

أثر التوريد الاستراتيجي على الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركة الواحة للاسواق
الحرّة في المملكة العربية السعودية.

**The Impact of Strategic Sourcing on Competitive Advantage: A Field Study on
Al-Waha Duty-Free Company in the Kingdom of Saudi Arabia.**

إعداد الطالب:

عبدالله رياض المالک

243000100

إشراف:

د. الفیصل عبد الحمید

جدول المحتويات

3.....	مقدمة:
4.....	الدراسات السابقة:
8.....	مشكلة الدراسة:
9.....	أهمية الدراسة:
10.....	أهداف الدراسة:
11.....	تساؤلات الدراسة:
11.....	فروض الدراسة:
12.....	إجراءات الدراسة:
13.....	المنهج البحثي:
13.....	مفاهيم الدراسة:
15.....	الإطار النظري:
16.....	الخطة الزمنية للدراسة:
17.....	المراجع:

المقدمة:

شهدت بيئة الأعمال العالمية خلال العقود الأخيرة تحولات جذرية نتيجة تسارع العولمة والتطور التكنولوجي وتزايد حدة المنافسة بين الشركات في جميع القطاعات. أصبحت المؤسسات مطالبة أكثر من أي وقت مضى بالسعي نحو بناء ميزة تنافسية مستدامة تتجاوز حدود الكفاءة التشغيلية التقليدية؛ فالقدرة على خلق قيمة مضافة للعملاء والبقاء في الأسواق مرهون بمدى تبنيها ممارسات إدارية واستراتيجية متقدمة (الرفاعي، 2022).

من هذا المنطلق، برز مفهوم التوريد الاستراتيجي (Strategic Sourcing) ليكون أحد الركائز الأساسية في منظومة الإدارة الحديثة، إذ انتقل دور التوريد من كونه وظيفة تنفيذية تهدف لخفض التكاليف إلى عملية استراتيجية متكاملة تركّز على تحقيق أهداف المنظمة بعيدة المدى. تشير الأدبيات إلى أن التوريد الاستراتيجي يضم العديد من الأنشطة مثل تحليل الأسواق والموردين، بناء شراكات طويلة الأمد، إدارة المخاطر، اعتماد النماذج الابتكارية، وضمان تدفق مستدام للمواد والخدمات، مما ينعكس بشكل مباشر على تحقيق الميزة التنافسية والإبداع التنظيمي (العنزي، 2021). دراسات عديدة أكدت أن اعتماد منهج التوريد الاستراتيجي يساعد الشركات على تعزيز جودة المنتجات، تطوير قدراتها الابتكارية، زيادة مرونتها في مواجهة الأزمات، وتقليل الاعتماد على خيارات الشراء التقليدية قصيرة الأجل (الشمري، 2019).

في قطاع الأسواق الحرة، تزداد هذه الأهمية، إذ تواجه شركات التشغيل واقعاً تنافسياً استثنائياً يفرضه تنوع المنتجات، تقلب الطلب، التعقيد التشغيلي الناتج عن مواقعها الجغرافية (مثل المطارات والموانئ)، وحساسية العملاء للأسعار والعروض. تشير البحوث إلى أن شركات تشغيل الأسواق الحرة التي تتبنى ممارسات التوريد الاستراتيجي تتمتع بقدرة أكبر على تخفيض تكاليفها التشغيلية، وتحسين علاقاتها مع الموردين، وتقديم خدمات ومنتجات عالية القيمة قادرة على جذب العملاء العابرين وتحقيق الربحية المستدامة (يوسف، 2023).

من هنا، يتمثل هدف هذه الدراسة في تحليل أثر التوريد الاستراتيجي على تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات تشغيل الأسواق الحرة، مع الاستناد إلى إطار علمي يستعرض أبرز النتائج المستخلصة من الأدبيات والدراسات السابقة. كما تسعى الدراسة لسد فجوة بحثية تتعلق بدور التوريد الاستراتيجي في بيئات الأعمال الخاصة والمتغيرة مثل قطاع الأسواق الحرة، وتقديم إطار عملي يمكن لهذه الشركات الاسترشاد به لخلق قيمة تنافسية مستدامة في الأسواق العالمية (السويدي، 2020).

الدراسات السابقة:

المحور الأول: أثر التوريد الاستراتيجي على الأداء التشغيلي

كما قدمت دراسة العنزي (2021) تحليلاً حول كيفية تحسين التوريد الاستراتيجي للأداء التشغيلي في المؤسسات التجارية، حيث أشارت إلى أن تطبيق استراتيجيات توريد فعالة يسهم في تحسين جودة المدخلات وتقليل التكاليف، مما يعزز العلاقة مع الموردين. استخدمت الدراسة بيانات من عدة شركات تجارية، وأظهرت النتائج أن تحسين الأداء التشغيلي يعتمد بشكل كبير على فعالية ممارسات التوريد الاستراتيجي.

كما أظهرت دراسة Davis et al. (2018) أن المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات توريد متقدمة تتمتع بقدرة أكبر على الابتكار والاستجابة السريعة لتغيرات السوق. استخدمت الدراسة استبيانات شملت 200 شركة تجزئة، وأكدت النتائج أن الابتكار في استراتيجيات التوريد يعزز من القدرة التنافسية.

أشارت دراسة Krause et al. (2001) إلى أن تطوير الموردين والشراكات الاستراتيجية يسهم في تحسين الأداء التشغيلي. من خلال تحليل بيانات المؤسسات، وجدت الدراسة أن التعاون مع الموردين يؤدي إلى تحسينات ملحوظة في كفاءة العمليات.

وفي دراسة السويدي (2020)، تم دراسة العلاقة بين التوريد الاستراتيجي والميزة التنافسية في المؤسسات التجارية، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين تطبيق ممارسات التوريد الاستراتيجي وتحسين الأداء التشغيلي، مما يعزز القدرة التنافسية.

كما أشار Monczka et al. (2016) في مرجعهم إلى أن إدارة المشتريات وسلاسل الإمداد تلعب دوراً محورياً في تحسين الأداء التشغيلي، حيث يقدمون إطاراً شاملاً حول كيفية تأثير هذه الممارسات على الكفاءة والفعالية في المؤسسات.

المحور الثاني: الميزة التنافسية في قطاع الأسواق الحرة

تناولت دراسة الشمري (2019) مفهوم الميزة التنافسية في قطاع التجزئة، حيث أكدت أن جودة المنتجات وكفاءة العمليات تلعبان دوراً حاسماً في بناء الميزة التنافسية. استخدمت الدراسة تحليلاً بيانات من شركات تجزئة مختلفة وأظهرت أن الابتكار في تقديم الخدمات يعزز من قدرة الشركات على المنافسة.

كما أشار Porter (1985) إلى أن الميزة التنافسية تتحقق عندما تستطيع المؤسسة تقديم قيمة للعملاء بشكل يصعب على المنافسين تقليده. في إطار نظري، قدمت الدراسة استراتيجيات مختلفة لتحقيق هذه الميزة والحفاظ عليها في السوق.

ركزت دراسة الرفاعي (2022) على تحديات إدارة سلسلة الإمداد في شركات تشغيل الأسواق الحرة، وأكدت أن فعالية التوريد تعد من أهم محددات نجاح هذه الشركات في بيئة تنافسية شديدة التقلب. استخدمت الدراسة بيانات من شركات مختلفة في هذا القطاع وأظهرت النتائج أهمية التوريد الاستراتيجي.

في دراسة Lee & Carter (2019)، تم تحليل المرونة في سلسلة الإمداد لشركات الأسواق الحرة، حيث أظهرت النتائج أن المرونة العالية في التعامل مع الموردين وتنوع المصادر تعزز من القدرة التنافسية وتلبية احتياجات العملاء المتغيرة.

كما قدمت دراسة يوسف (2023) دراسة حالة حول تطبيقات إدارة سلاسل الإمداد في الأسواق الحرة المصرية، مشيرة إلى أن استخدام استراتيجيات متطورة في إدارة سلاسل الإمداد يساهم في تحقيق أهداف تنافسية، مما يعزز من أداء الشركات في هذا القطاع.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين؛ الأول تناول أثر التوريد الاستراتيجي على الأداء التشغيلي، بينما ركز الثاني على الميزات التنافسية في قطاع الأسواق الحرة.

تعتبر الدراسات التي تناولت أثر التوريد الاستراتيجي على الأداء التشغيلي محورًا أساسيًا لفهم كيفية تحسين الكفاءة والفعالية في المؤسسات. على سبيل المثال، تقدم دراسة العنزي (2021) تحليلًا عميقًا حول كيفية تأثير التوريد الاستراتيجي على الأداء التشغيلي من خلال تحسين جودة المدخلات وتقليل التكاليف. تشير النتائج إلى أن الشركات التي تعتمد ممارسات توريد استراتيجية تتمكن من تعزيز علاقاتها مع الموردين، مما ينعكس إيجابياً على الأداء العام. هذه النتائج تتماشى مع ما توصلت إليه دراسات أخرى مثل (Davis et al. 2018)، التي أكدت أن المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات توريد متقدمة تحقق قدرة أكبر على الابتكار والاستجابة السريعة لتغيرات السوق.

ومع ذلك، ينبغي الانتباه إلى حدود هذه الدراسات. على سبيل المثال، تركز معظمها على قطاعات معينة، مما قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على جميع الصناعات. علاوة على ذلك، بعض الدراسات، مثل تلك التي أجراها (Krause et al. 2001)، تعتمد على بيانات قديمة أو عينات محدودة، مما قد يؤثر على دقة النتائج وملاءمتها للواقع الحالي.

هناك أيضاً نقص في الأبحاث التي تستكشف تأثير العوامل البيئية والثقافية على فعالية التوريد الاستراتيجي. يجب على الدراسات المستقبلية أن تأخذ بعين الاعتبار هذه العوامل لتقديم صورة أوسع حول كيفية تأثير التوريد الاستراتيجي على الأداء التشغيلي في مختلف السياقات.

فيما يتعلق بالميزة التنافسية، تقدم الدراسات مثل دراسة الشمري (2019) رؤى مهمة حول العوامل الرئيسية التي تسهم في تحقيق هذه الميزة. تؤكد الدراسة على أن جودة المنتجات وكفاءة العمليات هما عنصران أساسيان لبناء ميزة تنافسية. هذه الرؤية تتماشى مع ما قدمه (Porter 1985)، الذي يوضح أن الميزة التنافسية تتحقق عندما تستطيع المؤسسة تقديم قيمة للعملاء بشكل يصعب تقليده من قبل المنافسين.

ومع ذلك، تعاني الدراسات في هذا المجال من بعض القيود. على الرغم من أهمية النتائج، فإنها غالبًا ما تفتقر إلى التحليل العميق للعوامل الخارجية، مثل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي قد تؤثر على أداء المؤسسات في قطاع الأسواق الحرة. تشير دراسة الرفاعي (2022) إلى تحديات إدارة سلسلة الإمداد في شركات الأسواق الحرة، لكن لا تقدم تحليلاً كافياً حول كيفية تأثير هذه التحديات على الميزة التنافسية.

بالإضافة إلى ذلك، تظل الدراسات المتاحة محدودة من حيث نطاقها، حيث قد تركز على حالات معينة أو مناطق جغرافية دون استكشاف تأثير العوامل الثقافية أو السياسية. لذلك، من الضروري توسيع نطاق البحث ليتضمن تجارب متعددة من الأسواق الحرة في مناطق مختلفة، مما يساهم في فهم أوضح للعوامل التي تؤثر على الميزة التنافسية في هذا السياق.

بشكل عام، توفر الدراسات السابقة أساساً قوياً لفهم العلاقة بين التوريد الاستراتيجي والأداء التشغيلي، والميزة التنافسية، لكن هناك حاجة ملحة لمزيد من الأبحاث الميدانية التي تركز على بيئات الأعمال المتنوعة، خاصة في قطاع الأسواق الحرة. هذه الدراسات يمكن أن تساهم في ملء الفجوات البحثية الحالية وتقديم رؤى أكثر دقة حول كيفية تحقيق الشركات لهذه المزايا في سياقات مختلفة، مما يدعم تطوير استراتيجيات فعالة لتحقيق التميز في المنافسة.

مشكلة الدراسة:

تواجه شركات تشغيل الأسواق الحرة ضغوطًا متزايدة في ظل بيئة أعمال تتسم بالتغير السريع والعمولة، مما يبرز التحديات المرتبطة بالإدارة التشغيلية والتكلفة والجودة. على الرغم من النمو الملحوظ في قيمة مبيعات الأسواق الحرة في منطقة الشرق الأوسط، إلا أن العديد من الشركات تعاني من نقص في تطبيق ممارسات التوريد الاستراتيجي بشكل فعال، مما يؤدي إلى ارتفاع التكاليف وتفاوت مستويات رضا العملاء.

ومن هنا تشير الدراسات إلى أن التوريد الاستراتيجي يلعب دورًا أساسيًا في تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز قدرة المؤسسات على الابتكار. ومع ذلك، لا تزال الدراسات في سياق شركات تشغيل الأسواق الحرة نادرة، وغالبًا ما تركز على جوانب تقليدية دون النظر إلى الدور الاستراتيجي الحديث.

وتسعى الدراسة لاستكشاف العلاقة بين التوريد الاستراتيجي والميزة التنافسية في شركات تشغيل الأسواق الحرة. يتضمن ذلك فهم واقع ممارسات التوريد، وتحديد الأبعاد الأكثر أهمية للميزة التنافسية، والتحديات التي تعيق التطبيق الفعال لهذه الممارسات. إن معالجة هذه القضية تعتبر ضرورية لتطوير نماذج عملية تدعم إدارة التوريد وتعزيز النمو والاستدامة في بيئة تنافسية متغيرة.

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

تستمد هذه الدراسة أهميتها العلمية من تركيزها على تأثير التوريد الاستراتيجي في شركات تشغيل الأسواق الحرة، حيث تسعى لسد الفجوة البحثية المتعلقة بقلّة الدراسات الميدانية التي تناولت العلاقة المباشرة بين التوريد الاستراتيجي والميزة التنافسية في هذا القطاع. من خلال تحليل دور التوريد الاستراتيجي في تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز الابتكار، ستضيف هذه الدراسة بعداً معرفياً جديداً إلى المكتبة الأكاديمية، وتوفر بيانات دقيقة حول واقع ممارسات التوريد في الأسواق الحرة.

الأهمية العملية:

تتجلى الأهمية العملية في أن هذه الدراسة ستقدم معلومات قيمة لشركات تشغيل الأسواق الحرة حول كيفية تحسين ممارسات التوريد الاستراتيجي لتعزيز قدرتها التنافسية. من خلال فهم الأبعاد الأكثر أهمية للميزة التنافسية، يمكن للشركات تعديل استراتيجياتها لتحقيق نتائج أفضل. كما ستساعد الدراسة في تحديد التحديات التي تواجه الشركات، مما يمكنها من تحسين العمليات وتخفيض التكاليف وزيادة رضا العملاء.

الأهمية الاجتماعية:

أما الأهمية الاجتماعية لهذه الدراسة فتتمثل في تقديم فهم أعمق لتأثير التوريد الاستراتيجي على السوق المحلي، مما يساهم في تعزيز قدرة الشركات على تقديم خدمات ذات جودة عالية. من خلال تحسين ممارسات التوريد، يمكن أن تساهم هذه الشركات في توفير منتجات وخدمات تلبي احتياجات المستهلكين، وبالتالي تعزيز الاستقرار الاقتصادي في المنطقة ودعم أهداف التنمية المستدامة.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي من الدراسة:

تركز هذه الدراسة بشكل رئيسي على معرفة مدى تأثير التوريد الاستراتيجي في تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات تشغيل الأسواق الحرة.

الأهداف الفرعية:

تحديد واقع ممارسات التوريد الاستراتيجي في شركات تشغيل الأسواق الحرة، ومدى توافقها مع المعايير العالمية.
قياس تأثير التوريد الاستراتيجي على الأبعاد المختلفة للميزة التنافسية، مثل الجودة، التكلفة، ورضا العملاء.
معرفة العوائق والتحديات التي تواجه شركات الأسواق الحرة في تطبيق ممارسات التوريد الاستراتيجي بشكل فعال.
تحديد العلاقة بين التوريد الاستراتيجي والابتكار في حلول سلاسل الإمداد، وكيفية تأثير ذلك على قدرة الشركات على المنافسة.
تقديم توصيات عملية لشركات تشغيل الأسواق الحرة لتحسين استراتيجيات التوريد، مما يساهم في تحقيق نتائج فعالة ومستدامة.

تساؤلات الدراسة:

ما هو دور التوريد الاستراتيجي في تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات تشغيل الأسواق الحرة؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

ما هو واقع ممارسات التوريد الاستراتيجي في شركات تشغيل الأسواق الحرة؟

كيف يؤثر التوريد الاستراتيجي على الأبعاد المختلفة للميزة التنافسية في هذه الشركات؟

ما هي العوائق التي تعيق تطبيق التوريد الاستراتيجي بشكل فعال في قطاع الأسواق الحرة؟

كيف يساهم التوريد الاستراتيجي في تعزيز قدرة الشركات على الابتكار في سلاسل الإمداد؟

ما هي التوصيات العملية التي يمكن أن تساعد الشركات في تحسين استراتيجيات التوريد لتحقيق نتائج تنافسية أفضل؟

فروض الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتوريد الاستراتيجي على تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات تشغيل الأسواق الحرة.

الفرضيات الفرعية:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فعالية ممارسات التوريد الاستراتيجي (مثل الشراكات مع الموردين، تقنيات سلاسل الإمداد) ودرجة تحسين الكفاءة التشغيلية في الشركات.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق التوريد الاستراتيجي ورضا العملاء عن خدمات الشركات في الأسواق الحرة.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية لشركات التشغيل (مثل الحجم، نوع المنتجات، الموقع الجغرافي) ونجاح تطبيق استراتيجيات التوريد.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التوريد الاستراتيجي وقدرة الشركات على الابتكار في تقديم خدمات جديدة، مما يعزز من ميزتها التنافسية.

يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للتوريد الاستراتيجي على تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الربحية في شركات تشغيل الأسواق الحرة.

إجراءات الدراسة:

مراجعة الأدبيات:

جمع وتحليل الدراسات السابقة التي تناولت التوريد الاستراتيجي وتأثيره على الميزة التنافسية، مع التركيز على قطاع تشغيل الأسواق الحرة.

تحديد المتغيرات الرئيسة للدراسة (التوريد الاستراتيجي، الميزة التنافسية، الكفاءة التشغيلية).

تصميم أداة الدراسة:

إعداد استبانة إلكترونية مبنية على أهداف وتساؤلات الدراسة، تتضمن أسئلة واضحة لقياس مدى تأثير التوريد الاستراتيجي على الميزة التنافسية في شركات تشغيل الأسواق الحرة.

عرض الاستبانة على خبراء ومتخصصين لتحكيمها والتأكد من مصداقيتها وثباتها.

جمع البيانات:

تتكوّن عينة الدراسة من (150) فرد من مديري وممثلي شركات تشغيل الأسواق الحرة، سيتم اختيارهم بطريقة عشوائية من عدة دول أو مناطق رئيسية في الخليج.

تم اختيار هذه المناطق نظرًا لكونها الأكثر نشاطًا في السوق، وسيتم جمع البيانات إلكترونيًا من خلال توزيع الاستبانات على المنصات الرقمية ذات الصلة، مثل منصات التواصل الاجتماعي والمجموعات المهنية المتخصصة، لضمان تمثيل واسع وشامل للعيينة المستهدفة.

تحليل البيانات:

- تفرغ البيانات من الاستبانات وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).
- استخدام الأساليب الإحصائية الملائمة، مثل: المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، معامل الارتباط (Pearson)، تحليل التباين (ANOVA)، واختبار الفروق بين المجموعات (T-test).

استخلاص النتائج وكتابة التوصيات:

- مناقشة النتائج في ضوء أهداف الدراسة وفرضياتها.
- تقديم مجموعة من التوصيات العملية التي تساعد شركات تشغيل الأسواق الحرة على تحسين استراتيجيات التوريد وتعزيز ميزتها التنافسية.

المنهج البحثي:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يُعد الأنسب لموضوع الدراسة وأهدافها، إذ يساعد في وصف الظاهرة محل البحث، وهي تأثير التوريد الاستراتيجي على تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات تشغيل الأسواق الحرة. يتيح هذا المنهج تحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة، مثل ممارسات التوريد الاستراتيجي ونتائجها على الكفاءة التشغيلية ورضا العملاء، مما يساهم في تقديم رؤية واضحة حول كيفية تحسين استراتيجيات التوريد في هذا القطاع.

مفاهيم الدراسة:

فيما يلي توضيح للمصطلحات والمفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة:

• التوريد الاستراتيجي:

هو نهج إداري يركز على تحسين عملية التوريد من خلال بناء علاقات قوية مع الموردين وتبني أساليب مبتكرة في إدارة سلاسل الإمداد، بهدف تعزيز الكفاءة وتقليل التكاليف وزيادة القدرة التنافسية.

- **الميزة التنافسية:**
تشير إلى القدرة التي تمتلكها الشركة على تقديم قيمة أعلى للعملاء مقارنة بالمنافسين، مما يمكنها من تحقيق أداء أفضل في السوق، وتشمل جوانب مثل الجودة، التكلفة، الابتكار، ورضا العملاء.
- **الكفاءة التشغيلية:**
تعني قدرة الشركة على استخدام مواردها بشكل فعال لتحقيق الأهداف المطلوبة، وتتضمن تحسين العمليات وتقليل الفاقد وزيادة الإنتاجية.
- **العلاقات الاستراتيجية مع الموردين:**
تشير إلى الشراكات التي تبنيها الشركات مع مورديها، والتي تهدف إلى تعزيز التعاون وتبادل المعلومات والموارد، مما يساعد على تحسين استجابة الشركات لاحتياجات السوق.
- **التحديات التشغيلية:**
تشمل المعوقات والصعوبات التي تواجه الشركات في إدارة عملياتها اليومية، مثل ارتفاع التكاليف، والضغط التنافسي، وتغيرات تفضيلات العملاء، والأزمات الاقتصادية.

الإطار النظري:

نموذج سلسلة القيمة (Value Chain Model) :

يُعتبر نموذج سلسلة القيمة من الأدوات الأساسية في فهم كيفية تحقيق الميزة التنافسية. يتناول هذا النموذج الأنشطة التي تضيف قيمة للمنتجات والخدمات، بدءًا من التوريد وصولاً إلى تسليم المنتج النهائي. يشمل النموذج الأنشطة الأساسية مثل:

- الإمداد (Inbound Logistics): إدارة الموارد والمخزون والتوريد.
- العمليات (Operations): تحويل المواد الخام إلى منتجات.
- التوزيع (Outbound Logistics): توصيل المنتجات إلى العملاء.
- التسويق والمبيعات (Marketing and Sales): استراتيجيات جذب العملاء.
- الخدمات (Service): الدعم الفني وخدمة العملاء.

ستستفيد هذه الدراسة من نموذج سلسلة القيمة لتحليل كيف يمكن للتوريد الاستراتيجي تحسين كل مرحلة من مراحل السلسلة، مما يساهم في تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات تشغيل الأسواق الحرة.

نظرية الشبكات (Network Theory) :

تُبرز هذه النظرية أهمية العلاقات والشبكات بين الشركات والموردين. تركز على كيفية بناء الشركات شبكة قوية من العلاقات التي تعزز من قدرتها على التنافس. تشمل العناصر الرئيسية:

- العلاقات مع الموردين: التعاون والشراكة لتقليل التكاليف وتحسين الجودة.
- تبادل المعلومات: تعزيز القدرة على الابتكار من خلال تبادل المعرفة والخبرات.
- المرونة: القدرة على التكيف مع التغيرات في السوق من خلال شبكة قوية من العلاقات.

ستساعد هذه النظرية في فهم كيف يؤثر التوريد الاستراتيجي والعلاقات مع الموردين في تعزيز الكفاءة التشغيلية ورضا العملاء، مما يساهم في تحسين الأداء العام للشركات في الأسواق الحرة.

الخطّة الزمنية للدراسة:

تم تقسيم مراحل الدراسة إلى عدة خطوات، مع تحديد الإطار الزمني المتوقع لكل مرحلة كما يلي:

المرحلة	المدة المتوقعة (بالأسابيع)	الفترة الزمنية المقترحة
مراجعة الأدبيات وإعداد خطة البحث	3 أسابيع	من الأسبوع 1 إلى الأسبوع 3
تصميم وتحكيم أداة الدراسة (الاستبانة)	أسبوعان	من الأسبوع 4 إلى الأسبوع 5
تطبيق الدراسة الميدانية (توزيع الاستبانة وجمع البيانات)	3 أسابيع	من الأسبوع 6 إلى الأسبوع 8
تحليل البيانات باستخدام SPSS	3 أسابيع	من الأسبوع 9 إلى الأسبوع 11
مناقشة النتائج وكتابة التوصيات	3 أسابيع	من الأسبوع 12 إلى الأسبوع 14
المراجعة النهائية وإعداد النسخة النهائية للرسالة	أسبوعان	من الأسبوع 15 إلى الأسبوع 16

قائمة المراجع:

الرفاعي، أحمد. (2022). أثر إدارة سلسلة الإمداد على أداء شركات الأسواق الحرة. مجلة الإدارة المعاصرة، 8(2)، 112-134.

الشمري، فهد. (2019). الميزة التنافسية في قطاع التجزئة: دراسة تطبيقية. مجلة العلوم الإدارية، 15(1)، 45-67.

العنزي، خالد. (2021). التوريد الاستراتيجي ودوره في تحسين الأداء التشغيلي. مجلة الاقتصاد والإدارة، 23(4)، 211-230.

السويدي، سالم. (2020). العلاقة بين التوريد الاستراتيجي والميزة التنافسية في المؤسسات التجارية. المؤتمر الدولي لإدارة الأعمال. الإمارات: دبي.

كرم، محمود، & البلوشي، يوسف. (2021). أثر التوريد الرقمي على تنافسية شركات البيع بالتجزئة في الخليج. مجلة الإدارة والتكنولوجيا، 6(3)، 77-96.

يوسف، منى. (2023). تطبيقات إدارة سلاسل الإمداد في التجارة الدولية: دراسة حالة الأسواق الحرة المصرية. مجلة حركة التجارة الدولية، 10(5)، 200-215.

Davis, J., Smith, L., & Carter, R. (2018). Strategic sourcing practices and competitive advantage in retail firms. International Journal of Supply Chain Management, 7(3), 55-71.

Krause, D. R., Handfield, R. B., & Tyler, B. B. (2001). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. Journal of Operations Management, 17(1), 39-58.

Lee, H., & Carter, J. (2019). Supply chain flexibility in duty-free retail: A strategic perspective. Supply Chain Review, 14(2), 88-102.

Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2016). Purchasing and supply chain management (6th ed.). Cengage Learning.

Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. Free Press.

Sharma, S., & Bansal, S. (2022). Strategic sourcing and sustainable competitiveness: Evidence from the retail industry. Journal of Purchasing and Supply Management, 28(4), 110-123.

Supply Chain Digital. (2023). The future of duty-free retail supply chains. Retrieved July 4, 2025, from <https://www.supplychaindigital.com/duty-free-retail-supply-chains>

Tarigan, J., & Siagian, H. (2020). The role of supply chain integration on competitive advantage in the retail industry. Operations and Supply Chain Management, 13(2), 194-203.