

دراسة نويجي (2023) بعنوان : إدارة مخاطر سلاسل الإمداد وأثرها على سمعة العلامة التجارية: بالتطبيق على قطاع التجارة الإلكترونية في القاهرة

هدفت الدراسة إلى تحديد الآلية التي تتم بها إدارة مخاطر سلاسل الإمداد على مستوى قطاع التجارة الإلكترونية في القاهرة الأغذية والمشروبات - الشركات كبيرة الحجم، وأثرها على سمعة العلامة التجارية ولهذا الفرض تم تطبيق الدراسة على عينة من شركات التجارة الإلكترونية في القاهرة كبيرة الحجم المتخصصة في قطاع الأغذية والمشروبات عدد 13 شركة، حيث تم توزيع عدد (143) استمارة استقصاء على تلك الشركات وتم استرداد عدد (133) استمارة استقصاء وعدد (118) استمارة استقصاء صالحة للتحليل الإحصائي بعد فحص استمارات الاستقصاء. تم تحليلها باستخدام برنامج SPSS. V22

و توصلت الدراسة إلى وجود أثر لإدارة مخاطر سلاسل الإمداد بأبعادها مجتمعة (إدارة مخاطر سلاسل الإمداد قبل حدوثها، إدارة مخاطر سلاسل الإمداد أثناء حدوثها، إدارة مخاطر سلاسل الإمداد بعد حدوثها) على سمعة العلامة التجارية لقطاع التجارة الإلكترونية في القاهرة وأوصت الدراسة بقياس مخاطر سلاسل الإمداد المحتملة بشكل استباقي ومن ثم معالجة دقيقة لاستراتيجيات الشركات، ليتم بعد ذلك اتخاذ قرارات استباقية على أسس علمية لتقليل الصدمة وتسريع التعافي التجاري وتحسين مرونة سلاسل الإمداد.

دراسة عيسى وخاطر (2024) بعنوان :دور التسويق الريادي في تعزيز الميزة التنافسية للموانئ البحرية المصرية: دراسة ميدانية على الهيئة العامة لميناء الإسكندرية

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أثر التسويق الريادي في الميزة التنافسية للموانئ البحرية المصرية من خلال دراسة ميدانية على الهيئة العامة لميناء الإسكندرية. وقد اختبرت الدراسة تأثير أبعاد التسويق الريادي (الاستباقية - الإبداعية - الاستفادة من الموارد - التركيز على الفرص - الأخذ بالمخاطر المحسوبة - التركيز على العملاء - خلق القيمة) في الميزة التنافسية.

تم تطوير قائمة استقصاء لتجميع البيانات الميدانية اللازمة لإجراء الدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (308) مفردة من العاملين بالهيئة العامة لميناء الإسكندرية، وكانت عدد الاستمارات الصحيحة (266) استمارة، وقد تم إجراء اختبار الثبات للمقاييس التي استخدمت في الدراسة

باستخدام معامل ألفا كرونباخ، واختبارات الإحصاء الوصفي باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومصفوفة الارتباط لقياس العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة، وتحليل الانحدار البسيط والمتعدد.

توصلت النتائج إلى أن هناك تأثيراً معنوياً لأبعاد التسويق الريادي في الميزة التنافسية. ومن أبرز النتائج أن أكثر أبعاد التسويق الريادي تأثيراً في الميزة التنافسية هو بعد التركيز على العملاء، يليه بعد الاستفادة من الموارد، ثم بعد الإبداعية، يليه بعد التركيز على الفرص، يليه بعد الاستباقية، وأخيراً بعد الأخذ بالمخاطر المحسوبة.

دراسة حسنين واخرون (2023) بعنوان : فاعلية التسويق الابتكاري في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك العامة المصرية: دراسة حالة البنك الأهلي المصري
هدفت الدراسة إلى تحليل فاعلية التسويق الابتكاري في تحقيق الميزة التنافسية داخل البنوك العامة المصرية، مع التركيز على دراسة حالة البنك الأهلي المصري. يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة كيفية تطبيق استراتيجيات التسويق الابتكاري في البنك المذكور وتأثيرها على تعزيز القدرة التنافسية. تم جمع البيانات من خلال استبيانات موجهة للعاملين في البنك، إلى جانب مراجعة الأدبيات ذات الصلة، وتم تحليل النتائج باستخدام أدوات التحليل الإحصائي. أظهرت النتائج أن تطبيق التسويق الابتكاري له تأثير إيجابي كبير على تحقيق الميزة التنافسية، مما يشير إلى ضرورة تبني هذا النهج لتعزيز التميز التنافسي في البنوك العامة الأخرى في مصر.

دراسة اليحيائي والثوابية (2023) بعنوان : أثر التسويق الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسلطنة عمان
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق الرقمي المتمثل في المواقع الرقمية، المحتوى الرقمي، تطبيقات الهاتف المحمول، ووسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة الداخلية بسلطنة عمان، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة، حيث بلغ حجم مجتمع الدراسة 9104 من رواد الأعمال. تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 360 رائد أعمال، وتم

توزيع استبانة على رواد الأعمال المشاركين. من بين 360 استبانة موزعة، وتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أثر التسويق الرقمي المتمثل في المواقع الرقمية، المحتوى الرقمي، تطبيقات الهاتف المحمول، ووسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة الداخلية بسلطنة عمان

ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة للتسويق الرقمي على تحقيق الميزة التنافسية المتمثلة في تعزيز الابتكار، خفض التكلفة، تعظيم الجودة، ولاء العملاء في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة الداخلية.

و أوصت الدراسة بضرورة استجابة رواد الأعمال لمتطلبات عملائهم مما ينعكس إيجابياً على أداء مؤسساتهم، كما ينبغي على إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تخصيص وقت أكبر لتحقيق متطلبات الجودة، واستخدام برامج متطورة لتسهيل عملية التسويق الرقمي.

دراسة (الكشاك وأخرون، 2022) بعنوان : أثر التسويق الريادي على استدامة الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على شركة مصر للطيران

هدفت الدراسة إلى قياس أثر التسويق الريادي على استدامة الميزة التنافسية وأبعادها المتمثلة في الجودة المتميزة، والكفاءة المتميزة، والاستجابة المتميزة في شركة مصر للطيران. لتحقيق هدف الدراسة؛ تم تصميم استمارة استقصاء وتوزيعها بشكل إلكتروني على عينة من العاملين في مختلف المستويات الإدارية في شركة مصر للطيران وفروعها بمحافظة القاهرة والجيزة والبالغ عددهم حوالي (14) فرع. تم إرسال رابط الاستمارة إلى (412) من العاملين في شركة مصر للطيران، بينما تم الحصول على (354) رد من إجمالي ما تم إرساله، وبلغت عدد الاستمارات الصالحة للتحليل (301) استمارة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى التأثير المعنوي والإيجابي للتسويق الريادي على تعزيز استدامة الميزة التنافسية في شركة مصر للطيران. كما أن التسويق الريادي يؤثر إيجابياً على أبعاد استدامة الميزة التنافسية المتمثلة في الجودة المتميزة، والكفاءة المتميزة، والاستجابة المتميزة. كان

تأثير التسويق الريادي الأقوى على بعد الجودة المتميزة، ثم على بعد الكفاءة المتميزة، وأخيراً على بعد الاستجابة المتميزة.

دراسة حسن وسباعي(2022) بعنوان : دور التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية: بالتطبيق على شركة أمازون لتوريد مستلزمات البناء الحديثة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية لشركة أمازون المتخصصة في توريد مستلزمات البناء الحديثة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات باستخدام استبانة طورت لهذا الغرض. تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الشركة والبالغ عددهم 66 عاملاً. بلغ عدد الاستبانات التي تم تحليلها 55 استبانة باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.22.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان من أبرزها أن تصورات العاملين حول دور التسويق الإلكتروني في الشركة كانت أقل من المتوسط. كما أشارت النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لدور التسويق الإلكتروني على الميزة التنافسية للشركة.

وأوصت الدراسة بضرورة زيادة اهتمام الإدارة بالتسويق الإلكتروني بأبعاده المختلفة لضمان تحقيق ميزة تنافسية أكبر، وكذلك بأهمية التطبيق الفعال والصحيح للتسويق الإلكتروني لتحقيق الأهداف المرجوة.

دراسة محمد وآخرون(2022) بعنوان : دور التسويق الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات الخدمية: دراسة تطبيقية على الجامعات الخاصة بالقاهرة الكبرى

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يلعبه التسويق الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى المنظمات الخدمية، وتحليل طبيعة العلاقة بين التسويق الرقمي والميزة التنافسية للجامعات محل الدراسة، ونظراً لحدوث مفهوم التسويق الرقمي والرغبة في تطبيقه على المنظمات الخدمية وقع الاختيار على عينة من الجامعات الخاصة بالقاهرة الكبرى بجمهورية مصر العربية؛ وقد اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان كأداة للدراسة من أجل الحصول على المعلومات المهمة؛ حيث تم توزيع 500 استمارة استبيان أعيد منها 416؛ وقد تم تحليل هذه البيانات الإحصائية من خلال برنامج spss بالاعتماد على عدد من الأدوات الإحصائية (الوسط الحسابي، المتوسط

الحسابي، الانحراف المعياري). وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من الاستنتاجات من أهمها: الأبعاد الخمسة للتسويق الرقمي (الجذب، التواصل، المشاركة، التعلم والاستدامة) مرتبطة إيجابيا بالميزة التنافسية. وقد أوضحت النتائج أن بعد الاستدامة هو البعد الأكثر ارتباطا بالميزة التنافسية يليه بعد المشاركة ثم بعد التواصل يليه الجذب. بينما كان بعد التعلم الأقل ارتباطا بالميزة التنافسية. أهم التوصيات التي أوصى بها الباحث: زيادة الاهتمام باللاقات الإعلانية، والإعلانات التفاعلية الظاهرة في مواقع الجامعة على شبكة الإنترنت العالمية من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الطلاب.

دراسة Al Karim and Habiba (2020) بعنوان:

"Effects of CRM Components on Firm's Competitive Advantage: A Case "on Bangladesh banking industry"

"تأثيرات مكونات إدارة علاقات العملاء في الميزة التنافسية للشركات: حالة الصناعة المصرفية في بنغلاديش"

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر إدارة علاقات العملاء بأبعادها (معرفة العميل، توجيه العميل، التكنولوجيا والقدرات) في الميزة التنافسية ، وأجريت الدراسة في مجموعة من المصارف في بنغلاديش، واستخدمت الدراسة الاستبانة لجمع البيانات وزعت على عينة بلغ عددها (175) عميل، ولمعالجة البيانات واختبار الفرضيات استخدمت برنامج (SmartPLS).

وأظهرت نتائج الدراسة أن معرفة العميل، والتكنولوجيا والقدرات لها تأثير كبير في الميزة التنافسية ، وأوصت الدراسة بضرورة استخدام إدارة علاقات العملاء كأداة استراتيجية لتوليد المزيد من مصادر الميزة التنافسية في المصارف المبحوثة.

دراسة عمر وعبد القادر (2023) بعنوان : أثر استراتيجيات الإمداد على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات الأدوية الأردنية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات الإمداد المتمثلة في (التوريد، والنقل، والتخزين، والتسليم) على تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها مجتمعة ومنفردة (الكفاءة، الجودة، قيادة التكلفة، والاستجابة السريعة) في شركات صناعة الأدوية الأردنية. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة

وغاياتها قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتطوير استبانة تكونت من (35) فقرة، قام الباحث بتوزيع (300) استبانة على شاغلي المناصب الإدارية العليا والوسطى والدنيا .

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج التي كان من أهمها وجود أثر إحصائياً لاستراتيجيات الإمداد بأبعادها مجتمعة، كما وجدت الدراسة أثر إحصائياً لاستراتيجيات الإمداد بأبعادها مجتمعة ومتفرقة على كل من قيادة التكلفة والجودة والاستجابة السريعة، وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها أوصت الدراسة بضرورة قيام شركات صناعة الأدوية بإدخال التطبيقات الإلكترونية ضمن عملياتها في سلاسل التوريد لما لها من أثر كبير على تخفيض التكاليف كما أوصت الدراسة شركات صناعة الأدوية الأردنية بتطبيق (JIT) ضمن عملياتها وتدريب العاملين على تطبيقها.

دراسة (Muksin & Suryanto (2022 بعنوان :

studied the Effect of Sustainable Supply Chain Management on Company Performance Mediated by Competitive Advantage

تأثير إدارة سلسلة الإمداد المستدامة على أداء الشركات بواسطة الميزة التنافسية.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير إدارة سلسلة الإمداد المستدامة على أداء الشركات، مع التركيز على دور الميزة التنافسية كمتغير وسيط. تم تصميم الدراسة لاختبار العلاقات بين المتغير الخارجي (إدارة سلسلة الإمداد المستدامة) والمتغير الداخلي (أداء الشركة)، مع فحص تأثير الوساطة الذي تلعبه الميزة التنافسية. اعتمد البحث على نموذج بحث كمي لتحليل البيانات.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن إدارة سلسلة الإمداد المستدامة تسهم بشكل كبير في تعزيز الميزة التنافسية للشركات، والتي بدورها تؤثر بشكل إيجابي على أداء الشركات. كما تبين أن تأثير إدارة سلسلة الإمداد المستدامة على أداء الشركات يتحقق جزئياً من خلال دور الميزة التنافسية كمتغير وسيط.

دراسة (Siregar et al., (2022 بعنوان :

studied Supply Chain Management and Competitive Advantage in Pekanbaru City: A Piece of Evidence from Businesses of a Small and Medium Size in the Bread Industry

دراسة إدارة سلسلة التوريد والميزة التنافسية في مدينة بيكانبارو: دليل من شركات صغيرة ومتوسطة الحجم في صناعة الخبز.

هدف هذه الدراسة هو التحقيق في الطرق التي تساهم بها إدارة سلسلة التوريد والميزة التنافسية في نجاح الصناعات الصغيرة والمتوسطة في مجال صناعة الخبز في مدينة بيكانبارو. من أجل استكشاف الأحداث النسبية، والتوزيعات، والروابط بين الخصائص السوسولوجية والنفسية، تم إجراء بحث استقصائي على مجموعات كبيرة وصغيرة.

وفقًا لنتائج الدراسة، فإن إدارة سلسلة التوريد تؤثر على درجة الميزة التنافسية التي تتمتع بها الشركات الصغيرة والمتوسطة في مدينة بيكانبارو. من المتوقع أن يتم تحسين سلسلة التوريد من خلال صياغة استراتيجية مناسبة، خصوصًا من خلال إنشاء روابط تعاونية قوية مع الموردين، والحفاظ على علاقات إيجابية مع العملاء، والمشاركة في تبادل المعلومات مع الشركاء الآخرين. من الممكن للشركة تحقيق ميزة تنافسية من خلال السعر، الابتكار المستمر للمنتجات، الجودة الممتازة، ونظام توصيل سريع؛ ومع ذلك، من أجل تجنب الخسارة، يجب على الشركة التخطيط لكل ما قد يحتاجه السوق في المستقبل.

الفجوة البحثية:

تتفق الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة، مثل دراسات النجار والصمادي (2023)، عبدالنبي (2023)، نويجي (2023)، عمر وعبدالقادر (2023)، ومجموعة من الدراسات الدولية، في اعتمادها المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، بالإضافة إلى توظيف الأساليب الإحصائية مثل الانحدار، الارتباط، و SPSS في تحليل العلاقات بين المتغيرات. كما يجمع بينها اتفاق واضح في تركيزها على دور سلاسل الإمداد أو بعض مكوناتها في تعزيز الأداء التنظيمي أو الميزة التنافسية، سواء من خلال إدارة المخاطر، أو جدارات سلسلة الإمداد، أو الاستراتيجيات اللوجستية، أو التكامل مع الشركاء في سلسلة الإمداد. وتشترك هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في التأكيد على أن التكامل والتطوير في سلاسل الإمداد يسهمان في تعزيز الأداء، تحسين الجودة، خفض التكلفة، زيادة المرونة، ورفع مستوى

التنافسية، إضافة إلى إبراز أهمية العلاقات التعاونية بين الموردين والوسطاء والعملاء في دعم مركز الشركات التنافسي.

أما الاختلافات بين هذه الدراسات والدراسة الحالية فتتركز في طبيعة المتغيرات والسياق الجغرافي والقطاعي. فبعض الدراسات تناولت تأثير أزمات سلاسل الإمداد (النجار والصمادي، 2023)، أو دور الجدارات وسرعة الاستجابة (عبدالنبي، 2023)، أو إدارة مخاطر سلسلة الإمداد (نويجي، 2023)، أو التسويق الريادي والرقمي والابتكاري كمتغيرات مؤثرة في الميزة التنافسية. في حين تركز الدراسة الحالية على التكامل في سلسلة الإمداد بأبعاده الثلاثة (الموردين، الوسطاء، العملاء) وتأثيره على المركز التنافسي بأبعاده الخمسة (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع)، أي أنها تتبنى إطاراً مختلفاً ومباشراً لقياس التكامل وعلاقته بالقدرة التنافسية. كما تختلف الدراسة الحالية في البيئة التطبيقية حيث تتناول الشركات الصناعية بمدينة الرياض، بينما أجريت الدراسات السابقة في سياقات مختلفة مثل الأردن، مصر، سلطنة عمان، وبنغلاديش. إضافة إلى ذلك، فإن الدراسة الحالية تركز على تحليل التحديات التي تواجه الشركات في تطبيق إدارة سلاسل الإمداد وتقديم حلول مبتكرة، وهو جانب قلما تناولته الدراسات السابقة بشكل مباشر.

المنطلقات النظرية للدراسة:

- 1. إدارة سلاسل الإمداد : تعرف بأنها استمرارية تدفق المواد والخدمات من المصادر المختلفة من أجل إنتاج المنتجات النهائية وتسليمها إلى المستهلكين لتحقيق رضاهم وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء التسويقي (عمر وعبدالقادر، 2023: 45).
- **التكامل مع الموردين:** تتمثل هذه العلاقة بدرجة التنسيق بين الموردين والمصنعين في القرارات المرتبطة بإدارة المخزون، والتخطيط التعاوني، والتوريد، وينطوي التكامل مع المورد على مجموعة ممارسات تتمثل بالتشارك مع المورد، والتشارك في العديد من الأنشطة كالتصميم، وتقليل عدد مصادر التوريد والتزام الموارد والتشارك في المعلومات (شاهين، 2014: 34).

- وتعرف بأنها التعاون في خفض التكاليف وتحسين جودة المواد وخفض الوقت اللازم لتطوير المنتج، وتحسين فرص الحصول التكنولوجية وتطبيقها (Wynstra etal, 2001)
إجرائياً: تعرف بأنها التشارك بين الموردين والشركات الصناعية بمدينة الرياض والرؤية المستقبلية للعمل بينهما حيث يسعى كل منها الى تحقيق مكاسب مادية وزياه حجم البيع وتنمية الولاء للعلامه التجاريه وتحسين الصورة الذهنيه وزياده الحصة السوقيه ويتم ذلك عن طريق اشباع رغبات العملاء
- **التكامل مع الوسطاء والموزعين :** يعد التكامل مع العملاء أفضل الممارسات التي يمكن إجراؤها والتي تهدف إلى تحقيق رضا عالي للزبائن فضلاً عن الحد من خطر الفشل (Siahaan & Sadalia, 2020:p 87).
إجرائياً: بأنها علاقات التعاون بين الوسطاء والموزعين في سلسلة التوريد في الشركات الصناعية بمدينة الرياض الهادفة لتحقيق الميزة التنافسية.
- **التكامل مع العملاء :** يعد التكامل مع العملاء أفضل الممارسات التي يمكن إجراؤها والتي تهدف إلى تحقيق رضا عالي للزبائن فضلاً عن الحد من خطر الفشل (Ahmed. , 2017).
ويمكن تعريفها ايضاً مجموعه من الممارسات والافعال التي تقوم بيها الشركه بهدف خلق علاقه طويله الامد وتحسين درجه رضائهم عن الشركه عن طريق توحيد الاهداف والتشارك في الرويا والتحسين المستمر فيما بينهم بغرض التمييز الدائم للمنتجات المقدمه وبغرض الاستحواذ علي العملاء
- **إجرائياً** بأنها مجموعه من الممارسات والافعال والاجراءات التي تتخذها الشركات الصناعية بمدينة الرياض والتي تنتهجها لتحقيق الميزة التنافسية من خلال النظر في الشكاوى وتنظيم الأعمال داخلها.
- **الميزة التنافسية :** يؤكد (Alghamdi, 2016:p149) بان الشركات تسعى إلى التفوق في بيئة أعمالها من خلال امتلاكها الميزة التنافسية والحفاظ عليها ، حيث تعرف الميزة التنافسية بأنها الوسيلة التي تتمكن الشركة من خلالها الفوز في منافستها على الآخرين.

إجرائياً بأنها ما تسعى إلى تحقيقه الشركات الصناعية بمدينة الرياض من تفوق تحقيقاً للميزة التنافسية بين منافسيها من الشركات.

- **الكلفة:** تعرف بأنها إستراتيجية تتبعها المنظمة من أجل الوصول إلى ميزة تنافسية إذا ما تمكنت من إنتاج منتجها بأقل تكلفة في القطاع الذي تعمل فيه مع ضرورة الحفاظ على مستوى جوده مقبول لدى المستهلك (Al-Qatamin& Esam, 2018:p9).
- إجرائياً بأنها الاستراتيجيات التي الشركات الصناعية بمدينة الرياض لتحقيق الميزة التنافسية.
- **الجودة:** وهي حصول الشركة على القيمة المتوقعة التي تتناسب مع رسالتها والتي تتطلب تحديد توقعات الزبائن ورغباتهم عن الجودة والعمل على تحقيقها (Potjanajaruwit, :p109, 2018).

إجرائياً بأنها ما تحصل عليها الشركات الصناعية بمدينة الرياض من قيم متوقعة تتناسب مع الأهداف المخطط لها.

- **المرونة:** تعد المرونة بأنها الأساس لتحقيق الميزة التنافسية للشركة من خلال الاستجابة السريعة للتغيرات التي قد تحدث في تصميم المنتجات وبما يلاءم حاجات العملاء (Hussain.Etal,2023:p101) .

إجرائياً بأنها مدى استجابة الشركات الصناعية بمدينة الرياض للتغيرات التي تحدث.

- **التسليم:** إنُ بعد التسليم هو بمثابة القاعدة الاساسية للمنافسة بين الشركات في السوق من خلال التركيز على خفض المهل الزمنية والسرعة في تصميم منتجات جديدة وتقديمها إلى الزبائن بأقصر وقت ممكن (الطويل واسماعيل، 2558).

وتعرف إجرائياً بأنها مدى تقديم شركات العربي للمنتجات في اقل وقت ممكن.

- **الابداع والابتكار:** - يعد الابداع والابتكار في تقديم مواد خام رائده ومكونات ذات وظائف فريده باسعار رائده بمثابة القاعدة الاساسية للمنافسة بين الشركات (الباحث 2024).

وتعرف إجرائياً بأنها مدى تقديم شركات العربي لمنتجات ذات وظائف اضافيه نتيجته تطوير وابداع من خلال الموردين وبذلك تقدم منتجات رائده بوظائف منفردة تجعلها تتحرك من المحيط

الاحمر الدموي الذي يتميز بالشراسه في المنافسه الي المحيط الازرق الهادي نتيجته لتفرد المنتجات بمزاجا خاصه فقط بالشركه

المنهجية وطرق البحث:

ستعتمد الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، حيث سيتم جمع البيانات الأولية من خلال تطوير استبانة موجهة إلى مديري ووكلاء الإدارات التنفيذية وسلاسل الإمداد في الشركات الصناعية بمدينة الرياض. وسيتم تصميم أداة القياس وفقاً لأبعاد إدارة سلاسل الإمداد والميزة التنافسية ، كما سيتم عملية التحقق من صدقها وثباتها باستخدام إجراءات الاختبار الإحصائي المناسبة. وبعد ذلك سيتم توزيع الاستبانة على عينة ممثلة من الشركات الصناعية، وسيتم جمع البيانات ومعالجتها باستخدام البرامج الإحصائية لاستخلاص المؤشرات والارتباطات ذات الصلة بمتغيرات الدراسة.

وستقوم الدراسة بتحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية متقدمة مثل تحليل الانحدار، واختبار الفرضيات، وتحليل العلاقات بين أبعاد التكامل في سلسلة الإمداد وأبعاد الميزة التنافسية . كما سيتم تفسير النتائج في ضوء الأدبيات والنماذج النظرية ذات العلاقة، وصولاً إلى استخلاص استنتاجات دقيقة وتقديم توصيات عملية تسهم في تعزيز التكامل في سلاسل الإمداد ودعم الميزة التنافسية للشركات الصناعية بمدينة الرياض.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة جميع الشركات الصناعية العاملة في مدينة الرياض والمسجلة لدى الهيئة السعودية للمدن الصناعية ومناطق التقنية (مدن)، ويقدر عددها بنحو 1,150 شركة صناعية موزعة على مختلف الأنشطة مثل الصناعات الكيماوية، والصناعات البلاستيكية، والصناعات الغذائية، وصناعة المعادن والآلات، وصناعات مواد البناء. ويتميز هذا المجتمع بالتنوع القطاعي واتساع حجم العمليات، مما يجعله بيئة مناسبة لدراسة أثر إدارة سلاسل الإمداد بأبعادها المختلفة على تعزيز الميزة التنافسية ..

عينة الدراسة

أما عينة الدراسة فسيتم اختيارها باستخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية لضمان تمثيل كافة القطاعات الصناعية، حيث ستشمل ما بين 250 إلى 300 مفردة من المديرين التنفيذيين ومديري سلاسل الإمداد والعمليات واللوجستيات في تلك الشركات. وسيتم توزيع الاستبانة على العينة المختارة بشكل مباشر أو إلكتروني .

رابعاً: أداة الدراسة

ستعتمد الدراسة على الاستبانة باعتبارها الأداة الرئيسة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة، نظراً لملاءمتها لطبيعة البحث وقدرتها على قياس متغيراته بدقة. وسيتم تصميم الاستبانة بالاستناد إلى الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بمجالات إدارة سلاسل الإمداد والميزة التنافسية . وستكون أداة القياس من ثلاثة محاور رئيسة: المحور الأول لقياس مستوى التكامل في سلسلة الإمداد بأبعادها (التكامل الاستراتيجي مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، التكامل مع العملاء)، والمحور الثاني لقياس أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع)، أما المحور الثالث فسيشمل البيانات العامة المتعلقة بخصائص الشركات والمستجيبين.

وسيتيم إعداد فقرات الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة الموافقة على كل عبارة، بما يسمح بتحليل الاتجاهات بدقة وعمق. كما سيتم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين للتحقق من صدق المحتوى وملاءمة البنود لقياس المتغيرات المستهدفة .

الأساليب الإحصائية المستخدمة

سوف تستخدم الدراسة مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات بهدف تحليلها واختبار فرضيات الدراسة. وسيتم ذلك من خلال البرنامج الإحصائي SPSS وتشمل الأساليب الإحصائية ما يلي:

1. الإحصاءات الوصفية (Descriptive Statistics) وذلك لحساب التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية بهدف وصف خصائص عينة الدراسة ومستوى استجاباتهم على عبارات الاستبانة.

2. اختبار الثبات (Reliability Analysis) من خلال استخدام معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للتأكد من موثوقية أداة الدراسة وثبات قياسها للمتغيرات.
3. تطبيق معامل ارتباط بيرسون للكشف عن قوة واتجاه العلاقة بين أبعاد إدارة سلاسل الإمداد والميزة التنافسية .

تحليل الفرضيات الإحصائية

- استخدام الانحدار الخطي المتعدد لقياس أثر كل بعد من أبعاد سلسلة الإمداد على أبعاد الميزة التنافسية .
- تطبيق تحليل التباين (ANOVA) لمقارنة متوسطات المجموعات وفق خصائص الشركات (مثل الحجم أو القطاع الصناعي)

حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية:** تتناول الدراسة أبعاد إدارة سلاسل الإمداد (التكامل الاستراتيجي مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، التكامل مع العملاء) وتأثيرها على أبعاد الميزة التنافسية (التكلفة، الجودة، المرونة، التسليم، الإبداع).
- **حدود مكانية:** تقتصر الدراسة على الشركات الصناعية الواقعة في مدينة الرياض فقط.
- **حدود زمانية:** ستُجرى هذه الدراسة خلال العام 2025.
- **الحدود البشرية:** تركز الدراسة على فئة المديرين التنفيذيين ومديري سلاسل الإمداد والعمليات واللوجستيات في الشركات الصناعية.

المراجع

- شاهين، محمد سعد. (2014). تأثير مرونة سلاسل الإمداد على سرعة استجابتها للتغيرات البيئية: دراسة تطبيقية على شركات صناعة السيراميك بجمهورية مصر العربية. المجلة المصرية للدراسات التجارية، مج38، ع3 ، 1 - 66.
- عمرو، محمد عمر محمد محمود، و عبدالقادر، محمد أحمد. (2023). أثر استراتيجيات الإمداد على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات الأدوية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الاسراء الخاصة، عمان.
- قندوز، عائشة. (2022). إدارة سلاسل الامداد الدولية في ظل أزمة كوفيد-19. مجلة ريحان للنشر العلمي، ع19 ، 115 - 139.
- محمد، هبة محمد جاد، حمودة، منى أحمد محمد، عيسى، محمد محمد محمد، و عطية، طاهر مرسى. (2021). قياس تأثير تكامل سلاسل الإمداد على الأداء التشغيلي: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع الموانئ البحرية المصرية. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع3 ، 837 - 865.
- نويجي، عبدالعزيز دسوقي كمال عبدالعزيز. (2023). إدارة مخاطر سلاسل الإمداد وأثرها على سمعة العلامة التجارية: بالتطبيق على قطاع التجارة الإلكترونية في القاهرة. مجلة البحوث الإدارية، مج41، ع3 ، 1 - 37.
- ادم، يوسف آدم رمضان (2023). الدور الوسيط للأداء التشغيلي في العلاقة بين تخطيط سلسلة الامداد والميزة المستدامة، المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 1 (17) 1-25
- الأعجم، علي (2022). دور الإدارة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في قطاع الصناعات الدوائية اليمني في ظل وجود رأس المال الفكري كمتغير وسيط، مجلة الدراسات الاجتماعية، (28)، 119-152.
- الأفغاني، هنا محمود علي، و أبو قاعود، غازي رسمي عايد. (2021). أثر المرونة الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية: إدارة المعرفة متغيرا وسيطا: دراسة ميدانية في قطاع

المستشفيات الخاصة في محافظة العاصمة عمان (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، مؤتة.

- باغة، محمد محمد أحمد. (2021). تقويم كفاءة سلاسل التوريد والإمداد والأداء اللوجستي في مجال التصنيع الزراعي المصري. إدارة الأعمال، ع175، 40 - 57.
- البرلسي، رنا محمود محمود محمد، عبدالفتاح، إيمان صالح، و رجب، رباب السيد. (2019). أثر نظم إدارة السلامة والصحة المهنية "OSHAS" على الالتزام بأخلاقيات سلسلة الإمداد: دراسة ميدانية. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع2، 230 - 252.
- توفيق، مبروك عطية مبروك. (2021). نموذج مقترح لتحليل أثر علاقات العملاء في أداء سلسلة الإمداد: دراسة تطبيقية على عينة من الشركات الصناعية في مصر. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مج35، ع2، 27 - 63.
- ثابت، سهير. (2022). أثر إدارة سلسلة الإمداد الزراعية على الأداء المالي لشركات التصنيع الغذائي المصرية. المجلة العربية للإدارة، مج42، ع2، 57 - 77.
- الجحلى، ماهر جابر عبدالرحيم. (2020). أثر إدارة المواهب على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية في الشركة السعودية للكهرباء فرعى ثول ورابع. مجلة كلية التربية، مج20، ع2، 191 - 219.
- جرادات، محمد قاسم محمد، و كراسنة، عبدالفتاح عبدالرحمن. (2022). أثر دمج ممارسات إدارة سلاسل التوريد والجودة الشاملة على الميزة التنافسية في شركات الصناعات الغذائية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اليرموك، إربد.
- جمعة، محمد مصلي، الخولي، سيد محمود السيد إسماعيل، و يحيى، إنجي أحمد. (2022). تأثير توافق استراتيجيات الأعمال ونظم معلومات سلسلة الإمداد على الأداء

التشغيلي لصناعة البتروكيماويات المصرية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع3 ، 1561

- 1597.

- الحجاج، علي عيسى كايد، و العمري، محمد أبو يمن. (2020). أثر رأس المال الفكري

على الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على البنوك التقليدية الأردنية. مجلة جامعة عمان

العربية للبحوث - سلسلة البحوث الإدارية، مج4، ع1 ، 281 - 326.

- حسن، محمد جميل محمد، و سباعي، أحمد سيد محمد. (2022). دور التسويق الإلكتروني

في تحقيق الميزة التنافسية: بالتطبيق على شركة أمازون لتوريد مستلزمات البناء الحديثة

(رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة اسيوط، أسيوط.

- حسنين، محمود يحيى سعد، سليمان، عمرو محمود، و محمد، نبيل صلاح. (2023).

فاعلية التسويق الابتكاري في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك العامة المصرية: دراسة حالة

البنك الأهلي المصري (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة حلوان، القاهرة.

- حنفي، إسلام. (2022). تحليل لأهم المشكلات التي تمنع الشركات من تحقيق الملائمة في

إستراتيجية سلسلة الإمداد: بالتطبيق على الشركات الصناعية المدرجة بالبورصة المصرية.

مجلة السياسة والاقتصاد، مج14، ع13 ، 381 - 398.

- الحيصه، خالد أرشيد صالح، و النصر، أحمد صالح. (2021). أثر الاستخبارات التسويقية

في تعزيز القدرة التنافسية لدى منظمات تسويق زيت الزيتون الأردني (رسالة ماجستير غير

منشورة). جامعة عمان العربية، عمان.

- الخصاونة، زهاء الدين راجح هولو، و الجبالي، سمير موسى محمود. (2023). أثر استخدام

تكنولوجيا المعلومات على تحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستخبارات التسويقية لشركات

الاتصالات الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، عمان.

- ربيع محمد (2019) . الاستقرار الاقتصادي والقدرة التنافسية للصادرات المصرية من البصل في أهم الأسواق الخارجية، مجلة الاقتصاد الزراعي، والتنمية الريفية، 5 (1) 77-89
- زيدان، عمر أحمد (2021). "أثر التوريد على أبعاد الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الغذائية الأردنية". دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة جدارا.
- الشافعي، حسن أحمد عطية، قشطة، عمر نصر الله، و محمود، أميرة سالم عبدالمنعم. (2021). نموذج مقترح لتكامل سلسلة الإمداد والتوريد لتقديم الخدمات والأنشطة وعلاقتها بالميزة التنافسية بالمؤسسات الرياضية. المجلة العلمية للتربية البدنية والرياضة، ع17 ، 1 - 31.
- شاهين، محمد سعد. (2014). تأثير مرونة سلاسل الإمداد على سرعة استجابتها للتغيرات البيئية: دراسة تطبيقية على شركات صناعة السيراميك بجمهورية مصر العربية. المجلة المصرية للدراسات التجارية، مج38، ع3 ، 1 - 66.
- شعراوي، دينا محمد عبدالحميد. (2021). العلاقة بين الميزة التنافسية وسلاسل التوريد. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج12، ع1 ، 58 - 80.
- الصبيحات، رؤية خالد محمد، و العزام، عبدالفتاح محمود. (2023). أثر تقنيات التسويق الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية في شركات التأمين الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق.
- عايض، عبداللطيف والشراوي، نجيب (2022). أثر رأس المال البشري في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة ميدانية في الشركات اليمنية المصنعة للأدوية في الجمهورية اليمنية، مجلة الأنثروبولوجيا للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 9(61)، 159-190.

- عبداللاه، هبه علي حسن، الوشاحي، غادة السيد السيد، و محمود، هناء فرغلي علي. (2021). التمكين المهني مدخل لتحقيق الميزة التنافسية للمعلم: دراسة ميدانية. المجلة التربوية لتعليم الكبار، مج3، ع1 ، 221 - 255.
- عبداللطيف، عماد عبداللطيف محمود. (2021). دور التشارك المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية بجامعة سوهاج. مجلة كلية التربية، مج18، ع107 ، 626 - 714.
- عبدالنبي، عمرو محمد محمد. (2023). أثر جدارات سلاسل الإمداد في أداء المنظمات الصناعية: تحليل الدور الوسيط لسرعة استجابة سلاسل الإمداد: دراسة تطبيقية في قطاع الصناعات الكيماوية المصرية. مجلة التجارة والتمويل، ع2 ، 190 - 239.
- عطا، ألفت إبراهيم جاد الرب، صبح، نوال محمود النادي، و صقر، شيماء مصطفى عبدالعزيز. (2021). أثر البراعة التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المصرية. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، ع11 ، 255 - 296.
- العطيري، محمد سلامه (2022). "أثر استراتيجيات الإمداد على ريادة الأعمال في الشركات العاملة في قطاع الإنشاءات في فلسطين". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بير زيت.
- علاء ، سيف وليد كمال (2019) أثر تبني سلسلة الامداد الرشيقة في الاداء التشغيلي في الشركات الصناعية في الاردن ، رسالة ماجستير ، غير منشور ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة ال البيت
- العلي ، عبد الستار محمد ؛ والكنعاني ، خليل ابراهيم (2019) إدارة سلاسل الامداد عمان الاردن، دارالمسيرة للنشر والتوزيع، ط 3.

- علي، عمر فؤاد جابر، و حسن، أحمد عبدالوهاب. (2024). أثر فاعلية تكامل سلسلة الإمداد على تسليم المشروعات في الوقت المحدد بالتطبيق على مشروع حياة كريمة (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة بني سويف، بني سويف.
- عمرو، محمد عمر محمد محمود، و عبدالقادر، محمد أحمد. (2023). أثر استراتيجيات الإمداد على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات الأدوية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الإسراء الخاصة، عمان.
- عوض، مريم نادي صبحي، جوهر، يوسف عبدالمعطي مصطفى، و جرجس، نبيل سعد خليل. (2022). واقع تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بجامعة الفيوم: دراسة ميدانية. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، ع16، ج9، 811 - 897.
- عيسى، إيهاب مخيمر عمران، و خاطر، سامح أحمد فتحي. (2024). دور التسويق الريادي في تعزيز الميزة التنافسية للموانئ البحرية المصرية: دراسة ميدانية على الهيئة العامة لميناء الإسكندرية (رسالة دكتوراه غير منشورة). (جامعة طنطا، طنطا).
- الغامدي، عبدالرحيم علي جعفر، و السمحان، فاطمة عبدالله راشد. (2020). أثر الذكاء الاستراتيجي على الميزة التنافسية المستدامة: دراس تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية STC في المملكة العربية السعودية. مجلة البحوث التجارية المعاصرة، مج34، ع2، 273 - 302.
- قحموش، إيمان ونصر، إيمان وزعيط، عادل (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الميزة التنافسية لدى الوكالات السياحية: موقع فيسبوك نموذجاً، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، 5(1)، 211-229.

- القضاة، علاء قاسم مصطفى، و الجوازنة، بهجت عيد. (2021). أثر التفكير الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة: بنك الاسكان للتجارة والتمويل (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق.
- قندوز، عائشة. (2022). إدارة سلاسل الامداد الدولية في ظل أزمة كوفيد-19. مجلة ربحان للنشر العلمي، ع19 ، 115 - 139.
- الكشاك، سارة عبدالحليم، محمد، حميدة عبدالسميع، و الرميدي، بسام سمير عبدالحميد. (2022). أثر التسويق الريادي على استدامة الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على شركة مصر للطيران. مجلة كلية السياحة والفنادق، مج6، ع2 ، 45 - 70.
- محمد، أحمد محسن، محمد، مصطفى شلابي، و عبية، حنان محمد محمود أحمد. (2022). دور التسويق الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات الخدمية: دراسة تطبيقية على الجامعات الخاصة بالقاهرة الكبرى. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج13، ع2 ، 567 - 583.
- محمد، خالد الفاضل بآبكر، و فضل الله، عثمان النور سليمان. (2021). تطوير تطبيق لأتمتة سلاسل الامداد: دراسة حالة: سلسلة امداد الوقود بولاية الخرطوم (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم.
- محمد، مصطفى وعبية، حنان (2022). دور التسويق الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية في المنظمات الخدمية: دراسة تطبيقية على الجامعات الخاصة بالقاهرة الكبرى، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 2(13)، 583-567.
- محمد، هبة محمد جاد، حمودة، منى أحمد محمد، عيسى، محمد محمد محمد، و عطية، طاهر مرسى. (2021). قياس تأثير تكامل سلاسل الإمداد على الأداء التشغيلي: دراسة

ميدانية بالتطبيق على قطاع الموانئ البحرية المصرية. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع3

، 837 - 865.

- محمد، هبه محمد جاد (2021) ، قياس تأثير تكامل سلاسل الامداد على الاداء التشغيلي

دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع الموانئ البحرية المصرية ، اطروحة دكتوراة وكلية التجارة

، جامعه بورسعيد.

- محمد، ياسر أحمد مدني. (2019). تحليل العلاقة بين ممارسات إدارة سلاسل الامداد

وتحسين مستوى جودة الخدمة الصحية: دراسة تطبيقية على المستشفيات الجامعية العاملة

بإقليم جنوب الصعيد. مجلة البحوث التجارية المعاصرة، مج33، ع3 ، 223 - 293.

- محمود، أحمد السعيد عوض، جمعه، نجلاء حسن، و السادات، نهال محمد. (2023).

دور التسويق الحسي في زيادة الميزة التنافسية: دراسة ميدانية (رسالة دكتوراه غير منشورة).

جامعة قناة السويس، السويس.

- مومني، عبدالقادر، بن شواط، سمية، تربش، محمد، و بوريش، أحمد. (2021). تأثير

فيروس كورونا على سلاسل الإمداد العالمية: أزمة - حلول - آفاق. مجلة دراسات اقتصادية،

مج15، ع2 ، 375 - 387.

- النجار، عادل سعدي عادل، و الصمادي، زياد محمد علي. (2023). أثر أزمة سلاسل

الإمداد على الأداء التشغيلي في الشركات الصناعية الكيماوية الأردنية المصنفة ضمن

المناطق الصناعية المؤهلة QIZ (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق.

- نجم، عبدالحكيم أحمد ربيع، غنيم، أحمد كمال حافظ، و عشري، تامر إبراهيم السيد.

(2021). العلاقة بين القيادة المشتركة والميزة التنافسية للمنظمات: دراسة تطبيقية على فرق

العمل بالشركات الصناعية بالمنطقة الصناعية بمدينة السادات. المجلة العلمية للبحوث

التجارية، س8، ع1 ، 289 – 340.

- نويجي، عبدالعزيز دسوقي كمال عبدالعزيز. (2023). إدارة مخاطر سلاسل الإمداد وأثرها

على سمعة العلامة التجارية: بالتطبيق على قطاع التجارة الإلكترونية في القاهرة. مجلة

البحوث الإدارية، مج41، ع3 ، 1 – 37.

- اليحيائي، هلال بن سعيد بن حمد، و الثوابية، فواز علي. (2023). أثر التسويق الرقمي

في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسلطنة عمان

(رسالة ماجستير غير منشورة). الكلية الحديثة للتجارة والعلوم، مسقط.

- Afraz, M. F., Bhatti, S. H., Ferraris, A., & Couturier, J. (2021). The impact of supply chain innovation on competitive advantage in the construction industry: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120370.
- Ahanbakhsh Javid, N., & Amini, M. (2023). Evaluating the effect of supply chain management practice on implementation of halal agroindustry and competitive advantage for small and medium enterprises. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 15(2023), 8997-9008
- Ahmed, M., Eid, N., Wadih, M. & Ahmed, A. (2017). The Relationship between Supply Chain Management Practices and Competitive Advantage: Applied to Egypt Oil and Soap Company in Mansoura City. *Egyptian Journal of Business Studies*, 41 (3), 199-232.
- Alghamdi, A. (2016). Market Knowledge, Blue Ocean Strategy, and Competitive Advantage (Direct and Indirect Relationships and Impact) . *Universal Journal of Management*, 4(4), 141-160.

- Al-Khawaldah, R., Al-Zoubi, W., Alshaer, S., Almarshad, M., ALShalabi, F., Altahrawi, M., & Al-Hawary, S. (2022). Green supply chain management and competitive advantage: The mediating role of organizational ambidexterity. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 961-972.
- Al-Qatamin, A. & Esam, A. (2018). Effect of Strategic Thinking Skills on Dimensions of competitive Advantage: Empirical Evidence from Jordan, *International Journal of Business and Management*, 13 (5).
- Cahyono, Y., Purwoko, D., Koho, I., Setiani, A., Supendi, S., Setyoko, P., ... & Wijoyo, H. (2023). The role of supply chain management practices on competitive advantage and performance of halal agroindustry SMEs. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 153-160
- Potjanajaruwit, P. (2018). Competitive Advantage Effects on Firm Performance: A Case Study of Startups in Thailand. *Journal of International Studies*, 10(1), 104-111.
- Reklitis, P., Sakas, D. P., Trivellas, P., & Tsoulfas, G. T. (2021). Performance implications of aligning supply chain practices with competitive advantage: Empirical evidence from the agri-food sector. *Sustainability*, 13(16), 8734.

Mid Ocean University

College of Management

Master of business administration



The Impact of Supply Chain Management on Competitive Advantage:

A Field Study on Industrial Companies in Riyadh

Prepared by:

Albandary Abdullah Mubarak Al Qahtani

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdelhamid Mohamed Hassan

Dr. Fayez Jarad

1447-2025