

**دراسة نواتج ومحددات جودة العلاقات بين البائع والمشتري وتأثيرها علي أداء سلسلة الإمداد
في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩)
دراسة حالة : قطاع الصناعات الدوائية في جمهورية مصر العربية**

أ.د. محمد احمد حسان*
أ.م.د. محمد رفعت محمد القيراني**
عبد المنعم شمس الدين انور***

(* أ.د. محمد احمد حسان: عميد كلية النقل الدولي واللوجستيات، بورسعيد

Email: drmohamedhassan2010@gmail.com

(** أ.م.د. محمد رفعت محمد القيراني: استاذ مساعد - كلية النقل الدولي واللوجستيات ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل
البحري ، بورسعيد

Email: mohamed_elkeerany@yahoo.com

(*** أ.عبد المنعم شمس الدين انور: إدارة الأعمال ، كلية الإدارة والتكنولوجيا ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ،
ميامي ، الإسكندرية

Email: abdelmoneimshams@aast.edu

المستخلص

يتمثل الهدف العام الخاص بهذه الدراسة في التعرف علي محددات جودة العلاقات بين المورد والمشتري والتي تؤثر علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) ، وقد تم إقتراح إطار تجريبي لجودة العلاقات بين المورد والمشتري يتمثل في مجموعة من العناصر هي (الإتصال - الإلتزام - الثقة - التعاون - السمعة - التكيف - الأهداف المشتركة - الرضا - الإعتمادية) وأداء سلسلة الإمداد من خلال مجموعة من العناصر هي (جودة الخدمة - التكلفة - سرعة الإستجابة - المرونة) ، معتمداً علي المنهج الوصفي التحليلي .

وللتحقق من المحددات الخاصة بجودة العلاقات بين المورد والمشتري والتي تؤثر علي أداء سلسلة الإمداد تم توزيع إستمارة إستقصاء علي عدد ٢٥٠ صيدلية بنطاق محافظة الإسكندرية والتي يزيد حجم مبيعاتها الشهرية عن ٥,٠٠٠ جم وكانت عدد القوائم المستردة والصحيحة ٢٢٠ إستمارة ، وبإستخام مقياس كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات مقاييس متغيرات الدراسة ، وبإستخدام أسلوب تحليل الإنحدار البسيط والإنحدار المتعدد لإختبار فروض نموذج الدراسة ، توصلت الدراسة إلي وجود علاقة طردية بين جودة العلاقات بين المورد والمشتري وأداء سلسلة الإمداد خلال أزمة فيروس كورونا المستجد ، وأن أهم العناصر المحددة لجودة العلاقة بين المورد والمشتري التي تؤثر علي أداء سلسلة الإمداد هي (السمعة - التواصل - الرضا - الثقة - التكيف - الأهداف المشتركة - التعاون - الإلتزام - الإعتمادية) .

الكلمات المفتاحية : العلاقات - أداء سلسلة الإمداد - الإتصال - الإلتزام - الثقة - التعاون - السمعة - التكيف - الأهداف المشتركة - الرضا - الإعتمادية - جودة الخدمة - التكلفة - سرعة الإستجابة - المرونة .

Abstract

The general aim of the study is identify the determinants of relationship quality between seller and buyer which effect on the supply chain performance during Coronavirus crisis, it has been suggested an experimental framework for relationship quality between seller & buyer represented in (Communication – Commitment - Trust – Cooperate – Reputation – Adaptation - Mutual Goals – Satisfaction – Reliability) and the elements of Supply Chain Performance are (Service Quality – Cost – Responsiveness – Flexibility) reference to the Qualitative Method .

To verify the determinants of the relationship quality between seller & buyer, a survey list developed by the researcher was used to collect the primary data to achieve the purposes of the study, as 228 survey forms were distributed to 250 pharmacies in Alexandria, whose monthly sales upper than 5,000 LE. The number of received and valid survey was 220-survey, and by using the Cronbach Alpha to ensure the validity and reliability of the study variables measure. By using simple regression & multiple regression methods to test the hypotheses of the study model. The study concluded that there is a positive relationship between Relationship Quality and Supply Chain performance during Coronavirus crisis. The elements which determine effect in Supply Chain performance referring to its importance are (Reputation – Communication – Satisfaction – Trust – Adaptation - Mutual Goals – Cooperate - Commitment - Reliability).

Key Words: (Relationship Quality – Supply Chain Performance – Coronavirus).

١. المقدمة :-

زادت في الأونة الأخيرة الإهتمام بإقامة العلاقات التعاونية بين الشركات البائعة والمشتريّة والمنافع التي يمكن إكتسابها من خلال هذه العلاقات ، والإبتعاد عن المفهوم القديم الخاص بـ " العلاقة العدائية بين البائع والمشتري " والتركيز علي مفهوم إدارة العلاقات طويلة الأجل لزيادة مساهمات الموردين في نجاح الشركة والتي تعرف " بالشراكات او التحالفات " ، وهي وسيلة للحماية من مخاطر السوق من خلال بناء جسور الثقة وتبادل المنفعة ووفاء كل طرف بالتزاماته نحو الآخر (Eric, 2015).

والجدير بالذكر أنه بالتزامن مع المتغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال وشدة المنافسة بين الشركات تسعى جميع الشركات لتحسين أدائها وتحقيق ميزاتها التنافسية من خلال إقامة علاقات طويلة الأمد مع الشركات الأخرى التي تحقق التكامل لها والتي تعمل علي زيادة درجة الولاء لها وحرصها علي الوفاء بكافة إلتزاماتها لها ومساندتها في أوقات إستداد الطلب وكذا قله المعروض من الأصناف وسرعة الإستجابة عند حدوث أي تغيرات (Walter,etal ,1999) ، ويمكن القول بأن أهداف أداء سلسلة الإمداد التي يصعب تحقيقها من خلال الشركات منفردة يمكن تحقيقها من خلال التكامل بين الشركات البائعة والمشتريه ، ولذلك أكتسب مفهوم الشراكات بين البائع والمشتري أهمية كبيرة في الأونة الأخيرة في الدراسات والأدبيات باعتبارها ضرورة للبقاء في المنافسة وتعزيز الأداء وإمكانية للإستفادة من فرص السوق أمام المنافسين (Khan etal, 2015) .

و يمر عالمنا بأزمة كبيرة تفرد متغيراتها علي العالم ويصعب التحكم فيها والسيطرة عليها وهي أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) والتي بدأت من الصين وأنتشرت في كافة دول العالم ومن المتوقع أن تفوق خطورة أي أزمة سابقة بما فيها الأزمة الإقتصادية العالمية لعام ٢٠٠٨/٢٠٠٩ ، فبخلاف الخسائر التي سببتها إلا أنها تسببت أيضاً في دخول العالم في مرحلة من الركود الإقتصادي وفقاً لما أعلنه صندوق النقد الدولي في أول أبريل ٢٠٢٠ ، بالإضافة إلي تأثيرها علي سلاسل الإمداد وفقاً لدراسة (Hoek,2020) التي ذكرت بأن ٨٦ % من سلاسل الإمداد تأثرت بفيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) وبالأخص في الفترة من أوائل مارس ٢٠٢٠ وحتى أواخر مارس ٢٠٢٠ ارتفعت هذه النسبة إلي ما يصل إلي حوالي ٩٠ % وفقاً لدراسة إستقصائية من قبل معهد تشارند للمشتريات والتوريد ، بالإضافة إلي مواجهة السلاسل الكبرى عمليات شراء ضخمة للذعر بسبب الجائحة الصحية ، وكذا التقرير الصادر من رئيس غرفة تجارة الإتحاد الأوروبي والذي

يذكر فيه بأن العالم سيشهد نقص في المضادات الحيوية بسبب أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) ، وأن الصيدليات ستشهد نقص في المضادات الحيوية والأدوية الأخرى اذا لم يتم حل مشاكل الإمدادات بعد إنتشار الفيروس (سمير ، ٢٠٢٠) .

وتهدف تلك الدراسة إلي الإضافة إلي الدراسات والأدبيات السابقة من خلال دراسة المحددات والنواتج لجودة العلاقات بين المورد والمشتري وتأثيرها علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا (كوفيد ١٩) ومنتخدة من قطاع الصناعات الدوائية في جمهورية مصر العربية دراسة حالة بإعتبارة أحدي القطاعات الحيوية التي تأثرت بالأزمة .

وفي ضوء ذلك يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي :-

ماهي المحددات والنواتج لجودة العلاقات بين المورد والمشتري وتأثيرها علي أداء سلسلة الإمداد في ظل إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) ؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية الآتية :-

١) ماهو واقع جودة العلاقة مابين المورد والمشتري في قطاع الصناعات الدوائية في جمهورية

مصر العربية في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد ؟

٢) ماهي المحددات الأكثر أهمية في جودة العلاقات بين المورد والمشتري التي تؤثر علي أداء

سلسلة الإمداد في ظل إنتشار فيروس كورونا المستجد ؟

٣) هل جودة العلاقات مابين المورد والمشتري تؤثر علي أداء سلاسل الأمداد في ظل أزمة

إنتشار فيروس كورونا المستجد ؟

٢. الإطار النظري والدراسات السابقة :-

٢.١. المحور الأول والمتمثل في التعريفات المفاهيمية والإجرائية الخاصة بالدراسة ، وذلك طبقاً

للآتي :-

التواصل : هو المشاركة الرسمية وغير الرسمية للمعلومات الهادفة في الوقت المناسب بين الشركات (Anderson and Narus, 1990) ، مستخدماً مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن أربع عبارات

تقيس بصفة أساسية ممارسات التواصل وهي ومدى توافر كافة وسائل التواصل لدي المورد المتمثلة في (البريد - البريد الإلكتروني - واتساب - تليفون - وغيرها لضمان سرعة الإتصال الشخصي

وسرعة الإستجابة خلال فترة أزمة فيروس كورونا المستجد ، وتبادل كاهه المعلومات المهمة بصفة

مستمرة والخاصة بالمنافع والمخاطر والمنتجات الجديدة التي تفيد العلاقة ، وتبادل جميع المعلومات بشكل رسمي وغير رسمي ، ومدى سرعة الحل والإستجابة للشكاوي .

الإلتزام : هو الإعتقاد بأن شريك العمل لديه علاقة مستمرة مع بعضة البعض وعلاقة مستمرة ، ومن المهم ضمان مستوي عالٍ ومحاولة الحفاظ علي التزامة بعلاقة دائمة للمساعدة المحدودة (Kwon, 2004) ، وتم إستخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن خمس عبارات تقيس بصفة أساسية ممارسات الإلتزام وهي مدى إلتزام المورد بتوصيل الطلبات الخاصة بالأدوية ومستحضرات التجميل في المواعيد المتفق عليها ، مدى إلتزامه بتنفيذ جميع الطلبات من الأدوية والمستحضرات مهما كان حجمها ، مدى إلتزامه بالحفاظ علي ذات المستويات العليا في مستوى أداء الخدمة والتحسين المستمر فيها ، مدى إلتزامه بوضع أهتماماتنا وحاجاتنا المتغيرة وفقاً لمتغيرات السوق في جوهر عمله ، وهل سيواجه المشتري مشكلات كبيرة في حالة تغير هذا المورد في المستقبل .

الثقة : هي إعتقاد الشركة بأن شركة اخري ستؤدي إجراءات من شأنها أن تؤدي إلي إجراءات إيجابية للشركة الأخرى ، فضلاً عن عدم إتخاذ إجراءات من شأنها أن تؤدي إلي نتائج سلبية للشركة (Anderson and narus, 1990) ، مستخدماً مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن أربع عبارات هي مدى إعتبار الثقة المتبادلة مع المورد هي أساس قوة العلاقة ونجاحها ، وضع المورد مصلحة المشتري العليا في سلم أولوياته ، مدى إمتياز المورد بمستويات مرتفعة من الصدق والنزاهة والإستقامة في تنفيذ كافة إلتزامته ، وضع المورد المشتري كشريك له في العمل ومدى الثقة في أنه سيضع مصلحته العليا في إعتباراته في المستقبل

التعاون : هي الأوضاع التي تعمل فيها المنشآت الإقتصادية معاً لتحقيق الأهداف المشتركة (Anderson and narus, 1990) ، مستخدماً مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن خمس عبارات تقيس بصفة أساسية ممارسات التعاون وهي مدى تعاون هذا المورد مع المشتري في توفير جميع الطلبات من الأدوية والمستحضرات التي يحتاجها ، بالإضافة إلي تقديم النصح والإرشاد حول الأدوية والمستحضرات والتغييرات الخاصة بالسوق وتأثيرها عليه وتقديم يد العون والمساعدة في التغلب عليها ، توفير كافة الكميات المطلوبة من الأدوية والمستحضرات وخاصة الأكثر مبيعاً ، تسهيل طرق السداد وفترات السماح الخاصة بالسداد الآجل ، التعاون في المرتجعات الخاصة بالأدوية والمستحضرات .

السمعة : تقييم العملاء العام المبني علي ردة فعلهم أتجاه السلع والخدمات وأنشطة الإتصالات والتفاعل مع الشركة أو ممثلها (Walsh and Beatty, 2007) ، مستخدماً مقياس ليكرت

الخماسي للإجابة عن ثلاث عبارات تقيس ممارسات السمعة وهي مدي إتسام المورد بالامانة والسمعة التجارية الطيبة ، هل المورد يولي الإهتمام بسمعته بإعتبارها هي رأس المال ، السمعة السائدة عن هذا المورد في السوق .

التكيف : هو قدرة المنشأة علي تكيف عملياتها التي تتيح للشركات تعديل ممارساتها التجارية حصرياً للطرف الآخر الذي يشترك معها في العلاقة (Heide and George, 1988) ، مستخدماً مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن ثلاث عبارات تقيس بصفة أساسية ممارسات التكيف وهي مواعيد العمل الخاصة بالمورد ، توافر الأدوية والمستحضرات التي تتكيف مع الإحتياجات الخاصة بالسوق والمعلومات المتبادلة بيننا ، المورد ينظم أعماله ومخازنه وفروع الإدارة الخاصه به بما يخدم المتطلبات الخاصة بالعلاقة مع المشتري .

الأهداف المشتركة : وفقاً ل(Wilson and Clemens ,1995) فإن الأهداف المشتركة تشير إلي درجة مشاركة الشركاء في الأهداف التي لايمكن تحقيقها إلا من خلال العمل المشترك والحفاظ علي العلاقة ، مستخدماً مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن عبارتين تقيس بصفة أساسية ممارسات الأهداف المشتركة وهي المورد يعتبر جوهر الأهداف المشتركة مع المشتري هي توفير إحتياجاته من الأدوية والمستحضرات ، وصياغته لرؤيته وأهدافه وفقاً للرؤية والأهداف الخاصة بالمشتري .

الرضا : حاله عاطفية إيجابية ناتجة عن تقييم جميع المجالات العمل المتعلقة بالعلاقة الناشئة بين طرفي العلاقة وبذلك فإن الرضا رد فعل عاطفي قد يتناقض مع العقلانية أو الواقعية لتقييم نتائج التجارب السابقة بالمقارنة بالنتائج المتوقعة (Anderson and Narus, 1990) ، مستخدماً مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن خمس عبارات هي مدي تأثير العلاقة بين المورد والمشتري علي تحقيق النجاح ، مدي الرضا علي المورد بالمقارنة بالمنافسين ، مدي الرضا عن الطلبات التي يوفرها المورد ، القدرة علي متابعة وحل المشاكل ، مدي الرغبة في الإستمرار في العلاقة في المستقبل .

الإعتمادية : هي حاجة المنشأة إلي المحافظة علي العلاقة التي تمكنها من تحقيق رغباتها وأهدافها (Silva etal, 2010) ، وتم إستخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن أربع عبارات هي مدي الإعتماد علي المورد في توفير كافة الإحتياجات الخاصة بالعملاء من الأدوية والمستحضرات بكافة الكميات وتوافرها بصفة مستمرة في مخازنه ، والإعتماد علي سياسات وشروط الدفع الخاصة به عند حساب التكاليف والأرباح الخاصة بالصيدلية ، وهل الإعتماد أمر يتعلق بحاجة وصعوبات سيواجهها

المشتري في التعامل مع موردين آخرين ، وهل إيقاف التعامل مع المورد يؤثر علي بقاء المشتري في السوق .

جودة الخدمة : عرف (Peng etal, 2011) الجودة بأنها المنتج أو الخدمة يجب أن يلبي رغبات المستهلك وأن يكون ملائماً للمستهلك ، وتم إستخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن طريق أربع عبارات تقيس بصفة أساسية جودة الخدمة في سلسلة الإمداد خلال فيروس كورونا المستجد وهي الإستمرار في تطبيق ذات معايير الأداء الخاصة بتوافر جميع الأدوية والمستحضرات التي تتوافق مع كافة الإحتياجات الخاصة بالعملاء ، توفير وتحسين كافة الوسائل التكنولوجية الخاصة بإستلام الطلبات من الموردين وتسليم الطلبات الخاصة بالعملاء بما يضمن جودة الخدمة ، الحفاظ علي ذات المعايير الخاصة بإستقبال الشكاوي من العملاء وإظهار الإهتمام بالإجابة عن كافة الإستفسارات وإظهار اللباقة في التعامل معهم ، القدرة علي الإجابة عن كافة الإستفسارات الخاصة بالعملاء حول الأدوية والمستحضرات الجديدة في السوق .

التكلفة : تعني مدي سعي السلسلة إلي تقديم منتجات تتصف بالكلفة المنخفضة او المنافع العالية بإعتبار أن القيمة تمثل المنافع مقسومة علي التكلفة (Phusavat & Kanchana, 2007;) (Ketchen etal ,2008) ، وتم إستخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن أربع عبارات تقيس بصفة أساسية التكلفة في سلسلة الإمداد خلال فيروس كورونا المستجد وهي الحفاظ علي ذات نسبة الخصم الممنوحة علي الأدوية والمستحضرات قبل الأزمة وتكون نسبة الخصم الممنوحة لنا علي الأدوية والمستحضرات مرتفعة بالمقارنة بالمنافسين ، الحفاظ علي ذات المدد الخاصة بالسماح بالسداد الآجل قبل الأزمة ، تخفيض حجم مخزون الأمان مما يساهم في تخفيض تكلفة المخزون ، مدي إستخدام وسائل مختلفة من الرقابة لضمان البقاء علي التكاليف منخفضة .

سرعة الإستجابة : هي قدرة المنظمة علي توفير طلب علي منتج في مهلة زمنية محددة للوصول ، (Persson and Olhager, 2002) ، وتم إستخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن ثلاث عبارات تقيس بصفة أساسية سرعة الإستجابة في سلسلة الإمداد خلال فيروس كورونا المستجد وهي القدرة علي توفير نسبة كبيرة من الأدوية والمستحضرات التي يحتاجها العميل عند طلبها ، القدرة علي توفير الأدوية والمستحضرات التي يحتاجها العميل والغير متوفرة في الصيدلية بسرعة كبيرة عند طلبها ، مدي المساعدة في توفير البنية اللوجستية والتكنولوجية التي تؤهل المشتري في التعامل مع العميل من خلال الصيدلية أو وسائل التواصل الإجتماعي أو المواقع الإلكترونية وتوصيل كافة إحتياجاته علي مدار ٢٤ ساعة .

المرونة : هي قدرة الشركة على التكيف مع التغيرات في بيئتها (Koh etal, 2007) ، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن أربع عبارات تقيس سرعة المرونة في سلسلة الإمداد من خلال القدرة علي تلبية الطلب الزائد من العملاء علي بعض أنواع الأدوية والمستحضرات ، والقدرة علي تطوير الخدمات وفتح فروع جديدة لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وإبرام تعاقدات جديدة ، والقدرة علي التوسع في القنوات التي يتم من خلالها إستقبال الطلبات من العميل سواء من خلال الصيدلية أو وسائل التواصل الإجتماعي أو المواقع الإلكترونية أو غيرها ، وتنوع وسائل الترويج .

٢.٢ . المحور الثاني يتمثل في الدراسات السابقة التي أعتمد عليها الباحث في الدراسة طبقاً لما

يلي :-

دراسة الزعبي (٢٠١٣) أثر جودة العلاقة وقوتها علي ولاء العملاء : دراسة تطبيقية علي تجارة الأدوات الكهربائية في الأردن : تمثلت الأبعاد المحددة لجودة العلاقة بين المورد والعملاء في (الرضا - الإلتزام - التعاون - الإتصالات - التكيف - السمعة - الثقة - الإعتماد - الإرتباط العاطفي) والمتغيرات التابعة هي قوة العلاقة والولاء ، وأعتمدت الدراسة علي إستبيان تم توزيعه علي ٣٤٣ تاجر تجزئة ، وتوصل الباحث إلي العوامل المؤثرة في جودة العلاقات هي (الرضاء- النزاهة - الثقة - التفاؤل بمستقبل العلاقة - الإرتباط العاطفي - الإلتصال المباشر) ، وأوصت الدراسة بإيلاء أهتمام في تعزيز الولاء وتوطيد قوة العلاقة بين المورد وتاجر التجزئة والتوسع في الدراسات المتخصصة في قطاعات أخري للتعرف علي واقع جودة العلاقة ومحدداتها وأثرها في قوة العلاقة والولاء فيها .

دراسة جديد وحجار (٢٠١٩) أثر جودة العلاقة في تعزيز قيمة الزبون : دراسة ميدانية لعينة من زبائن الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين : تمثلت الأبعاد المحددة لجودة العلاقة في (الثقة - الإلتزام - التفاعل المشترك - الرضا) والمتغير التابع هو تعزيز قيمة الزبون ، وأعتمدت الدراسة علي إستمارة إستبيان تم توزيعها علي عينة مكونة من ١٢٠ زبون تفوق مدة تعاملهم مع الشركة ثلاث سنوات ، وتوصلت الدراسة إلي وجود تأثير لابعاد التفاعل المشترك والثقة والإلتزام في تعزيز قيمة الزبون ، وكان بعد التفاعل المشترك والثقة في المقدمة ، وتوصلت الدراسة لعدم وجود تأثير لبعده الرضا في تعزيز قيمة الزبون ، وأوصت الدراسة بإعطاء إهتمام أكبر لرضا الزبون عن العلاقة والعمل علي كسبه .

دراسة العمري (٢٠١٦) علاقات سلسلة التوريد وجودتها وأثرها على أداء السلسلة : دراسة تطبيقية على الشركات الدوائية الاردنية : تمثلت الأبعاد الخاصة بجودة علاقة سلسلة التوريد في (الثقة - الإتصال الدائم - الإلتزام - التعاون) والمتغير التابع يمثل في أداء سلسلة التوريد بأبعادها (نوعية الأداء - والتوقيت المناسب للتوريد) ، وأعمدت الدراسة علي إستمارة إستبيان تم توزيعها علي (٧٨) مديراً ورؤساء أقسام لهذه الشركات ، وتوصلت الدراسة إلي نتائج أبرزها أن جودة العلاقات بين أطراف سلسلة التوريد لها تأثير إيجابي ومباشر على أدائها.

دراسة العناني (٢٠١٣) جودة علاقات اطراف سلسلة التوريد واثرها علي ادائها : تمثلت أبعاد علاقات أطراف سلسلة الإمداد في (الثقة ، والاتصال الدائم ، الإلتزام التنظيمي ، و التعاون المشترك) علي أداء سلسلة التوريد بأبعادها (تكلفة التوريد، و نوعية الأداء، و الاستمرار في خدمة العملاء، و التوقيت المناسب للتوريد) ، من خلال لدراسة علي (١٦) شركة وشملت عينة الدراسة (٧٨) مدير ورئيس قسم في الشركات محل الدراسة ، وتوصلت إلى أن التعاون بين أطراف سلسلة التوريد على درجة عالية، وأن الشركات تتعاون مع أطراف سلسلة التوريد لتحقيق درجة عالية من الجودة في الأداء وتصميم العمليات وتصميم المنتج وفي وضع جداول العمل ، مما يؤثر بشكل إيجابي على أدائها .

Khan, etal (2015) The effect of buyer-supplier partnership and information integration on supply chain performance: An experience from Chinese manufacturing industry : وتهدف هذه الدراسة إلي البحث في تأثير شراكة المورد للمشتري وتكامل المعلومات على أداء سلسلة التوريد ، من خلال بيانات تم جمعها من ٢١٨ شركة صناعية صينية ، وتوصلت الدراسة إلي أن شراكة المورد والمشتري وتكامل المعلومات لها تأثير على أداء سلسلة الإمداد ، والثقة والعلاقات طويلة الأمد لها دور محوري في الحفاظ علي مستوي من الأداء علي المدى البعيد

Loice, Korir (2015) EFFECT OF BUYER-SUPPLIER RELATIONSHIPS ON PROCUREMENT PERFORMANCE: EVIDENCE FROM KENYAN SUPERMARKET : تمثلت ابعاد جودة العلاقة بين المورد والمشتري في (الثقة - التواصل - الإلتزام - التعاون) والمتغير التابع هو أداء المشتريات ، من خلال دراسة تم إجرائها علي ١١٢ مدير مشتريات من ٣٤ سوبر ماركت في مقاطعة نيروبي ، وقد أظهرت النتائج أن للإلتزام والتواصل والتعاون والثقة تأثير إيجابي على أداء المشتريات ، والمستويات العليا من الإلتزام والثقة والتواصل

والتعاون تعزز الميزة التنافسية المستدامة مما يحسن أداء المشتريات ، وقد أوصت الدراسة بأن هناك حاجة للشركات لإقامة شراكة طويلة الأمد مع الموردين الرئيسيين.

Eric, O.D (2015) PERCEIVED BUYER-SUPPLIER RELATIONSHIPS AND PERFORMANCE AMONG LARGE SCALE RETAIL OUTLETS IN KISUMU,

KENYA : تمثلت أبعاد جودة العلاقة بين البائع والمورد في (الثقة -الالتزام - الرضا - الإتصال - الإعتماد - الأهداف المشتركة) والمتغير التابع هو الأداء المنظمي ، وأعدمت الدراسة علي إستمارة بحث تم تصميمها لعدد ١١ منفذ بيع بالتجزئة ، توصلت الدراسة إلي أن معظم منافذ البيع بالتجزئة واسعة النطاق في كيسومو قد تبنت مفهوم العلاقات بين المشتري والمورد وقد أدرجوا معظم متغيرات العلاقة بين المشتري والمورد في عملياتهم وهذا قد ساهم في تحسين أداء المنظمات إلى حد كبير .

Mutio. V, (2015) Buyer – Suppler Relationships and organizational

Performance of Pharmaceutical Manufacturing Firms in KENYA

تمثلت الأبعاد الخاصة بجودة العلاقات بين البائع والمورد في (الثقة - التواصل - التعاون - الإلتزام - الأهداف المتبادلة) والمتغير التابع وهو أداء المنظمة ، بالإعتماد علي دراسة تم إجرائها علي عدد ٣٠ شركة تصنيع أدوية في كينيا وتوصلت الدراسة إلي أن قوة العلاقات بين البائع والمشتري تتمثل في (الثقة - التواصل التعاون - الإلتزام -الأهداف المتبادلة) .

Hsiao, etal (2006)The Impact of Buyer-Supplier relationship and purchasing process on the supply chain performance : a conceptual

framework : تهدف الدراسة إلي دراسة تأثير العلاقات بين المورد والمشتري بإبعادها (الثقة - التواصل - العلاقات طويلة الأمد - التعاون - الإعتمادية) وعمليات الشراء علي أداء سلسلة الإمداد ، من خلال التطبيق علي سلاسل التجزئة في تايوان من عينة تتكون من ٢٥٠ تاجر تجزئة لسلع الرياضية الصغيرة والمتوسطة في تايوان ، وتوصلت الدراسة أن العلاقات بين المورد والمشتري وعمليات الشراء لها تأثير إيجابي علي أداء سلاسل الإمداد.

Pafanelo. N, (2017) Supply chain partnership, collaboration, integration and relationship commitment as predictors of supply

chain performance in South African SMEs. تهدف الدراسة إلي قياس تأثير

الشراكة والتعاون والإلتزام والتكامل لعناصر سلسلة الإمداد علي أداء سلسلة الإمداد ، بالتطبيق علي عدد ٤٥٠ من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جنوب أفريقيا ، وتوصلت الدراسة إلي أن الشراكة

بين عناصر سلسلة الإمداد لها التأثير الأكثر أهمية علي أداء سلسلة الإمداد بالمقارنة بالعناصر الأخرى.

Alhuwaiat M.A and Salem F. SH (2017) The Impact of pharmaceutical services quality on building a strong relationship between

pharmacists and their customers : تمثلت الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة (الملموسية - الثقة - الإستجابة - المعرفة والخبرة) علي العلاقة مع العملاء بأبعادها (القيمة المضافة - الرضا - الولاء - خدمات العملاء) ، وإعتمد في جمع البيانات علي إستمارة تم توزيعها علي عدد ١١٠ صيدلي يعملون في الصيدليات العامة ، وتوصلت الدراسة إلي وجود تأثير لجودة الخدمات الصيدلانية في بناء علاقة قوية بين الصيدلة وعملائهم والقيمة المتصورة للعملاء ورضائهم وولائهم ، ولايوجد تأثير لجودة الخدمات علي إدارة علاقات العملاء .

٣. منهجية الدراسة :-

أستخدم الباحث في هذه الدراسة المدخل الوصفي الذي يعتمد علي وصف الظاهرة الإنسانية وصفاً دقيقاً ووصف متغيرات الدراسة المتمثلة في محددات جودة الخدمة بين البائع والمشتري وأداء سلسلة الإمداد ، وكذا المنهج التحليلي الذي يعتمد علي تحليل البيانات المجمعة بواسطة الباحث عن طريق أداة الدراسة وتحليلها وتفسيرها للوصول للإستنتاجات.

٣.١. فرضيات الدراسة :-

الفرضية العامة للدراسة **HO1** : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للأبعاد المحددة لجودة العلاقات بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل الأزمات وسيقوم الباحث بدراسة الفرضية العامة الخاصة بالدراسة عن طريق إستخدام مجموعة من الفرضيات فيما يلي بيانهم :-

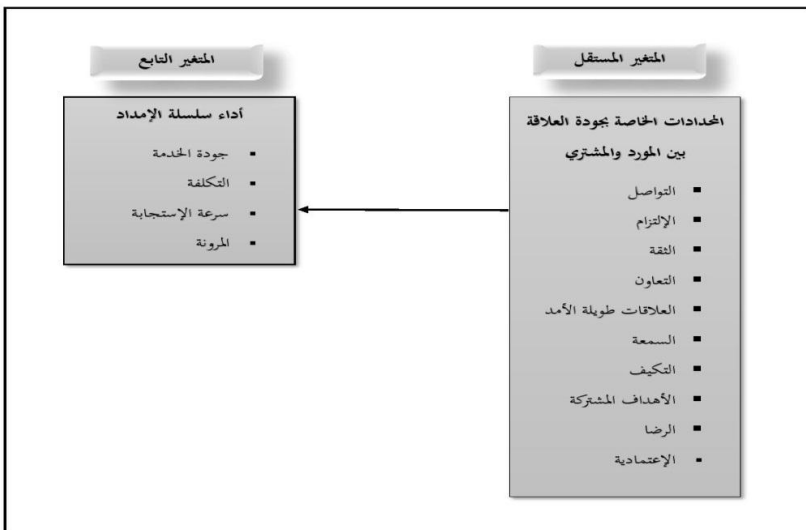
- HO1.1 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للتواصل بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) .
- HO1.2 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للإلتزام بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- HO1.3 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للثقة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).

- HO1.4 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للتعاون بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- HO1.5 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للسمعة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- HO1.6 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للتكيف بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- HO1.7 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للأهداف المشتركة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- HO1.8 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للرضا بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- HO1.9 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوي معنوي ($a \leq 0.05$) للأعتيادية بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩).
- HO1.10 : عناصر جودة العلاقة بين المورد والمشتري لا تفسر التباين في أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) .

٣.٢ . شكل يوضح متغيرات الدراسة :-

يمكن أن يتم إستخدام الشكل رقم (١/١) كإطار عام للدراسة الخاصة بالباحث :-

(شكل رقم (١/١) نموذج وصفي لمتغيرات الدراسة)



٣.٣. مجتمع وعينة الدراسة :-

مجتمع الدراسة : تعتبر هذه الدراسة (Business to Business) B2B ويتألف مجتمع الدراسة من جميع الصيدليات الموجودة بنطاق جمهورية مصر العربية سواء كانت سلاسل صيدليات كبرى أو صيدليات أفراد أو غيرها من أشكال الصيدليات

عينة الدراسة : نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة وصعوبة الوصول إلي جميع مفرداته لجهود الوقت والتكلفة فقد تقرر الإعتماد علي أسلوب العينة العمدية Purposive Sample للصيدليات الموجودة بنطاق محافظة الإسكندرية والبالغ حجم مبيعاتها الشهرية فوق ٥,٠٠٠ جم ، فأولاً لتقرير نقابة صيادلة الإسكندرية في عام ٢٠٢١ فإن عدد الصيدليات الموجودة بنطاق محافظة الإسكندرية والتي يزيد حجم مبيعاتها الشهرية عن ٥,٠٠٠ جم هي ٥٠٠ صيدلية موزعة علي جميع أنحاء المحافظة .

مفردة الدراسة : بلغ حجم مفردة الدراسة وفقاً للموقع الإحصائي (Surveysystem.com) لحساب حجم العينات هي ٢٢٠ مفردة ، وقد قام الباحث بتوزيع ٢٥٠ إستمارة إستبيان للوصول إلي حجم العينة المطلوبة ، وبلغت نسبة الإستجابة ٨٨ % بعدد ٢٢٠ إستمارة بعد إستبعاد الإستمارات الغير مكتملة وغير صحيحة ، وتمثلت وحدة المعاينة أي المفردة التي سوف يتم توجيه الإستقصاء لها هي السادة / المديرين والقائمين علي أعمال الشراء بالصيدليات.

٣.٤. طرق جمع البيانات :-

٣.٤.١. البيانات الثانوية الخاصة بالدراسة :-

أعتمد الباحث في جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالجانب النظري للدراسة بالإعتماد علي المصادر الثانوية من الكتب والدراسات السابقة والمقالات العلمية والرسائل الجامعية والدوريات المتخصصة والنشرات المتعلقة بدراسة العلاقات بين المورد والمشتري وكذا أداء سلاسل الإمداد ، وذلك لتحديد الأطار النظري للدراسة والتعرف علي الكيفية التي تتفاعل فيها المتغيرات مع بعضها البعض من جانب وللتعرف علي الأساس النظري الذي يستند إليه هذا التفاعل .

٣.٤.٢. البيانات الأولية الخاصة بالدراسة (قائمة الإستقصاء) :-

أستخدم الباحث قائمة الإستقصاء لجمع البيانات الأولية من خلال توجيهها للسادة / المديرين والقائمين علي أعمال الشراء بالصيدليات محل الدراسة مكونة من ٧٣ عبارة وفقاً لنظام ليكرت الخماسي بناءً علي الدراسات السابقة .

وقد قام الباحث بإختبار صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة من خلال إخضاع القائمة إلي المراجعة الدقيقة من قبل السادة الخبراء في المجال من المديرين والقائمين علي أعمال الشراء في

الصيدليات والبالغ عددهم (١٠) ومجموعة من المحكمين السادة / الأستاذة الحاملين لشهادة الدكتوراة وذلك بغرض التأكد من قدرة المقياس علي قياس مايفترض قياسه والتأكد من مدي سهولة السؤال وقدرة المستقصي علي إستيعابه وذلك بإستخدام العبارات الدارجة في هذا المجال ، وبعد العرض علي المختصين والمحكمين لإستمارة الإستقصاء الخاصة بالدراسة تم تعديل الإستمارة طبقاً لتوصياتهم لتتضمن ٥٠ عبارة بدلاً من ٧٣ عبارة .

وقد قام الباحث بإستخدام تحليل كورنباخ ألفا للتأكد من مدي تحرر المقياس الخاضع للإختبار من خطأ المقياس العشوائي ، لإجمالي حجم العينة الخاصة بالدراسة والبالغ عددها ٢٢٠ مفردة وكانت النتائج طبقاً لما يلي :-

(جدول رقم (١/١) درجة الإتساق الداخلي Internal Consistency للدراسة)

م	المتغيرات	عدد العبارات	معامل الثبات (Alpha)
١	التواصل	٤	٠.٩٢٧
٢	الإلتزام	٥	٠.٩٣٢
٣	الثقة	٤	٠.٩٢٤
٤	التعاون	٥	٠.٩٢٤
٥	السمعة	٣	٠.٩٣٣
٦	التكيف	٣	٠.٩٢٦
٧	الإهداف المشتركة	٢	٠.٩٢٧
٨	الرضا	٥	٠.٩٢٤
٩	الإعتمادية	٤	٠.٩٣٠
المتغيرات المستقلة			٠.٩٢١
١	جودة الخدمة	٤	٠.٩٢٣
٢	التكلفة	٤	٠.٩٢٦
٣	سرعة الإستجابة	٣	٠.٩٢٣
٤	المرونة	٤	٠.٩٢٧
المتغيرات التابعة			٠.٩٢١
الإستمارة ككل			٠.٩٣٠

وينضح من الجدول رقم (١/١) أن قيمة معامل ألفا كورنباخ كلها أكبر من ٠.٦ وهو الحد الأدنى المقبول حيث تراوحت قيمة ألفا كورنباخ مابين (٠.٩٢٣) و (٠.٩٣٣) حيث أظهرت نتائج التحليل الإعتمادية أن معامل الثبات ألفا كورنباخ لمحددات جودة العلاقات بين المورد والمشتري ككل كانت مرتفعة حيث بلغت (٠.٩٢١) ، وكذلك معامل الثبات ألفا كورنباخ لمقياس أداء سلسلة الإمداد ككل

كانت مرتفعة حيث بلغت (٠.٩٢١) وكذلك معامل الثبات ألفا كورنياخ لإداة الدراسة ككل مرتفعة حيث بلغت (٠.٩٣٠) ، وهذه القيم مقبولة بالشكل الذي يعكس توافر الإعتمادية والثقة بمتغيرات الدراسة .

٤. تحليل النتائج :-

٤.١. توصيف العينة :-

الجدول التالي يوضح التوزيعات التكرارية الخاصة بالعوامل الديمغرافية الخاصة بالدراسة والنسب المئوية الخاصة بالعناصر :-

(جدول رقم ٢/١ يوضح التوزيع الديمغرافي للعينة محل الدراسة)

العوامل الديمغرافية		
مدة ممارسة النشاط بالسوق		
العنصر	النسبة المئوية	معامل التكرار
سنة واحدة	١٠.٠٠ %	٢٢
من ٢ إلى ٥ سنوات	٢٠.٠٠ %	٤٤
من ٦ إلى ١٠ سنوات	٢٩.٥٠ %	٦٥
أكثر من ١٠ سنوات	٤٠.٥٠ %	٨٩
عدد الموردين الذي تعتمد عليهم الصيدلية		
العنصر	النسبة المئوية	معامل التكرار
مورد واحد	٢.٧٠ %	٦
من ٢ إلى ٥ موردين	٣٥.٠٠ %	٧٧
٥ موردين فأكثر	٦٢.٣٠ %	١٣٧
عدد فروع الصيدلية		
العنصر	النسبة المئوية	معامل التكرار
فرع وحيد	٥٠.٠٠ %	١١٠
من ٢ إلى ٥ فروع	٣٥.٥٠ %	٧٨
٥ فروع فأكثر	١٤.٥٠ %	٣٢

طبقاً لعامل مدة ممارسة النشاط بالسوق : أنقسمت عينة البحث الى ٢٢ صيدلية مدة ممارستها للنشاط سنة بنسبة ١٠ % و ٤٤ صيدلية مدة ممارستها للنشاط من ٢ إلى ٥ سنوات بنسبة ٢٠ % و ٦٥ صيدلية مدة ممارستها للنشاط من ٦ إلى ١٠ سنوات بنسبة ٢٩.٥٠ % وعدد ٨٩ صيدلية مدة ممارستها للنشاط أكثر من ١٠ سنوات بنسبة ٤٠.٥٠ % ، مما يوضح ان أغلب العينة من الصيدليات التي يزيد مدة ممارستها للنشاط في السوق أكثر من ١٠ سنوات .

طبقاً لعامل عدد الموردين التي تعتمد عليهم الصيدلية : أنقسمت عينة البحث إلي عدد ٦ صيدليات تعتمد علي مورد واحد بنسبة ٢.٧٠ % وعدد ٧٧ صيدلية تعتمد علي ٢ إلي ٥ موردين بنسبة ٣٥ % وعدد ١٣٧ صيدلية تعتمد علي أكثر من ٥ موردين بنسبة ٦٢.٣٠ % ، مما يوضح أغلب عينة البحث من الصيدليات التي تعتمد علي أكثر من ٥ موردين في توفير إحتياجاتها من الأدوية ومستحضرات التجميل وأدوات العناية الشخصية .

طبقاً لعامل عدد فروع الصيدلية بالسوق : أنقسمت عينة البحث إلي عدد ١١٠ صيدلية لديها فرع وحيد بنسبة ٥٠ % وعدد ٧٨ صيدلية لديهم من ٢ إلي ٥ فروع بنسبة ٣٥.٥٠ % وعدد ٣٢ صيدلية لديهم أكثر من ٥ فروع بنسبة ١٤.٥٠ % ، مما يوضح أن أغلب عينة البحث من الصيدليات التي لديها فرع وحيد .

٤.٢ . توصيف متغيرات الدراسة -

الجدول التالي يوضح حساب مقاييس النزعة المركزية مثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وذلك لوصف آراء عينة الدراسة حول المحاور الرئيسية للدراسة طبقاً لإجابات عينة الدراسة :-

(جدول رقم ٣/١ يوضح قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب المحاور من حيث

الأهمية لمتغيرات الدراسة)

م	المحاور	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوي حسب المتوسط	الترتيب طبقاً للأهمية
المتغير المستقل : جودة العلاقة بين المورد والمشتري					
١	التواصل	4.0636	.78072	مرتفع	٢
٢	الإلتزام	3.6991	.66195	مرتفع	٨
٣	الثقة	3.9045	.66422	مرتفع	٤
٤	التعاون	3.7409	.69332	مرتفع	٧
٥	السمعة	4.2333	.88169	مرتفع	١
٦	التكيف	3.8970	.64461	مرتفع	٥
٧	الأهداف المشتركة	3.8364	.67272	مرتفع	٦
٨	الرضا	3.9345	.58543	مرتفع	٣
٩	الإعتمادية	3.5898	.63314	متوسط	٩
المتغير التابع : أداء سلسلة الإمداد					
١	جودة الخدمة	3.8057	.63974	مرتفع	١
٢	التكلفة	3.5159	.72840	متوسط	٤
٣	سرعة الإستجابة	3.8106	.71157	مرتفع	٢
٤	المرونة	3.6239	.76879	متوسط	٣

أولاً بالنسبة للمتغيرات المستقلة : يتضح من الجدول السابق ان محدد السمعة جاء في المرتبة الأولى بالنسبة للمحددات ذات النسب المرتفعة في المتغير المستقل الخاص بمحددات ونواتج جودة العلاقات بين المورد والمشتري بقيمة وسط حسابي ٤.٢٣٣٣ ومعامل إنحراف معياري قدرها ٠.٨٨١٦٩ ، وأقل المحددات أهمية جاء محدد الإعتمادية في المرتبة الأخيرة بقيمة متوسط حسابي قدرها ٣.٥٨٩٨ ومعامل إنحراف معياري قدرة ٠.٦٣٣١٤ ، كما يتضح من الجدول السابق أن جميع المحددات الخاصة بالمتغير المستقل ذات أهمية مرتفعة بإستثناء محدد وحيد وهو الإعتمادية ذات أهمية متوسطة .

ثانياً بالنسبة للمتغيرات التابعة : يتضح من الجدول السابق أن محدد جودة الخدمة جاء في المرتبة الأولى للمحددات ذات النسب المرتفعة في المتغير التابع الخاص بأداء سلسلة الإمداد بقيمة وسط حسابي ٣.٨٠٥٧ ومعامل إنحراف معياري قدره 63974. ، وأقل المحددات أهمية جاء محدد التكلفة في المرتبة الأخيرة بقيمة متوسط حسابي قدره ٣.٥١٥٩ ومعامل إنحراف معياري قدرة 72840. ، كما يتضح من الجدول السابق أن المحددات الخاصة بالمتغير المستقل أنقسمت إلي قسمين عدد ٢ محدد ذات أهمية مرتفعة وهم (جودة الخدمة - سرعة الإستجابة) وعدد ٢ محدد ذات أهمية متوسطة (المرونة - التكلفة).

٤.٣. إختبار الفروض الخاصة بالدراسة :-

٤.٣.١. توصل الباحث إلى النتائج التالية عن طريق إستخدام تحليل الإنحدار الخطي البسيط بواسطة برنامج SPSS لإختبار الفرضيات الخاصة بالمتغيرات الفرعية الخاصة بالدراسة :-

(جدول رقم ٤/١ يوضح نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط للمتغيرات الفرعية الخاصة

بالدراسة)

المحور	R الارتباط	Adjusted R2	مستوي الدلالة Sig
التواصل	٠.٥٣٩	٠.٢٨٧	٠.٠٠٠
الإلتزام	٠.٣١٩	٠.٠٩٧	٠.٠٠٠
الثقة	٠.٦٢٤	٠.٣٨٦	٠.٠٠٠
التعاون	٠.٥٩٧	٠.٣٥٣	٠.٠٠٠
السمعة	٠.٤١٤	٠.١٦٨	٠.٠٠٠
التكيف	٠.٥٢١	٠.٢٦٨	٠.٠٠٠
الأهداف المشتركة	٠.٤٩٦	٠.٢٤٢	٠.٠٠٠
الرضا	٠.٦٥٧	٠.٤٣٠	٠.٠٠٠
الإعتمادية	٠.٤٨٣	٠.٢٣٠	٠.٠٠٠

بالنسبة لعنصر التواصل : يتضح أن قيمة معامل الارتباط (٠.٥٣٩) وهو مايفسر وجود علاقة متوسطة بين متغير التواصل وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة معامل التحديد المصحح هي (٠.٢٨٧) مايفسر أن عنصر التواصل يفسر ٢٨ % من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، ويتضح من إختبار تحليل التباين (ANOVA) والذي يختبر مدي ملائمة ومناسبة المتغير المستقل (التواصل) لدراسة التغير الحادث في المتغير التابع (أداء سلسلة الإمداد) أن قيمة Sig : 0.000 وهو أقل من ٠.٠٥ وهو مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = $E + ٠.٤٠٨ + ٢.٠٣٢$) .

وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة H1 بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتواصل بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر الإلتزام : يتضح أن قيمة معامل الارتباط هي (٠.٣١٩) وهو مايفسر وجود علاقة ضعيفة بين متغير الإلتزام وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة معامل التحديد المصحح هي (٠.٠٩٧) مايفسر أن عنصر الإلتزام يفسر ١٠ % من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي Sig : 0.000 أقل من ٠.٠٥ مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = $E + ٠.٢٨٤ + ٢.٦٣٧$) .

وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة H1 بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإلتزام بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر الثقة : يتضح أن قيمة معامل الارتباط هي (٠.٦٢٤) مايفسر وجود علاقة متوسطة بين متغير الثقة وأداء سلاسل الإمداد ، وأن قيمة معامل التحديد المصحح هي (٠.٣٨٦) مايفسر أن عنصر الثقة يفسر ٣٨ % من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي Sig : 0.000 أقل من ٠.٠٥ مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = $E + ٠.٥٥٥ + ١.٥٢٢$) .

وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة H1 بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للثقة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر التعاون : يتضح أن قيمة معامل الارتباط هي (٠.٥٩٧) مايفسر وجود علاقة متوسطة بين متغير التعاون وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة معامل التحديد المصحح هي (٠.٣٥٣) مايفسر أن عنصر التعاون يفسر ٣٥ % من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي Sig : 0.000 أقل من ٠.٠٥ مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = ١.٧٨٦ + ٠.٥٠٩ * E) .

وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة H1 بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعاون بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر السمعة : يتضح أن قيمة معامل الارتباط هي (٠.٤١٤) وهو مايفسر وجود علاقة ضعيفة بين متغير السمعة وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة معامل التحديد المصحح هي (٠.١٦٨) مايفسر أن عنصر السمعة يفسر ١٧ % من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي Sig : 0.000 أقل من ٠.٠٥ مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = ٢.٥١٤ + ٠.٢٧٨ * E) .

وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة H1 بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للسمعة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر التكيف : يتضح أن قيمة معامل الارتباط هي (٠.٥٢١) مايفسر وجود علاقة متوسطة بين متغير التكيف وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة معامل التحديد المصحح هي (٠.٢٦٨) مايفسر أن عنصر التكيف يفسر ٢٧ % من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي Sig : 0.000 أقل من ٠.٠٥ مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = ١.٨٢٩ + ٠.٤٧٧ * E) .

وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة H1 بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتكيف بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر الأهداف المشتركة : يتضح أن قيمة معامل الارتباط هو (٠.٤٩٦) مايفسر وجود علاقة متوسطة بين متغير الأهداف المشتركة وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة التحديد المصحح هي (٠.٢٤٢) مايفسر أن عنصر الأهداف المشتركة يفسر ٢٤ % من التغير الحادث في أداء سلسلة

الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي $Sig : 0.000$ أقل من 0.05 مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = $1.829 + 0.477 \cdot E$) .
وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة $H1$ بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأهداف المشتركة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر الرضا : يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط هي (0.657) مايفسر وجود علاقة متوسطة أقرب إلي القوية بين متغير الرضا وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة معامل التحديد المصحح هي (0.430) مايفسر أن عنصر الرضا يفسر 43% من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي $Sig : 0.000$ أقل من 0.05 مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = $1.078 + 0.644 \cdot E$) .
وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة $H1$ بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للرضا المشتركة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

بالنسبة لعنصر الإعتمادية : ويتضح من الجدول السابق بأن قيمة معامل الارتباط هي (0.483) وهو مايفسر وجود علاقة متوسطة بين متغير الإعتمادية وأداء سلاسل الإمداد ، وقيمة معامل التحديد المصحح هي (0.230) مايفسر أن عنصر الإعتمادية يفسر 23% من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي $Sig : 0.000$ أقل من 0.05 مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار (أداء سلسلة الإمداد = $2.070 + 0.451 \cdot E$) .
وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة $H1$ بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعتمادية المشتركة بين المورد والمشتري علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد .

٤.٣.٢. توصل الباحث إلى النتائج التالية عن طريق إستخدام تحليل الإنحدار الخطي المتعدد

بواسطة برنامج SPSS لإختبار الفرضية الفرعية رقم HO1.10 :-

(جدول رقم ٥/١ يوضح نتائج تحليل الإنحدار لجودة العلاقات بين المورد والمشتري في

أداء سلسلة الإمداد)

المحور	R الإرتباط	Adjusted R2	مستوي الدلالة Sig
محددات ونواتج جودة العلاقات بين المورد والمشتري	٠.٧٦٤	٠.٥٦٧	٠.٠٠٠

ويتضح من الجدول السابق بأن قيمة معامل الإرتباط هي (٠.٧٦٤) وهو مايفسر وجود علاقة قوية بين المتغيرات المستقلة مجتمعة (جودة العلاقات بين المورد والمشتري) وأداء سلاسل الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد ، ويتضح من قيم معامل التحديد المصحح والذي قيمته (٠.٥٦٧) أن المتغيرات المستقلة مجتمعة تفسر ٥٦ % من التغير الحادث في أداء سلسلة الإمداد ، وقيمة إختبار تحليل التباين هي Sig : 0.000 أقل من ٠.٠٥ مايدل علي معنوية العلاقة ، ويمكن صياغة معادلة الإنحدار طبقاً للآتي : (أداء سلسلة الإمداد = $E + 0.156 + 0.141 + 0.126 + 0.205 + 0.221$).

وبناءً علي ماسبق فإن الباحث يرفض الفرضية العدمية ويقبل الفرضية البديلة بأن عناصر جودة العلاقة بين المورد والمشتري تفسر التباين في أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة إنتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) .

وقد أنفقت نتائج الدراسة الخاصة بالباحث مع الدراسات السابقة التي تناولت ذات المتغيرات مثل (الزعيبي ، ٢٠١٣) و (جديد وحجار ، ٢٠١٩) و (العمرى ، ٢٠١٦) و (العاني ، ٢٠١٣) و (Loice, Korir , 2015) و (Eric,2015) و (Mutio. V, 2015) و (Hsiao, etal, 2016) و (Khan, etal, 2015) و (Pafanelo. N, 2017) و في أن الأبعاد المحددة لجودة العلاقات بين المورد والمشتري المتمثلة في (التواصل - الإلتزام - الثقة - التعاون - السمعة - التكيف - الأهداف المشتركة - الرضا - الإعتمادية) تؤثر علي أداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) .

٥. مناقشة نتائج الدراسة :-

توصل الباحث إلي وجود علاقة طردية بين المحددات الخاصة بجودة العلاقات بين المورد والمشتري والمتمثلة في (التواصل - الإلتزام - الثقة - التعاون - السمعة - التكيف - الأهداف

المشتركة - الرضا - الإعتمادية) وأداء سلسلة الإمداد في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد وتفسر نحو ٥٦ % من حجم التغير الذي يحدث من أداء سلسلة الإمداد .

وتوصل الباحث الي أهم المحددات المعيرة عن جودة العلاقة بين المورد والمشتري كالآتي :-

المرتبة الأولى : محدد السمعة

أبرزت النتائج أن الموردين قد أهتمو بتعزيز سمعة الأمانة والسمعة التجارية خلال فترة أزمة فيروس كورونا المستجد والذي عزز بدوره من جودة العلاقة بين المورد والمشتري ، وأوصي الباحث بتعزيز الإهتمام بنشر مفهوم الحرص علي مصالح العملاء لتعزيز دور السمعة في التأثير علي أداء سلسلة الإمداد للصيديات خلال أزمة فيروس كورونا المستجد .

المرتبة الثانية : محدد التواصل

أبرزت النتائج أن إهتمام الموردين الأكبر بتوفير كافة وسائل التواصل المتمثلة في (البريد - البريد الإلكتروني - واتساب - تليفون - غيرها) وهو ما يضمن سرعة التواصل الشخصي المباشر عزز من دور جودة العلاقة ، وأوصي الباحث الموردين بإيلاء إهتمام أكبر بالإجابة علي كافة الشكاوي والإستفسارات الخاصة بالصيديات خلال فترات الأزمات .

المرتبة الثالثة : محدد الرضا

أبرزت النتائج أن الموردين قامو بتعزيز مفهوم الرضا عن العلاقة مع الصيدلية لتحقيق الرغبة في الإستمرار في المستقبل ، وأظهرت النتائج وجود بعض التذمر من الطلبات التي يتم التعاقد عليها مع المورد وعدم القدرة علي متابعة وحل الشكاوي .

المرتبة الرابعة : محدد الثقة

أبرزت النتائج أن أساس قوة العلاقة هو بناء جسور الثقة بين المورد والصيدلية وهو الذي يؤدي بدوره إلي نجاح العلاقة وإستمرارها ، ويجب تعزيز الإهتمام بمصالح العملاء لضمان قوة العلاقة وإستمرارها خلال فترة الأزمة وتحسن أداء سلسلة الإمداد

المرتبة الخامسة : محدد التكيف

أبرزت النتائج أن تنظيم مواعيد العمل الخاصة بالموردين مع الصيديات كانت العنصر الأكثر تأثيراً علي أداء سلسلة الإمداد خلال فترة أزمة فيروس كورونا ، ويجب تعزيز الإهتمام الأكبر بتنظيم وإختيار أماكن الإدارة والمخازن الخاصة بالموردين بأماكن قريبة من الصيديات التي يتم التعامل معها .

المرتبة السادسة : محدد الأهداف المشتركة

أبرزت النتائج أن جوهر الأهداف المشتركة بين المورد والصيدلية هو توفير الإحتياجات من الأدوية والمستحضرات خلال أزمة فيروس كورونا المستجد والتي بدورها تعمل علي تحسن أداء سلسلة الإمداد.

المرتبة السابعة : محدد التعاون

أبرزت النتائج أن تعاون المورد مع الصيدليات في توفير إحتياجاتها من الأدوية والمستحضرات المطلوبة خلال أزمة فيروس كورونا هو أساس تحسن أداء سلسلة الإمداد ، بالإضافة إلي وجود ضعف في المعلومات الواردة من الموردين للصيدليات حول الأدوية الجديدة الخاصة بعلاج فيروس كورونا .

المرتبة الثامنة : محدد الإلتزام

أبرزت النتائج أن توصيل الطلبات الخاصة بالأدوية والمستحضرات في مواعيدها أهم عنصر من عناصر الإلتزام التي أثرت علي أداء سلسلة الإمداد خلال أزمة فيروس كورونا المستجد ، بالإضافة إلي إحتماية الصيدليات تغيير الموردين الذي يتم التعامل معهم في حالة عدم الإلتزام بالطلبات ومواعيدها وإندثار المفهوم الخاص بأن الصيدليات ستواجه مشكلات في حالة تغير المورد في المستقبل .

المرتبة الأخيرة : محدد الإعتمادية

أبرزت النتائج أن أهم العناصر المحددة للإعتمادية هو إعتماد الصيدليات علي سياسات وشروط الدفع الخاصة بالموردين في حساب التكاليف والأرباح الخاصة بالصيدلية ، بالإضافة إلي إندثار مفهوم أن بقاء الصيدليات في السوق أمر يتعلق بالتعامل مع هذا المورد وأن النجاح والإنتشار ليس عنصر مرتبط بهذا المورد .

وطبقاً لنتائج الدراسة فإن أهم المحددات المعبرة عن أداء سلسله الإمداد هي كالاتي :-

المرتبة الأولى : سرعة الإستجابة

أبرزت النتائج أن الموردين الذين تم التعامل معهم خلال أزمة فيروس كورونا المستجد لديهم القدرة علي توفير نسبة كبيرة من الأدوية والمستحضرات المطلوبة خلال أزمة فيروس كورونا ، ولكن لم يستطيعو توفير الوسائل التي تؤهل الصيدلية علي تنفيذ بنية لوجوستية تكنولوجيا تؤهل الصيدليات في إستقبال الطلبات من العميل وتلبية إحتياجاته علي مدار ٢٤ ساعة .

المرتبة الثانية : جودة الخدمة

أبرزت النتائج ان جودة الخدمة تعزي إلي قدرة الصيدلية علي الحفاظ علي المعايير الخاصة بإستقبال الشكاوي من العملاء وإظهار اللباقة في التعامل معهم ، ولكن جاءت القدرة علي الإجابة علي كافة الإستفسارات الخاصة بالعملاء حول الأدوية والمستحضرات الجديدة في المرتبة الأخيرة .

المرتبة الثالثة : المرونة

أبرزت النتائج أن الصيدليات خلال أزمة فيروس كورونا كانت قادرة علي تلبية الطلب الزائد علي بعض أنواع الأدوية والمستحضرات نتيجة التعامل مع المورد الذي تربطها به علاقات وطيدة بالمرتبة الأولى .

المرتبة الرابعة : التكلفة

أبرزت النتائج أن أكثر العناصر تأثيراً علي التكلفة هو حفاظ الموردين علي ذات نسب الخصم التي يتم منحها علي الأدوية والمستحضرات خلال أزمة فيروس كورونا مما يساعد علي الحفاظ علي التكلفة بالنسبة للصيدليات ، وأظهرت النتائج أن تكلفة المخزون بالنسبة للصيدليات خلال فترة الأزمة كانت العنصر الأكثر تأثيراً بالسلب علي مستوي التكلفة بالنسبة للصيدليات .

وقد قام الباحث بإجراء بعض التحليلات الإحصائية الإضافية للتوصل لفهم أكبر حول تفسير نتائج الدراسة وتوصل إلي :- أتضح من تحليل الإنحدار المتعدد بأن بعض المتغيرات المستقلة عند دراستها مجتمعة أتضح عدم وجود معنوية لبعض العناصر التي تؤثر علي أداء سلسلة الإمداد وهي (الإلتزام - التكيف - السمعة - الأهداف المشتركة) ، ولذا يوصي الباحث بتعمق الدراسات المستقبلية في إعادة النظر في مدي إستقلاليه المتغيرات المستقلة (الإلتزام - التكيف - السمعة - الأهداف المشتركة) وإمكانية ضمها مع متغيرات أخرى.

الدراسات السابقة التي أطلع عليها الباحث لم تتناول دراسة العوامل الديمغرافية الواردة بإستمارة الإستقصاء والمتمثلة في (مدة ممارسة النشاط بالسوق - عدد الموردين التي تعتمد عليهم الصيدلية - عدد فروع الصيدلية) كمتغير حاكم ومدي تأثيرها علي المتغيرات التابعة ، ولكن الباحث قد قام بإجراء إختبار One Way ANOVA للعوامل الديمغرافية للتعرف هل يوجد فروق في إجابات المبحوثين ترجع إلي العوامل الديمغرافية وقد توصل الباحث إلي وجود فروق في إجابات المبحوثين تعزي إلي عدد الموردين وعدد فروع الصيدلية ، لذلك يوصي الباحث الدراسات المستقبلية بتناول العوامل الديمغرافية كمتغيرات حاكمة تؤثر علي إجابات المبحوثين حول أداء سلسلة الإمداد وبيانها مدي إتجاه العلاقة ومستوي التباين في الإجابات.

٦. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية :-

الحدود الخاصة بالدراسة والتوصيات الخاصة بالباحث بالنسبة للدراسات المستقبلية تتلخص في النقاط الأتية :-

- أقتصرت المحددات الخاصة بجودة العلاقة بين المورد والمشتري التي تؤثر علي أداء سلسلة الإمداد علي المحددات الواردة في الدراسات السابقة التي تناولت ذات المغيرات ، لذا يوصي

الباحث الدراسات المستقبلية بإجراء دراسات إستطلاعية لإمكانية إستحداث محددات جديدة تؤثر علي جودة العلاقة بين المورد والمشتري.

- أقتصرت الدراسة علي البيانات الوصفية الذي يتم تجميعها بواسطة إستمارة الإستقصاء ويتم تحليلها بواسطة البرامج الإحصائية دون تناول البيانات من منظور كمي ، لذا يوصي الباحث الدراسات المستقبلية بتناول المحددات الخاصة بجودة العلاقات بين المورد والمشتري من منظر كمي للتوصل إلي مدة إتفاق النتائج مع بعضها البعض.
- أقتصرت الدراسة علي جمع البيانات من الصيدليات الموجودة داخل نطاق محافظة الإسكندرية والتي يبلغ حجم مبيعاتها الشهرية أكثر من ٥,٠٠٠ جم ، لذا يوصي الباحث الدراسات المستقبلية بإجراء الدراسات المستقبلية علي مستوي أكبر من محافظة الإسكندرية ، أو التطبيق في محافظات أخرى.
- أقتصرت الدراسة علي الموردين الذين يربطهم علاقات وثيقة مع الصيدليات والتي تؤثر علي حجم مبيعات الصيدلية الشهرية ، لذا يوصي الباحث بإجراء الدراسات المستقبلية علي جميع الموردين بالنسبة للصيدليات بصفة عامة.
- أقتصرت الدراسة علي تناول المحددات الخاصة بجودة العلاقة بين المورد والمشتري من طرف الصيدليات فقط دون تناولها من طرف الموردين الخاصين بالأدوية ، لذا يوصي الباحث الدراسات المستقبلية بتناول المحددات الخاصة بجودة العلاقة من طرف الموردين.
- أقتصرت الدراسة علي جمع المعلومات خلال فترة أزمة فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) ، لذا يوصي الباحث الدراسات المستقبلية الإستمرارية في دراسة تلك المحددات الخاصة بجودة العلاقة علي مدار فترة زمنية أطول.

٧. التوصيات الخاصة بالدراسة :-

الجدول التالي يوضح التوصيات الخاصة بالدراسة وفقاً للنتائج التي توصل إليها الباحث :-

المحدد	كيفية التطبيق
التواصل	<ul style="list-style-type: none"> ■ يجب علي موردين الأدوية الأهتمام بفتح قنوات التواصل مع الصيدليات بكافة الوسائل سواء (بريد - بريد إلكتروني - واتساب - تليفون - وغيرها) . ■ يجب علي موردين الأدوية الأهتمام بتبادل كافة المعلومات المهمة مع الصيدليات حول المنافع والمخاطر وخصوصاً أثناء فترة الأزمات سواء بشكل رسمي أو غير رسمي . ■ يجب أن تتسم قنوات التواصل الخاصة بموردين الأدوية وشركات التوزيع بسرعة الإستجابة والحل علي كافة الشكاوي من خلال تدريب العاملين بالشركات علي ذلك .
الإلتزام	<ul style="list-style-type: none"> ■ يجب علي الموردين الأهتمام بتوصيل الطلبات وتلبيها في المواعيد المحددة طبقاً لطلبات الصيدليات . ■ يجب علي الموردين الإلتزم بتوريد الأعداد المطلوبة من الطلبات الخاصة بالصيدليات مهما كان حجمها . ■ يجب علي موردين الأدوية إعتبار العلاقة مع الصيدليات كشريك وأخذ المتغيرات الخاصة بالسوق في جوهر

المحدد	كيفية التطبيق
	أعمالهم عند التعامل معهم .
الثقة	<ul style="list-style-type: none"> ▪ يجب علي موردين الأدوية إيلاء الإهتمام ببناء الثقة مع الصيدليات بإعتبارها هي أساس قوة العلاقة . ▪ يجب علي الموردين تعزيز الثقة مع الموردين من خلال وضع مصلحة الصيدليات في سلم أولوياتهم . ▪ يجب علي الموردين الإتزام بتنفيذ كافة الإلتزامات الواقعة علي عاتقهم وفقاً لإحتياجات العميل مما يؤسس لبناء الصدق والنزاهة مع الصيدليات .
التعاون	<ul style="list-style-type: none"> ▪ يجب علي الموردين التعاون في تقديم النصح والإرشاد للصيدليات التي يتم التعامل معها حول الأدوية والمستحضرات وأبهر تغيرات قد تحدث في السوق نتيجة عوامل يصعب التحكم فيها والأدوية الأكثر مبيعاً ▪ يجب علي الموردين التعاون مع الصيدليات في تسهيل طرق السداد وفترات السماح الخاصة بالسداد الأجل ▪ يجب علي الموردين التعاون مع الصيدليات في تسهيل المرتجعات الخاصة بالأدوية .
السمعة	<ul style="list-style-type: none"> ▪ يجب علي موردي الأدوية بإيلاء الأهتمام بالسمعة بالسوق بإعتبارها هي رأس المال . ▪ يجب علي موردي الأدوية الحرص الدائم علي مصالح الصيدليات التي يتم التعامل معها لبناء سمعة تجارية طيبة داخل السوق .
التكيف	<ul style="list-style-type: none"> ▪ يجب علي موردي الأدوية تحديد مواعيد العمل الخاصة بهم بما يتوافق مع مواعيد عمل الصيدليات . ▪ يجب علي موردي الأدوية تحديد المواقع الخاصة بالمخازن والفروع بأماكن قريبة من الصيدليات بما يضمن تقليل تكلفة النقل والمخزون . ▪ يجب علي موردي الأدوية توفير الأدوية والمستحضرات التي تتوافق مع إحتياجات الصيدليات وخاصة في فترات الأزمات .
الأهداف المشتركة	<ul style="list-style-type: none"> ▪ يجب علي موردي الأدوية أن يصيغ الرؤيه والأهداف الخاصة به بما يتوافق مع الرؤي والأهداف الخاصة بالصيدليات أي بمنظور أن يجعل العميل أولاً . ▪ يجب علي موردي الأدوية أن يجعلوا أساس العلاقة مع الصيدليات هو تلبية كاهه الإحتياجات الخاصة بالصيدليات في أي وقت وبأي كمية مطلوبة وبأقصى نسبة خصم ممكنة وخاصة في فترات الأزمات .
الرضا	<ul style="list-style-type: none"> ▪ أن تحرص شركات الأدوية علي توصيل مفهوم أن الصيدلية شريك بالنسبة للمورد وأن نجاح الصيدلية من نجاح المورد . ▪ أن تحرص شركات الأدوية علي توفير كاهه الإحتياجات للصيدلية التي لا يستطيع أي مورد آخر تلبيةها . ▪ وضع برامج تدريبية وبرامج متخصصة يمكنها تلقي كاهه الإتصالات الخاصة بالعميل في أي وقت سواء كانت إستفسارات وشكاوي وكذا سرعة الإستجابة وحلها في أسرع وقت ممكن .
الإعتمادية	<ul style="list-style-type: none"> ▪ الحرص الدائم علي تلبية كاهه إحتياجات العميل عند طلبها طبقاً للكميات المطلوبة ، مما يقلل من تكلفة المخزون الخاص بالصيدليات وبما يضمن الحفاظ علي ذات المعايير الخاصة بالأداء . ▪ علي شركات الأدوية عند صياغة سياساتها وشروطها للدفع وضعها بما يتوافق مع متطلبات الصيدليات وخاصة في فترات الأزمات مما يضمن خفض التكلفة بالنسبة للصيدليات . ▪ علي موردي الأدوية الإستعانة ببرامج تكنولوجية متخصصة تضمن سرعة إستلام الطلبات وتسليم الطلبات للصيدليات .

٨. قائمة المراجع :-

- سمير ، أحمد (٢٠٢٠) تأثير إنتشار فيروس كورونا علي سلاسل الإمداد والتموين في مصر ، المجلة الدولية للدراسات الإقتصادية ، العدد الثاني عشر .
- الزعبي ، حاتم عبدالرازق مفلح (٢٠١٣) أثر جودة العلاقة وقوتها علي ولاء العملاء (دراسة تطبيقية علي تجارة الأدوات الكهربائية في الأردن)، درجة الماجستير في إدارة الأعمال ، كلية الأعمال ، جامعة الشرق الأوسط .
- جديد، صبرينة و حجار، عبيدة (٢٠١٩) أثر جودة العلاقة في تعزيز قيمة الزبون : دراسة ميدانية لعينة من زبائن الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين ، مجلة التواصل في الإقتصاد والإدارة والقانون ، المجلد رقم ٢٥ ، العدد ٣ .
- العمري، غسان عيسي و عبدالواحد، مصطفى (٢٠١٦) علاقات سلسلسة التوريد وجودتها واثرها علي أداء السلسلة : دراسة تطبيقية علي شركات الأدوية الأردنية ، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإقتصادية والإدارية ، العدد رقم ٨ .
- العناني ، مصطفى عبدالواحد (٢٠١٣) جودة علاقات أطراف سلسلسة التوريد وأثرها علي أدائها ، مجلة الإدارة والإقتصاد ، العدد ٩٦ .
- تقرير نقابة الصيادلة بالإسكندرية (٢٠٢١) الصادر إلي وزارة التخطيط والتنمية الإقتصادية بخصوص أعداد الصيدليات بمحافظة الإسكندرية .
- <https://surveysystem.com/sscalc.htm>
- Eric, O.D. (2015) “Perceived Buyer-Supplier relationship and performance among large scale retail outlets in Kisumu, Kenya”, M.Sc degree, University of Nairobi.
- Walter de Gruyter, Yeung, I. Y. M. and Tung, R. L. (1996), "Achieving Business Success in Confucian Societies: The Importance of Guanxi (Connections)", Organizational Dynamics.
- Khan, etal (2015) The Effect of Buyer-Supplier Partnership and Information Integration on supply chain Performance : An Experience from Chinese Manufacturing Industry, International Journal Of Supply Chain Management, Vol.4 No.2
- Hoek, R.V. (2020), “Impact Pathway research opportunities for a more resilient post-COVID-19 supply chain-closing the gap between research findings and industry practice”, International Journal of Operations & Production Management, Vol.40 No. 4,2020 pp.341.355.
- Anderson E. and Narus J. (1990), “A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships”. Journal of Marketing, Vol. 54.

- Kwon, I.W.G., and Suh, T. Trust, (2004) commitment and relationships in supply chain management: an path analysis. Supply Chain Management: An International Journal, Vol.10, No.1.
- Walsh , G . and Beatty , S . E . (2007) ‘ Customer-based corporate reputation of a service firm: Scale development and validation ’ , Journal of the Academy of Marketing Science , Vol. 35 No.1.
- Heide, Jan B. and George John (1988), "The Role of Dependence Bal-ancing in SafeguardingT ransaction-SpecificA ssets in Conven-tional Channels," Journal of Marketing, 52 (January).
- Silva J. O., Marc D. and Roger P. (2010) “RELATIONSHIP HIERARCHIES AND BEHAVIOURAL EFFECTS : UNDERSTANDING KEY RELATIONSHIP VARIABLES IN INTERACTION Competitive paper submitted to the 26th IMP Conference, Budapest.
- Phusavat, K., and Kanchana, R. (2007) “Competitive priorities of manufacturing firms in Thailand”Industrial Management and Data Systems,Vol. 107 No.7.
- Persson, F. and Olhager, J. (2002)”Performance simulation of supply chain designs”, International Journal of Production Economics, Vol.77 No.3.
- Koh, S., Demirbag, M., Bayraktar, E., Tatoglu, E. and Zaim, S. (2007), “The impact of supply chain management practices on performance of SMEs”, Industrial Management & Data systems, Vol. 107 No.1.
- Mutio. V, (2015) Buyer – Suppler Relationships and organizational Performance of Pharmaceutical Manufacturing Firms in KENYA, M.sc , Business Administration University of Nairobi .
- Loice, K. (2015) “Effect of Buyer-Supplier relationships on procurement performance: Evidence from Kenyan Supermarket”, European scientific Journal, Vol.1 ISSN: 1857-7881.
- Hsiao, etal (2006)The Impact of Buyer-Supplier relationship and purchasing process on the supply chain performance : a conceptual framework
- Pafanelo. N, (2017) Supply chain partnership, collaboration, integration and relationship commitment as predictors of supply chain performance in South African SMEs, Business & Social Science Journal, Vol.2 Issue.1.
- Alhuwaiat M.A and Salem F. SH (2017) The Impact of pharmaceutical services quality on building a strong relationship between pharmacists and their customers, International Journal of Pharmaceutical Sciences and Research.

