

عمرو، محمد عمر محمد محمود، و عبدالقادر، محمد أحمد. (٢٠٢٣).

أثر استراتيجيات الإمداد على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية

على شركات الأدوية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة

الاسراء الخاصة، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1401179>



إعداد

سليمان الجبرين

ملخص الدراسة

سعت هذه الدراسة، التي أعدها الباحث محمد عمر محمد محمود عمرو تحت إشراف الدكتور محمد أحمد عبدالقادر بجامعة الإسراء الخاصة في عمان، إلى الكشف عن أثر استراتيجيات الإمداد بأبعادها الأربعة وهي التوريد والنقل والتخزين والتسليم على تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها الثلاثة وهي قيادة الكلفة والجودة والاستجابة السريعة، وذلك في سياق شركات صناعة الأدوية الأردنية. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، ووزّع استبانة مكوّنة من خمس وثلاثين فقرة على ثلاثمائة من شاغلي المناصب الإدارية في خمس شركات، وأجري التحليل الإحصائي على مئتين وأربع عشرة استبانة صالحة. وتوصّلت الدراسة إلى وجود أثر دال إحصائياً لاستراتيجيات الإمداد مجتمعةً ومنفردةً على تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها كافة، وأوصت بضرورة إدخال التطبيقات الإلكترونية في عمليات سلاسل التوريد وتبني أسلوب التصنيع في الوقت المحدد.

ثانياً: الأطر النظرية المستخدمة في التحليل

النظرية الأولى: النظرية المبنية على الموارد

تُعَدّ النظرية المبنية على الموارد التي طوّرها بارني عام ألف وتسعمائة وواحد وتسعين من أبرز النظريات في مجال الإدارة الاستراتيجية، وتقوم فكرتها الجوهرية على أن المنظمات تحقق ميزة تنافسية مستدامة من خلال امتلاكها لموارد وقدرات داخلية تتّصف بأربع خصائص أساسية هي: القيمة، والندرة، وصعوبة التقليد، وعدم قابلية الاستبدال. ووفقاً لهذه النظرية، فإن المنظمة التي تستطيع تنظيم مواردها الداخلية واستثمارها بشكل فريد تستطيع أن تتفوّق على منافسيها في السوق. وتتنظر هذه النظرية إلى المنظمة باعتبارها حزمة من الموارد المتنوّعة بدلاً من النظر إليها فقط من زاوية موقعها في السوق، مما يجعل التميّز الداخلي مصدراً أساسياً للتفوّق التنافسي.

ثانياً: الأطر النظرية المستخدمة في التحليل

النظرية الثانية: نموذج القوى التنافسية الخمس ونموذج سلسلة القيمة

طوّر مايكل بورتر نموذجين أساسيين يمثلان أطراً نظرية محورية في فهم المنافسة والميزة التنافسية. النموذج الأول هو نموذج القوى التنافسية الخمس الذي يرى أن حدّة المنافسة في أي صناعة تتحدّد بخمس قوى هي: تهديد دخول منافسين جدد، وقوة المساومة للموردين، وقوة المساومة للمشتريين، وتهديد المنتجات البديلة، وشدة التنافس بين المنافسين الحاليين. أما النموذج الثاني فهو نموذج سلسلة القيمة الذي يقسّم أنشطة المنظمة إلى أنشطة أساسية تشمل الإمداد الداخلي والعمليات والإمداد الخارجي والتسويق والخدمات، وأنشطة داعمة تشمل البنية التحتية وإدارة الموارد البشرية والتطوير التكنولوجي والمشتريات. وقد حدّد بورتر ثلاث استراتيجيات عامة لتحقيق الميزة التنافسية هي قيادة التكلفة والتميّز والتركيز.

ثانياً: الأطر النظرية المستخدمة في التحليل

النظرية الثالثة: نظرية إدارة سلسلة الإمداد

تمثّل نظرية إدارة سلسلة الإمداد إطاراً شاملاً يربط بين جميع الأطراف المشاركة في تدفق المنتج من مصدر المواد الخام وصولاً إلى المستهلك النهائي، وتقوم على فكرة أن التنسيق والتكامل بين حلقات السلسلة يُحقّق كفاءة تشغيلية أعلى وتكاليف أقل وجودة أفضل واستجابة أسرع للعملاء. وتتضمّن هذه النظرية مفاهيم جوهرية كالتوريد الاستراتيجي وإدارة المخزون والنقل الفعال والتسليم في الوقت المناسب، وتنظر إلى هذه العناصر بوصفها منظومة متكاملة وليست أنشطة منعزلة.

ثالثاً: التحليل النقدي للدراسة في ضوء النظريات

التحليل من منظور النظرية المبنية على الموارد

عند تحليل دراسة عمرو و عبدالقادر في ضوء النظرية المبنية على الموارد، يتّضح أن الدراسة تناولت استراتيجيات الإمداد باعتبارها ممارسات تشغيلية دون أن تُعمّق في تحليل الموارد الداخلية التي تُمكن شركات الأدوية من تنفيذ هذه الاستراتيجيات بفعالية. فالنظرية المبنية على الموارد تطرح تساؤلاً جوهرياً لم تتناوله الدراسة بشكل كافٍ، وهو: ما الذي يجعل استراتيجيات الإمداد في شركة ما مصدراً لميزة تنافسية مستدامة بينما لا تُحقّق ذلك في شركة أخرى رغم تبنيها لنفس الاستراتيجيات؟ والإجابة وفق هذه النظرية تكمن في طبيعة الموارد التي تمتلكها كل شركة، فالموارد ذات القيمة والندرة والتي يصعب تقليدها هي وحدها التي تمنح ميزة تنافسية حقيقية. وكان من الأجدر بالدراسة أن تُدمج في نموذجها البحثي متغيّرات تتعلّق بخصائص الموارد الداخلية لشركات الأدوية مثل الكفاءات البشرية المتخصصة في سلاسل الإمداد، والبنية التحتية التكنولوجية، والمعرفة التنظيمية المتراكمة، لأن هذه الموارد هي التي تُحدّد قدرة الشركة على تنفيذ استراتيجيات الإمداد بطريقة فريدة تُفضي إلى ميزة تنافسية لا يمكن للمنافسين محاكاتها بسهولة. إن غياب هذا البعد التحليلي جعل الدراسة تقدّم صورة غير مكتملة عن العلاقة بين استراتيجيات الإمداد والميزة التنافسية، إذ ركّزت على الأثر المباشر دون الغوص في الآليات والموارد الوسيطة التي تُفسّر كيف ولماذا يتحوّل هذا الأثر إلى ميزة تنافسية مستدامة..

ثالثاً: التحليل النقدي للدراسة في ضوء النظريات

التحليل من منظور نموذج بورتر للقوى التنافسية وسلسلة القيمة

من خلال عدسة نموذج بورتر، يمكن ملاحظة أن الدراسة تبنت أبعاداً للميزة التنافسية تتسق جزئياً مع الاستراتيجيات العامة التي طرحها بورتر، وبخاصة بُعد قيادة الكلفة الذي يتوافق مع استراتيجية قيادة التكلفة، وبُعد الجودة الذي يرتبط باستراتيجية التميز. غير أن الدراسة أغفلت السياق التنافسي الأوسع الذي تعمل فيه شركات الأدوية الأردنية، فلم تُحلل كيف تتفاعل استراتيجيات الإمداد مع القوى التنافسية الخمس في صناعة الأدوية. فعلى سبيل المثال، كان من المهم تحليل كيف يؤثر اعتماد استراتيجيات إمداد متقدمة على قدرة الشركة في مواجهة القوة التفاوضية للموردين، أو كيف يُسهم التوريد الاستراتيجي في تقليل تهديد دخول منافسين جدد إلى السوق. كما أن نموذج سلسلة القيمة يوفر إطاراً طبيعياً لفهم العلاقة بين أبعاد الإمداد الأربعة التي تناولتها الدراسة وبين خلق القيمة، إذ إن التوريد والنقل والتخزين والتسليم تُمثّل في جوهرها أنشطة أساسية ضمن سلسلة القيمة. وكان يمكن للدراسة أن تستفيد من هذا النموذج في تحليل كيفية تفاعل هذه الأنشطة مع بعضها البعض ومع الأنشطة الداعمة لتوليد قيمة أكبر للعميل النهائي وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية أعمق.

ثالثاً: التحليل النقدي للدراسة في ضوء النظريات

التحليل من منظور نظرية إدارة سلسلة الإمداد

استندت الدراسة بشكل واضح إلى مفاهيم نظرية إدارة سلسلة الإمداد في تحديد أبعاد المتغير المستقل وهي التوريد والنقل والتخزين والتسليم، وهذا يُمثّل نقطة قوة في الإطار المفاهيمي للدراسة. غير أن التحليل النقدي يكشف عن عدة ملاحظات جوهرية. فأولاً، تناولت الدراسة استراتيجيات الإمداد بمنظور خطّي يبدأ من التوريد وينتهي بالتسليم، بينما النظرية المعاصرة لإدارة سلسلة الإمداد تؤكد على الطبيعة الشبكية والتكاملية للسلسلة حيث تتفاعل جميع الحلقات بشكل متزامن وديناميكي. وثانياً، أغفلت الدراسة بُعد تبادل المعلومات والتنسيق مع الشركاء الخارجيين وهو ركيزة أساسية في نظرية إدارة سلسلة الإمداد، فالميزة التنافسية لا تتحقّق فقط من خلال كفاءة العمليات الداخلية للشركة بل تتطلّب أيضاً تكاملاً وتنسيقاً عالياً مع الموردين والموزعين والعملاء. وثالثاً، لم تتناول الدراسة مفهوم المرونة في سلسلة الإمداد وهو مفهوم بالغ الأهمية في صناعة الأدوية التي تخضع لتنظيمات صارمة وتتطلّب دقة عالية في التعامل مع المواد ذات الحساسية الخاصة.

رابعاً: تقييم الإسهام النظري والمنهجي للدراسة

على صعيد الإسهام النظري، قدّمت الدراسة إضافة مقبولة من حيث تأكيدها على وجود علاقة دالة إحصائياً بين استراتيجيات الإمداد والميزة التنافسية في قطاع محدّد وهو صناعة الأدوية الأردنية، مما يدعم الأدبيات السابقة التي أكّدت هذه العلاقة في سياقات أخرى. غير أن الدراسة كانت ستقدّم إسهاماً نظرياً أعمق لو ربطت نتائجها بشكل صريح بالنظريات المذكورة أعلاه، فوجود أثر إحصائي شيء وتفسير هذا الأثر نظرياً شيء آخر تماماً. فعلى سبيل المثال، كان يمكنها تفسير لماذا تؤثر استراتيجية التخزين على قيادة الكلفة من خلال عدسة نظرية سلسلة القيمة التي تعتبر التخزين نشاطاً يمكن تحسينه لتقليل الهدر وزيادة الكفاءة.

أما على الصعيد المنهجي، فقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة كأداة وحيدة لجمع البيانات، وهذا يُثير ملاحظة منهجية مهمة، إذ إن دراسة أثر استراتيجيات الإمداد على الميزة التنافسية قضية معقّدة تتأثر بعوامل متعددة، وكان يمكن تعزيز النتائج بتبني أسلوب بحثي مختلط يجمع بين البيانات الكميّة من الاستبانة والبيانات النوعية من المقابلات المعمّقة مع مديري سلاسل الإمداد، مما كان سيوفّر فهماً أعمق للكيفية التي تتحوّل بها استراتيجيات الإمداد إلى ميزة تنافسية فعلية. كما أن حجم العينة رغم قبوله إحصائياً إلا أن اقتصره على خمس شركات فقط يحدّ من إمكانية تعميم النتائج على قطاع صناعة الأدوية الأردنية بأكمله.

خامساً: الخلاصة

تمثل دراسة عمرو وعبدالقادر محاولة جادة لفحص العلاقة بين استراتيجيات الإمداد والميزة التنافسية في بيئة صناعة الأدوية الأردنية، وقد نجحت في إثبات وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. غير أن التحليل في ضوء النظريات الثلاث الكبرى - النظرية المبنية على الموارد ونموذج بورتر ونظرية إدارة سلسلة الإمداد - يكشف عن فجوات نظرية تتمثل في عدم التأسيس النظري العميق للعلاقات المدروسة وغياب تحليل الآليات الوسيطة التي تُفسّر كيفية تحوّل استراتيجيات الإمداد إلى ميزة تنافسية مستدامة. إن تحقيق ميزة تنافسية حقيقية من خلال استراتيجيات الإمداد يتطلب - كما تؤكد هذه النظريات مجتمعة - امتلاك موارد فريدة وصعبة التقليد، وفهم القوى التنافسية المؤثرة في الصناعة، وتحقيق التكامل على مستوى سلسلة القيمة بأكملها، وهي أبعاد كان يمكن أن تُثري هذه الدراسة لو تمّ دمجها في إطارها النظري والبحثي. ومع ذلك تبقى الدراسة ذات قيمة تطبيقية لشركات الأدوية الأردنية من حيث التأكيد على أهمية الاهتمام باستراتيجيات الإمداد كرافعة لتحقيق التفوّق التنافسي في سوق يشهد منافسة متزايدة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

