

عدد خاص
المجلة العلمية للتجارة والتمويل
<https://caf.journals.ekb.eg>

المجلة العلمية للتجارة والتمويل

عدد خاص

المؤتمر الدولي
لكلية التجارة
جامعة طنطا



الابتكارات في الأعمال وتحديات
النمية المستدامة

Print Issn: 1110-4716
Online Issn: 2682-4825

أثر كفاءة إدارة المخزون على رضا المستهلك النهائي بالتطبيق على مجموعة هايبروان للتجارة

اسلام سالم إبراهيم

مدرس فى إدارة النقل الدولي واللوجستيات- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحرى

تاريخ النشر الإلكتروني: ابريل 2024

للتأصيل المرجعي: ابراهيم ، اسلام سالم . أثر كفاءة إدارة المخزون على رضا المستهلك النهائي بالتطبيق على مجموعة

هايبروان للتجارة ، **المجلة العلمية للتجارة والتمويل**، المجلد ٤٤ (عدد خاص) 677-702.

المعرف الرقمي: **caf.2024.37334410.21608**

للتواصل مع المؤلف: islam.salem77@aast.edu

أثر كفاءة إدارة المخزون على رضا المستهلك النهائي بالتطبيق على مجموعة هايبروان للتجارة

د/ اسلام سالم إبراهيم

مدرس فى إدارة النقل الدولي واللوجستيات- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحرى

ملخص الدراسة

تعانى الدراسات النظرية التى توضح كيفية إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد فى ظل المنافسة الشديدة فى بيئة الاعمال للوصول الي "رضاء المستهلك النهائي من ندرة شديدة. كما تتباين النتائج المستخرجة من الدراسات التطبيقية بالنسبة لهذه العلاقة. الأمر الذى دعى الى الحاجة لزيادة تفهم طبيعة العلاقة بين هذه المتغيرات فى ظل التحديات الخاصة بالمنافسة. ومن هذا المنطلق، قامت هذه الدراسة بتطوير الإطار النظرى الذى يوضح ويفسر طبيعة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ورضاء المستهلك النهائي. وقد تمت الدراسة العملية بالتطبيق على معارض هايبروان. وتم الاعتماد على أسلوب العينة الاعتراضية Intercept Sample. وتوصلت النتائج النهائية للدراسة الميدانية إلى وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين كلا من "كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد" و"رضاء المستهلك النهائي" كأحد مخرجات عمليات سلسلة التوريد. كما توصلت الدراسة الي وضع خطة واضحة تحتوي علي عدد من العمليات التي تقيم أداء سلسلة التوريد داخل المنظمة من خلال المعلومات المرتدة من المستهلكين النهائيين بما يحقق أعلى كفاءة ممكنة مما يحقق ميزة تنافسية واضحة لدي المنظمة من خلال مراقبه جوده مخرجات عملياتها ومقارنتها بالمنافسين بما يؤدي إلي تحسين أداء المنظمة بطرق فعالة لتتوافق مع التغيير المستمر في متطلبات العملاء النهائيين.

الكلمات المفتاحية: سلاسل التوريد - إدارة المخزون - رضا المستهلك - سرعة الاستجابة - الميزة التنافسية

أولاً : المقدمة

يشهد العالم هذه الأيام ثورة علمية ونهضة تكنولوجية وحضارية واسعة تتسم بالإيقاع السريع حيث تمثل العمليات الخاصة بسلسلة التوريد عنصراً هاماً في كفاءة وفاعلية الشركات على اختلاف أحجامها وأنشطتها وأهدافها وطبيعة عملها ذلك الذي يتطلب أن تكون هذه السلسلة على درجة عالية من الكفاءة في أداء العمل .

يتمثل استمرار نجاح أى منشأة في قدرتها على التغيير لتلبية احتياجات العالم المتغير المحيط بها، وعندما تكون قدرة المنشأة على التغيير أقل أو أبطأ من سرعة المتغيرات حولها فإن نهايتها تلوح في الأفق. تواجه المنظمات في عصرنا الحالي العديد من الضغوط الناتجة عن عولمة الأسواق وشدة المنافسة المحلية (Negassa & Japee, 2022). وبذلك أصبح لزاماً عليها مواكبة بيئة عمل ديناميكية تتصف بالتعقيد في احتياجات وتطلعات العملاء المتمثلة في الجودة المرتفعة والتكلفة المنخفضة وسرعة الاستجابة، مما ترتب عليه ضرورة إدارة عمليات سلسلة التوريد بأنشطتها المختلفة بشكل أفضل وتكلفة أقل. وتتكون الأنشطة الأساسية لسلسلة التوريد التقليدية من ست أنشطة أساسية هي التخطيط وإدارة المشتريات وإدارة المخزون وإدارة الطلب وإدارة التوزيع واللوجستيات العكسية (Khan *et al.*, 2022). وقد أصبحت فكرة إدارة سلسلة التوريد هي الأكثر أهمية لمواجهة تحديات المنافسة (Fawcett *et al.*, 2009).

إن بيئة منظمات الأعمال الحالية تتعرض إلى العديد من التحديات والضغوط نتيجة للتغيرات السريعة والتطورات الهائلة في عالم الأعمال. وتسبب ذلك في عرقلة أداء عمليات بعض المنظمات كونها ليست على قدر الاستجابة الكافية للتغيير في ظل انتقال المنافسة من منافسة بين الشركات إلى منافسة بين سلاسل التوريد ذلك الذي يحتم على المدير الإداري أن يقوم بدور هام في خلق قيمة مضافة للعملاء عن طريق الإدارة الفعالة لأنشطة هذه السلسلة (Christopher & Gattorna, 2005).

ومن هنا ظهرت في الآونة الأخيرة العديد من الاتجاهات التي تدعم فكرة أهمية الاهتمام بمخرجات سلسلة التوريد للوصول إلى رضا المستهلك النهائي.

وتتضح اشكالية البحث في وجود فجوة بحثية في بعض الجوانب الهامة ضمن منظومة سلسلة التوريد وخاصة المتعلقة بمخرجات سلسلة التوريد "Downstream" ومنها رضا العملاء النهائيين. وجدير بالذكر أن رضا العملاء النهائيين (كونها من مخرجات سلسلة التوريد) تعد من الأهداف الرئيسية للمنظمة والتي من شأنها أن تؤدي إلى زيادة قدرة المنظمة على الاستمرار والمنافسة. كما يعد فهم وتنفيذ إدارة فعالة لتكلفة سلسلة التوريد شرطاً ضرورياً لتحسين ربحيتها ولتظل قادرة على المنافسة في سوق المنافسة العالمي. وتزيد هذه الفجوة على المستوى

المحلي حيث إن العديد من منظمات الأعمال في مصر لا زالت تمارس إدارة سلسلة التوريد داخلها وفقا للأساليب التقليدية للعمل ذلك الذي أجبر العديد من المنظمات إلى الانسحاب من السوق ودفع القليل الباقي إلى التكيف مع المتغيرات الخارجية في محاولة منها للنمو والاستمرار وزيادة الربحية. مما اوجد اهمية دراسة هذه العلاقة في مصر.

ويتمثل الهدف الرئيسي للبحث في التعرف عن العلاقة بين كفاءة ادارة المخزون داخل سلاسل التوريد ورضاء المستهلك النهائي في هايبروان للتجارة. وينبثق عن هذا الهدف مجموعة من الاهداف الفرعية كما سيرد ذكره فيما بعد. ويهدف دراسة هذه العلاقات، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. واعتمد الباحث في إعداد الدراسة الميدانية على قائمة استقصاء موجهة للمستهلك النهائي، بهدف التعرف على كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ورضاء المستهلك النهائي. وتتكون الدراسة من ثلاثة اقسام يعرض القسم الاول الدراسات السابقة للتعرف على الفجوة البحثية، ثم يليه الاطار النظري للدراسة، ويليه التحليل التطبيقي وينتهي بالنتائج والتوصيات.

ثانيا : الدراسات السابقة:

الدراسات الخاصة بإدارة سلسلة التوريد:

- تبنت دراسة (Khan et al. (2022) كيفية مواكبة الأنشطة الأساسية لسلاسل التوريد مع المتطلبات اللازمة للتحول في التصنيع في ظل الثورة الصناعية الرابعة 14.0. وتم التعرض إلى التحديات الأساسية لسلاسل التوريد النموذجية وام يتعين تبنيه لتحسين أداء سلاسل التوريد لتواكب التطور في التصنيع. ومن خلال مراجعة الأدبيات وعمل ورشة عمل للعاملين في مجال سلاسل الإمداد بجامعة ليفربول تم تحديد التطوير المطلوب في كل عنصر محدد لإدارة سلسلة التوريد. وقد ركزت الدراسة بكفاءة إدارة المخزون كأحد مكونات سلاسل التوريد خاصة في ظل التقلبات الشديدة في طلب العملاء. وقد أكدت الدراسة على أن أحد الأساليب المتبعة في الوقت الحالي لإدارة المخزون بكفاءة هو استخدام الذكاء الاصطناعي. وهو ما ساهد بقدر كبير في زيادة رضاء العملاء عن المنتجات خاصة في ظل جائحة COVID-19.
- هدفت دراسة (Vokurka et al. (2002) لإمكانية تحسين أداء سلسلة التوريد من خلال تطوير خمس أولويات تنافسية في تسلسل محدد وهي: الجودة، الاعتمادية، المرونة، سرعة الاستجابة، وفعالية التكلفة. وتوصلت الدراسة إلى أهمية الأولويات التنافسية عند إدارة سلسلة التوريد، حيث يجب التركيز على الجودة كأساس للشراكة في سلسلة التوريد، والاعتماد على المصادر الخارجية (التعهد الخارجي Outsourcing) ويجب أن يتبع الجودة تركيز الجهود على تحسين أداء تسليم المنتجات والخدمات، ويجب أن تعمل المنظمة في سلسلة التوريد بمرونة وسرعة الاستجابة تمكناها من الاستجابة للتغيرات السريعة في السوق.

- تناولت دراسة (Li *et al.*, 2006) بيان أثر ممارسات إدارة سلسلة التوريد متمثلة في خمس ممارسات هي الشراكة الاستراتيجية مع الموردين والعلاقات مع العملاء ومستوى تبادل المعلومات داخل السلسلة ووجود المعلومات المتبادلة على كل من الميزة التنافسية والأداء التنظيمي لمنشآت الأعمال. وتوصلت إلى أن الاستخدام الفعال للمعلومات المناسبة وفي الوقت المناسب من جانب جميع الشركاء في سلسلة التوريد يعتبر عاملاً تنافسياً، كما أن ممارسات إدارة سلسلة التوريد تحقق للمنشآت ميزة تنافسية وتحسن الأداء التنظيمي لها.
- تبنت دراسة (Hamister (2012) تنفيذ عدد من ممارسات إدارة سلسلة التوريد من جانب متاجر التجزئة صغيرة الحجم في ولاية نيويورك الأمريكية. وتناولت هذه الممارسات " الشراكة الاستراتيجية مع الموردين، وتبادل المعلومات، وجودة المعلومات، وشدة التكامل وأثرها على أداء هذه المتاجر ". وتوصلت الدراسة إلى أن تنفيذ ممارسات إدارة سلسلة التوريد يؤثر بشكل إيجابي على أداء متاجر التجزئة صغيرة الحجم ولكن بدرجة أقل بالمقارنة بالمنشآت كبيرة الحجم بسبب تعرض الأولى لضغوط تنافسية أكبر وتعاملها مع اقتصاد شديد التقلب.
- استهدفت دراسة (Ashish *et al.*, 2013) اختبار العلاقة بين ممارسات إدارة سلسلة التوريد واستجابة السلسلة لطلبات العملاء وظروف السوق المتغيرة. وركزت الدراسة على ثلاث ممارسات لإدارة سلسلة التوريد وهي "شراكة الموردين الاستراتيجية، العلاقات مع العملاء، والمشاركة في المعلومات". وتوصلت إلى أن المستوى العالي من ممارسات إدارة سلسلة التوريد يؤدي إلى تحسين استجابة سلسلة التوريد لطلبات العملاء وظروف السوق المتغيرة، ويدعم القدرة التنافسية للشركة.
- اختبرت دراسة (Ghatebi *et al.*, 2013) العلاقة بين فهم وتنفيذ ممارسات إدارة سلسلة التوريد في المنشآت الصناعية على زيادة جودة المنتج المقدم للعملاء على المنشآت الصناعية بإقليم كازخستان. وتوصلت إلى أن هناك علاقة إيجابية بين ممارسات إدارة سلسلة التوريد متمثلة في خمس ممارسات هي العلاقات الإستراتيجية مع الموردين، العلاقات مع العملاء، مستوى تبادل المعلومات، جودة نظم المعلومات، والممارسات الداخلية الخالية من الفاقد لتحقيق المنشآت الصناعية ميزة تنافسية ممثلة في تقديم منتجات ذات جودة أفضل للعملاء وتحقيق الميزة التنافسية في المنشآت الصناعية.
- ركزت دراسة (Hedley (2013) على أثر الاستعانة بالتعهد الخارجي كأحد ممارسات إدارة سلسلة التوريد لتحقيق ميزة تنافسية. وتوصلت إلى أن التعهد الخارجي ساعد على الوصول بسهولة إلى الأسواق الدولية من خلال تخفيض التكلفة وتحقيق ميزة تنافسية شريطة أن تكون العلاقات في التعهد الخارجي عادلة ومنصفة.
- أوضحت دراسة (Wei and Xiang (2013) أهمية ممارسات إدارة سلسلة التوريد بالمنشآت على اختلاف أحجامها خلال الأزمة المالية العالمية بالتركيز على بعض ممارسات إدارة سلسلة التوريد وهي تخفيض تكلفة المعاملات، والمشاركة في المعلومات، والتكامل مع الموردين، والرقابة على سلسلة التوريد للوفاء بالمسئولية

الإجتماعية للمنشأة. وتوصلت إلى أن ممارسات إدارة سلسلة التوريد تمكن المنشآت من الفهم الكامل لطلبات العملاء والسوق وأن التكامل مع الموردين يحسن من تنافسية سلسلة التوريد ويقوي حساسيتها تجاه مخاطر السوق وبالتالي تلبية احتياجات العملاء بشكل فعال.

الدراسات الخاصة برضاء العملاء النهائيين:

- أجرت دراسة (2022) Gatobu تحليل أثر التعاون في سلسلة التوريد على رضاء العملاء بين شركات التصنيع في كينيا بالتركيز على شركات مطاحن الدقيق في كينيا. وقد عرفت الدراسة رضاء العملاء إلى تقييم كامل لتجربة الشراء والاستهلاك المتركمة والذي يعكس المقارنة بين التضحية التي تم تجربتها والمكافأة المتصورة. واستخدمت الدراسة أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار حجم العينة لعدد 800 موظف يشاركون بشكل مباشر وغير مباشر في عملية سلسلة التوريد في هذا القطاع. أشارت نتائج الدراسة إلى أن التعاون في سلسلة التوريد كان له دور فعال في ضمان الاستجابة في سلسلة التوريد بأكملها. وخلصت الدراسة إلى أن الدور الذي يلعبه التعاون في سلسلة التوريد أمرًا بالغ الأهمية في تحقيق رضا العملاء المستدام.
- تبنت دراسة (2022) Negassa & Japee بحث كيفية استخدام إدارة سلاسل التوريد بكفاءة لجنى رضاء العملاء. وقد تم دراسة ذلك باستخدام خمسة عناصر من ممارسات إدارة سلسلة التوريد (تكامل الشركة مع الموردين؛ تكامل الشركة مع العملاء؛ ممارسات تبادل المعلومات؛ التكامل الداخلي؛ وممارسات التصميم اللوجستي). وتم جمع بيانات الدراسة من 200 عميل من الشركات الصغيرة ومتناهية الصغر في منطقة تيغراي باثيوبيا. تم استخدام ارتباط بيرسون لاختبار الروابط، وتم استخدام تحليل الانحدار لفحص العلاقات السببية. واثبتت النتائج وجود علاقة قوية بين رضاء العملاء وكل من ممارسات إدارة سلسلة التوريد. ونتيجة لذلك، ومن أجل تحسين ربحية الشركات الصغيرة والمتوسطة على المدى الطويل من خلال زيادة سعادة العملاء، يتعين التركيز بشكل أكبر على تحسين ممارسات إدارة سلسلة التوريد.
- استخدمت دراسة (2023) Ojoajogu Atadoga, Mark مسح لعينة عشوائية لعدد 165 لدراسة دور إدارة سلسلة التوريد في رضاء العملاء بأبعاده المختلفة (الالتزام والثقة والمطابقة) التي تشكل بعض الخصائص التي تخلق علاقات متبادلة بين الموردين والمنظمة و العملاء النهائيين للمنتجات. وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS. وجدت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين التزام المشتري والمورد ورضاء العملاء. كما تم الكشف عن أن التزام المورد بالاستجابة في الوقت المناسب دون تأخير في توريد المواد من شأنه أن يسهم في الحفاظ على حجم المخزون المناسب للشركة والذي بدوره يسهل إنتاج وتوزيع البضائع من خلال أعضاء القناة المناسبين للعميل النهائيين.

- تبنت دراسة (Prathiba (2020) تحديد آثار ممارسات إدارة سلسلة التوريد واستجابتها على رضا العملاء في وحدات أعمال محددة في تشيناي بالهند. وقد تم اختيار 300 مدير شراء في محلات السوبر ماركت. وأجريت اختبارات الثبات والصلاحية. تم استخدام التحليل العاملي ونمذجة المعادلات الهيكلية لتحديد تأثير ممارسات إدارة سلسلة التوريد واستجابتها على رضا العملاء وولائهم. تم استخدام نمذجة المعادلات البنائية من الدرجة الثانية لاختبار الفرضيات. أشارت النتائج إلى أن ممارسات إدارة سلسلة التوريد ترتبط بشكل إيجابي برضاء العملاء وولائهم. وخلصت الدراسة إلى أنه يمكن تعزيز رضا العملاء وولائهم من خلال الجهود المشتركة للموردين ومديري المشتريات.
- حاولت دراسة (Ahmed (2021) تحديد آثار ممارسات إدارة سلسلة التوريد على رضا العملاء والاحتفاظ بهم في شركات بيع الأغذية بالتجزئة الكبرى الموجودة في المنطقة الجنوبية من المملكة العربية السعودية. تم جمع البيانات عن طريق المسح باستخدام الاستبيان. عدد العينات 208 موظف باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وإيجابية بين شراكة الموردين الاستراتيجية، وعلاقة العملاء، ومستوى تبادل المعلومات، ومستوى جودة المعلومات، وممارسة التأجيل ورضا العملاء. علاوة على ذلك، يعد رضا العملاء مؤشراً جيداً للاحتفاظ بالعملاء.
- استهدفت دراسة سميحة بلحسن (2012) معالجة جودة الخدمة من الناحية النظرية كما حددت مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات من حيث مؤشرات ونماذج قياسها، بالإضافة إلى طرق قياس "رضا المستهلكين لمعرفة درجة رضاهم عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة. توصلت الدراسة إلى ان مفهوم جودة الخدمة يركز على المحافظة على العملاء وتحقيق رضاهم وذلك بتقديم المؤسسة لخدمات تتطابق مع توقعاتهم أو تفوقها. وقد أوضحت العديد من طرق قياس رضا العملاء منها القياسات الدقيقة، والكمية، والكيفية بالإضافة إلى النماذج ونذكر منها نموذج عدم المطابقة، ونموذج المعايير المعتمدة على الخبرة لرضا العملاء.
- قدمت دراسة مزيان عبد القادر (2012) إطار يحدد مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة باعتبارها استراتيجية حديثة لرضا العملاء، حيث تكمن أهمية الدراسة في تقييم درجة تأثير محددات جودة الخدمات والمتمثلة في (الملموسية الاستجابة، الاعتمادية، الأمان، التعاطف) على مستويات "رضا المستهلكين، وما يترتب عنهم من سلوكيات. وتوصلت الى وجود علاقة ارتباط طردية وقوية بين محدد الملموسية ورضا العملاء. وعلاقة ارتباط طردية وقوية بين محدد الاعتمادية ورضا العملاء.
- تعرضت دراسة بوعنان نورالدين (2007) إلى التعريف بمختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة باعتبارها مدخل إداري حديث. وقد ركزت بصورة أساسية على جودة الخدمات من حيث مؤشرات ونماذج قياسها بالإضافة إلى التطرق إلى نظام الإصغاء للعميل كمصدر لمعرفة حاجات وتوقعات العملاء بما يؤدي

إلى إرضاء العملاء. وتوصلت أن تقييم العملاء لجودة الخدمات من خلال المؤشرات الخاصة بالتقييم تختلف من عميل لآخر كما أن جودة الخدمة تعمل على تحقيق "رضاء العميل".

الدراسات الخاصة بكفاءة إدارة المخزون:

- استهدفت دراسة مشرف، فتح الرحمن الحسن (2009) تقييم أثر تطبيق نظام المخزون في الوقت المحدد على تكاليف الإنتاج بالتطبيق على مصانع البلاستيك. وقد توصلت الدراسة الى أن تطبيق نظام المخزون في الوقت المحدد يودي الى تخفيض التكاليف ويوفر معلومات تفصيلية عن الانشطة تساعد الادارة في الرقابة والتخطيط.، بالاضافة إلى عدم الافراط في تخزين المواد الخام لانها تؤدي الى تجميد السيولة.
- اختبرت دراسة ناشد (2002) اثر استخدام نظم الحاسب الالى الحديثة في تسجيل ومتابعة المخزون والمشتريات. وتوصلت إلى أهمية توفير نظام متكامل يوفر المعلومات اللازمة لاتخاذ القرار بالسرعة وفي الوقت المناسب. كما توصلت إلى أن النظام المتكامل للتطبيقات الذي تقدمه شركة Oracle هو النظام الأمثل والذي يوفر معلومات ذات قيمة محدثة لخدمة متخذ القرار.
- أوضحت دراسة العتوم واخرون (2012) أثر إدارة المخزون على الإحتفاظ بالعملاء في ظل المنافسة. وقد شمل مجتمع الدراسة عدد 50 من مدراء الشركات التي تستخدم إدارة المخزون. وتم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي . توصلت الدراسة إلى العديد من التوصيات منها ضرورة التحكم في المخزون للحد من زيادة تكلفة الاحتفاظ المخزون وتقليل عدد أوامر التوريد والعمل على تطوير وتدريب العاملين.
- استهدفت دراسة (Munyao et.a) (2015) اختبار دور ممارسات إدارة المخزون في أداء قسم الإنتاج في شركات الغزل والنسيج والمطاحن وشركات تصنيع المواد الغذائية والمشروبات في مقاطعة مومباسا من خلال دراسة إدارة المخزون المحوسبة وأثرها على أداء قسم الإنتاج. كما استخدم الباحث في هذه الدراسة تصميم البحث الوصفي. وتوصلت الدراسة إلى أن شركات التصنيع استخدمت أساليب مختلفة لإدارة المخزون مثل أساليب مستوى النشاط، والتسليم في الوقت المحدد JIT، وتقنية المراجعة الدورية، MRP، EOQ، إذ بينت الدراسة أنه على الرغم من أن MRP 1 كان أكثر فاعلية في المساهمة في أداء قسم الإنتاج ، فإن معظم المؤسسات في شركات التصنيع تستخدم أساليب مستوى النشاط.

ومن استعراض نتائج الدراسات السابقة لاهم المتغيرات الأساسية للدراسة نجد ان هناك اتفاق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية في العديد من النقاط حيث عنصر الجودة وكذلك رضاء العملاء النهائيين عن مكان العرض بشكل عام اما عن وجه الاختلاف فكانت من خلال عناصر المتغيرات المختلفة التي تحقق رضاء العملاء النهائيين طبقا لنتيجة الدراسة الاستطلاعية حيث اهتم العملاء بتوافر المنتجات واسعارها واتفقوا على جودة المنتجات. ومن هنا

نجد ان الفجوة البحثية تتمثل في ربط العناصر المختلفة التي حددتها الدراسة الاستطلاعية وربطها بكفاءة ادارة المخزون وهى النشاط اللوجستى الذى لم يتناول باحثين للربط بينه وبين تحقيق اهداف الدراسة فى تحقيق رضا العملاء النهائيين

ثالثا الإطار النظري للبحث

يتناول الاطار النظرى للبحث مفهوم سلسلة التوريد وإدارتها وكفاءة ادارة المخزون.

1- مفهوم سلسلة التوريد وإدارتها:

تتعدد تعريفات سلسلة التوريد بين كونها شبكة من كيانات الأعمال المستقلة أو شبه المستقلة، مسؤولة بشكل جماعي عن أنشطة تأمين الإحتياجات، والتصنيع، والتوزيع، المتعلقة بعائلة أو أكثر من المنتجات المترابطة (Swaminathan, 1998) وكونها شبكة أعمال من التسهيلات وبدائل التوزيع حيث تؤدي وظائف تجهيز المواد وتحويل تلك المواد إلى مواد نصف مصنعة (وسيطه) ومنتجات تامة، وتوزيع تلك المنتجات التامة إلى العملاء (Gavish & Harrison, 1999). وهناك من يعرف سلسلة التوريد سلسلة التوريد بأنها تتابع من المنظمات تسهيلات- ووظائف وأنشطة تلك المنظمات والتي يتم تضمينها فى الإنتاج والتسليم للمنتج والخدمة، حيث يبدأ التتابع مع الموردين الرئيسيين للمواد الخام ويمتد نطاقه فى كل الطرق وحتى العميل النهائي. وعرفها (Lambert et al., 2005) بشكل مختصر بأنها "شبكة من الشركات أو وحدات الأعمال المستقلة، تمتد من المورد الابتدائي إلى العميل النهائي".

وقد عرفت Institute of Management Accounting سلاسل التوريد على أنها عملية تدفق المواد والمنتجات التامة من الموردين إلى المستهلكين وذلك من خلال سلسلة من أنشطة الصنع والتخزين والتوزيع على مدار نقاط تصنيع وتخزين وتوزيع مختلفة.

كما أوضح (Negassa & Japee (2022) أن سلسلة التوريد تشمل جميع المهام المرتبطة بتلقي وتلبية طلب العميل داخل كل شركة، مثل الشركة المصنعة.

ومن التعريفات السابقة، يمكن تعريف إدارة سلسلة التوريد (SCM) بأنها: هي مجموعة من المنهجيات المستخدمة التكامل بين الموردين، المصنعين، المخازن، وتجار التجزئة، بفعالية، بحيث يجري إنتاج وتوزيع البضائع بالكميات الصحيحة، إلى المواقع الصحيحة، وفي الوقت الصحيح، بحيث تكون تكلفة النظام الكلية أقل ما يمكن مع المحافظة على تحقيق متطلبات مستوى الخدمة.

وهناك عدد من المصطلحات المقابلة لسلسلة التوريد وتشمل أهم المصطلحات المرتبطة بسلسلة التوريد إدارة المواد materials management أو الإمدادات الداخلة (Inbound Logistics (IL، والتوزيع المادي Physical Distribution، أو الإمدادات الخارجة (Outbound Logistics (OL، وإمدادات الأعمال Business

Logistics (BL). وتعد إدارة المواد "مسئولة عن تدفق وانسياب المواد داخل الشركة (وهي عبارة عن مواد خام)، وخلال مراحل تصنيعها، وحتى تصبح منتجات تامة الصنع" (درويش وآخرون، 2005). ويشير التوزيع المادي "إلى حركة المنتجات النهائية، وذلك من خطوط الإنتاج إلى موقع المستهلكين أو الوسطاء" (ماضي، والسيد، 2000). وخلال السبعينات والثمانينات، أدركت الشركات فرص التوفير من دمج الإمدادات الداخلة (IL) (إدارة المواد) والإمدادات الخارجة (OL) (التوزيع المادي) مع بعض تحت مسمى إمدادات الأعمال (BL) (Coyle et al., 1996)، ليتحقق بذلك التكامل الداخلي لتدفق المواد والمنتجات. وتتمثل أهم عناصر إدارة سلسلة التوريد في خمسة عناصر رئيسية هي العميل والمورد والتصنيع والتسليم.

وهناك ثلاثة أنواع رئيسية من العلاقات بين عضوين أو أكثر من أعضاء سلسلة التوريد، وهي: العلاقات المرتبطة بالصفقات Transactional، والعلاقات التعاونية Collaborative أو علاقات المشاركة Partnership، وعلاقات التحالف الإستراتيجي Strategic Alliance (SA). وتعتمد فكرة سلسلة التوريد أساساً على تعزيز العلاقات التعاونية، وإقامة التحالفات، ليس فقط بين الموردين والعملاء المباشرين، بل وبين جميع أو معظم أعضاء السلسلة، وتتقسم التدفقات في سلسلة التوريد إلى تدفقات داخلية وخارجية. تتألف سلسلة التوريد الداخلية لشركة ما من تدفقات المواد، والمعلومات، والأموال بين الشركة وشركائها المباشرين بالعمل. أما سلسلة التوريد الخارجية أو الموسعة وتشمل العلاقات مع الموردين والعملاء.

ويمكن تصنيف التدفقات في سلسلة التوريد إلى ثلاثة أنماط. تتمثل أولى هذه التدفقات في تدفقات المواد وهي تدفقات تمثل حركة المواد الأولية والخدمات من الموردين باتجاه العملاء مروراً بالمصنعين، وهذا يساهم في تخفيض الزمن اللازم في توفير المواد اللازمة للإنتاج، والذي يلعب دوراً مهماً في تخفيض مستويات المخزون مما يؤثر إيجابياً في التكاليف بتخفيضها. ويتمثل الثاني في تدفق معلومات التصميم وهي تدفق المعلومات باتجاهين من العملاء إلى الموردين وبالعكس من الموردين للعملاء، وذلك من خلال اشتراك كل من الموردين والعملاء في تصميم المنتج ومكوناته، وهذا يساهم في تقييم أداء أعضاء سلسلة التوريد بما يوفره من معلومات عن واجبات كل عضو من أعضاء سلسلة التوريد مما يؤثر إيجابياً في جودة المنتج. ويتمثل الثالث في تدفق المدفوعات النقدية وهي تدفقات باتجاه عكسي من العملاء إلى الموردين، تمثل حركة المدفوعات النقدية ثمناً للمواد الأولية.

2- كفاءة إدارة المخزون :

يمثل المخزون Inventory or Stock أهمية بالغة في كل الشركات الصناعية والخدمية على السواء. تحتفظ الشركات الصناعية بمخزون للمواد الخام ومستلزمات الإنتاج بينما تحتفظ المؤسسات الخدمية ببعض المواد المستخدمة في هذه الخدمات مثل الأطقمة للمطاعم والملابس لمحلات الملابس وهكذا. ومع ذلك لا يلقى التحكم في المخزون الاهتمام المناسب على الرغم من تأثير ذلك على أداء الشركات، فزيادة المخزون تشكل مشكلة

ونقصان المخزون يشكل مشكلة أخرى حيث أن نقصان المخزون يؤدي إلى تعطل الإنتاج بينما زيادة المخزون تعني عدم استثمار قيمة المخزون الزائد واستغلال مساحة تخزينية بدون فائدة.

وتتمثل الأهداف الأساسية لكفاءة إدارة المخزون في مواجهة الطلب المحتمل الفجائي أو الموسمي على المنتجات وكى لا تتأثر المراحل الإنتاجية ببعضها والاستفادة من وفورات الحجم والتحوط من مخاطر تغيرات الأسعار.

وتتمثل إدارة المخزون في تخطيط المخزون ومراقبته، حيث أن الهدف من تخطيط المخزون هو الإجابة على سؤالين أساسيين هما متى يتم الطلب وما هي الكمية المطلوبة ويتم تحديد الكمية التي سيتم طلبها من خلال كمية الطلب الاقتصادية.

بلغ من أهمية التحكم في المخزون أن بعض المؤسسات استخدمته كأداة لاكتساب ميزة تنافسية. فشركة تويوتا استهدفت تقليل المخزون بكافة أنواعه JIT والتي ابتكرت سياسة تقليل الفواقد TOYOTA اليابانية والذي أدى إلى تحسين العملية الإنتاجية وقلل من تكلفة المخزون وأصبحت تويوتا مثلاً تحاول الشركات استخدمت التحكم في IDELL الأمريكية والأوروبية الاقتداء بها.

ويتطلب التحكم في المخزون بشكل جيد تجميع بيانات وتحليلها وإجراء بعض العمليات الحسابية وبناء علاقات متميزة مع الموردين واستخدام تكنولوجيا المعلومات، وللتحكم في المخزون لابد من وجود تنوع جيد لاحتياجات السوق في الفترة المقبلة ولابد من استخدام نماذج رياضية مناسبة لتحديد كمية التوريد ووقت التوريد. كذلك يستلزم الأمر وجود نظام للمعلومات لمتابعة حركة المخزون وتحديد الاحتياجات. ومن الأمور المرتبطة ارتباطاً شديداً بالتحكم في المخزون العلاقة مع الموردين واختيارهم وتقييمهم.

3- رضاء العملاء:

يعد مفهوم الجودة في ما تقدمه للعميل من بين أهم هذه السبل التي يتعين على أي مؤسسة أن تسعى لتفعيلها بشكل إستراتيجي في نشاطاتها التسويقية. ويعد بناء الولاء لدى العميل للمؤسسات والعلامات التجارية هدف إستراتيجي تسعى إليه المؤسسات لما يحققه من نمو واستمرارية لنشاطها ولاسيما على المدى الطويل. ويعتبر الرضاء لدى العميل من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة من التأكد من جودة سلعها وخدماتها، لأنه يعتبر مصدر ولاء العملاء للمنظمة. لذلك تسعى إلى العمل على زيادة درجة الرضاء لدى عملائها للمحافظة على بقائها في السوق، لذلك سنتعرف في هذا المبحث على مفهوم الرضاء وخصائصه.

توجد العديد من التعاريف الخاصة برضاء العميل ونذكر منها الإنطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها العميل عند الشراء. وهناك من يرى أنه شعور العميل الناتج عن المقارنة بين خصائص المنتجة مع توقعاته أو الحكم على جودة المنتج الناتج عن مقارنة بين توقعات العميل للخدمة والأداء. وهناك من يعرفه

على أنه مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك وتوقعاته. وهناك من يرى أنه حالة نفسية لما بعد شراء وإستهلاك خدمة معينة، يترجم بواسطة شعور عابر أو مؤقت ناتج عن الفرق بين توقعات العميل والأداء المدرك، ويعتمد بالتوازي مع ذلك على الموقف السابق تجاه الخدمة. ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن الرضاء عبارة عن شعور وإحساس نفسي يعبر عن الفرق بين أداء السلعة أو الخدمة المدركة وتوقعات العميل.

رابعاً : الدراسة التطبيقية

بناءً على الفروض التي تم تناولها خلال البحث والدراسة الاستطلاعية تبين وجود خمسة معايير تستحوذ علي أعلى النسب من كفاءة إدارة المخزون بإجمالي (60.9%) وذلك من وجهة نظر المديرين التنفيذيين. وبالتالي تم تحديد متغيرات البحث فيما يلي :

أ- المتغيرات المستقلة:

كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد بأبعاد خمسة هي كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات وكفاءة توفير المنتجات الجديدة وكفاءة تداول المنتجات وكفاءة نظام المعلومات.

ب- المتغير التابع:

ويمثله معايير رضاء العملاء النهائيين والتي تم تحديدها من خلال العينة الاستطلاعية العشوائية للبحث والتي قدرها (50) مستهلكا من العملاء النهائيين والمتريدين على معارض هايبروان من خلال سؤالهم عن مفهوم "رضاء المستهلكين لديهم وما هي ابعاده / معاييرهم من وجهة نظرهم فكانت المعايير رضاء العملاء النهائيين بأبعاد خمسة هي توافر المنتجات المطلوبة والرضاء عن الاسعار مقارنة بالخارج والرضاء عن حالة المنتجات المطلوبة داخل المكان والرضاء عن جودة المنتجات المعروضة والرضاء عن المكان بشكل عام.

وتتمثل الفرضية الأساسية للدراسة في أنه "لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ورضاء المستهلك النهائي في هايبروان للتجارة". ويندرج عن هذه الفرضية خمسة فرضيات فرعية هي:

- (1) لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد بأبعاده الخمسة ورضاء المستهلك النهائي وتوافر المنتجات المطلوبة في هايبروان للتجارة .
- (2) لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد بأبعاده الخمسة ورضاء المستهلك النهائي عن الأسعار مقارنة بمنافسي هايبروان للتجارة .

- (3) لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد بإبعاده الخمسة ورضاء المستهلك النهائي عن حالة المنتجات المطلوبة داخل هايبروان للتجارة .
- (4) لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد بإبعاده الخمسة ورضاء المستهلك النهائي عن جودة المنتجات المعروضة في هايبروان للتجارة .
- (5) لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد بإبعاده الخمسة ورضاء المستهلك النهائي عن المكان بشكل عام في هايبروان للتجارة .

تم تحديد مجتمع البحث من المستهلكين النهائيين المترددين على معارض هايبروان بمعرضى الشيخ زايد والعاشر من رمضان. تم اختيار حجم العينة من مجتمع البحث كنسبة من اجمالى المترددين على أن تشمل حجم العينة 384 مفردة، وتحدد مستوى الثقة عند 95 %، ومقدار الخطأ المسموح عند التقدير 0.05، وللحرص على الأعداد المطلوبة لعينة البحث سيتم زيادة أعداد الاستمارات الموزعة على عينة البحث لتصل إلى 400 استمارة، بمعدل 200 استمارة لكل معرض من المعرضين سالفى الذكر. كما تم جمع البيانات الخاصة بعينة الدراسة من خلال المقابلات الشخصية مع المستهلكين المترددين على المعارض المذكورة بالاعتماد على أسلوب العينة الاعترافية Intercept Sample من خلال اعتراض مفردة واحدة بشكل منتظم كل عشرين دقيقة تقريباً (وهو الوقت اللازم للانتهاء من استيفاء استمارة الاستقصاء) من العملاء المترددين بالمكان الذى ستم فيه استيفاء استمارة الاستقصاء.

وقد تم الاستعانة لتحليل بيانات الاستبيان ببرنامجين إحصائيين هامين هما برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) Statistical Package for the Social Sciences بالإضافة إلى استخدام أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) Structural Equation Modeling بواسطة برنامج Analysis Of Moment Structures (AMOS) .

وتجدر الإشارة إلى أنه تم إستبعاد مائة استمارة لأسباب عدة منها عدم ملئ الاستمارة بالشكل المطلوب أو لأخطاء موجوده في إجابات المستهلكين.

خامسا: نبذه عن مجموعة شركات هايبروان:

يعد هايبروان واحداً من أكبر سلاسل المحال التجارية فى مصر، و يشتمل على فرعين اساسيين احدهما بمدينة الشيخ زايد بالسادس من أكتوبر والآخر بمدينة العاشر من رمضان بطريق مصر الإسمايلية الصحراوى .

وهناك ما يزيد عن 3500 من الأيدي العاملة ، ويتكون هايبروان من أربعة إدارات منقسمة إلى ثلاثون قسما بدءاً من تحضير المأكولات والمخبوزات اليومية إلى أحدث الأجهزة الكهربائية والإلكترونية.

سادساً: نتائج الدراسة الاحصائية

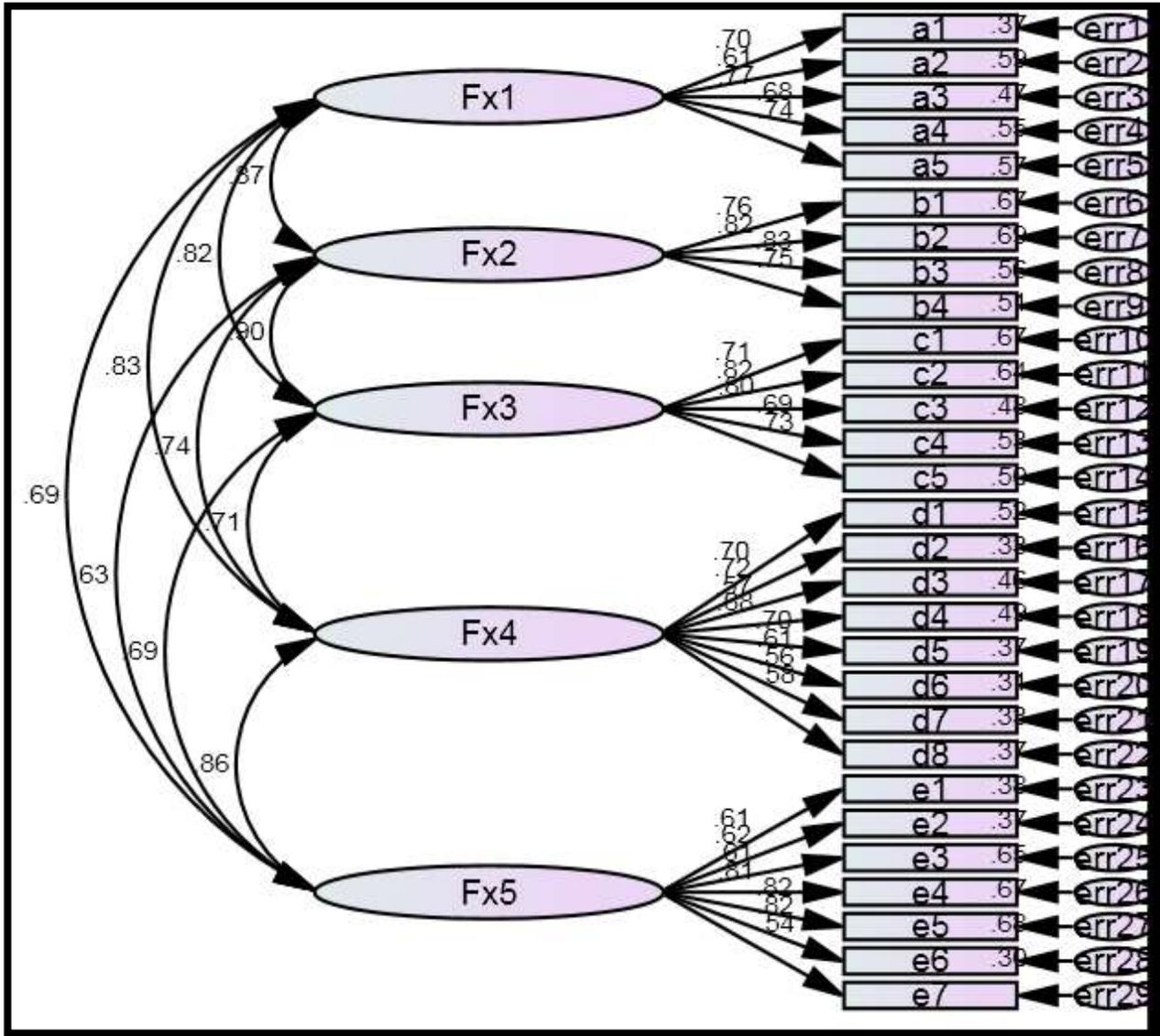
للتحقق من ثبات استبيان دراسة العلاقة بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ورضاء المستهلك النهائي استخدم الباحث أسلوب ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha - α) وذلك بهدف اختبار ثبات الأداة باعتباره أكثر أساليب تحليل الاعتمادية دلالة في تقييم درجة التماسق الداخلي بين محتويات أو بنود المقياس الخاضع للاختبار. كما اعتمد الباحث علي طريقة الإتساق الداخلي Internal Consistency لقياس معامل الثقة / الثبات بالنسبة للمقاييس المجمعّة بهدف تقليل أخطاء القياس العشوائية وبحيث يمكن الاعتماد علي مقاييس الدراسة.

وقد أظهرت نتائج تحليل الإعتدالية أن معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha للمقياس ككل يقع في الحدود المقبولة، كما كانت معاملات ألفا Alpha بالنسبة للعبارات ككل وذلك بتطبيقها علي عينة قوامها (300) مفردة من المترددين علي معارض هايبروان (مجتمع الدراسة) حيث تدل معاملات الثبات على تمتع الأداة بصورة عامة بمعامل ثبات عالٍ على قدرة الأداة على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran, 2003)، حيث اتضح أن معامل ثبات "كفاءة توفير المنتجات الجديدة" هو الأكثر ثباتاً حيث بلغت قيمتها 86.5% كبعد من أبعاد كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد، في حين نجد أن بعد توافر المنتجات المطلوبة كبعد من أبعاد رضاء المستهلك النهائي الأعلى ثباتاً فقد بلغ معامل ثباته ما قيمته 84.5%، وهو ما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها الإستمارة نتيجة تطبيقها.

وباستخدام أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية Structural Equation Modelin اتضح من النتائج أن أفضل النماذج المقدرّة من حيث جودة التوافق لبيانات عينة البحث هو الذي يتميز بتوفر أفضل قيم لأكبر عدد من مؤشرات التقييم ولا يتم الحكم علي النموذج في ضوء مؤشر بمفرده دون الآخر.

نتائج التحليل العملي التأكدي لمقاييس أبعاد كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد :

يوضح الشكل التالي (1) مخرجات التحليل العملي التأكدي لمقاييس كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد حيث يوضح الشكل المسار التخطيطي لنموذج التحليل العملي التأكدي لمتغيرات أداة القياس حيث بلغت قيمة كا (1232.403) بدرجات حرية 367 ومستوي معنوية 0.000.



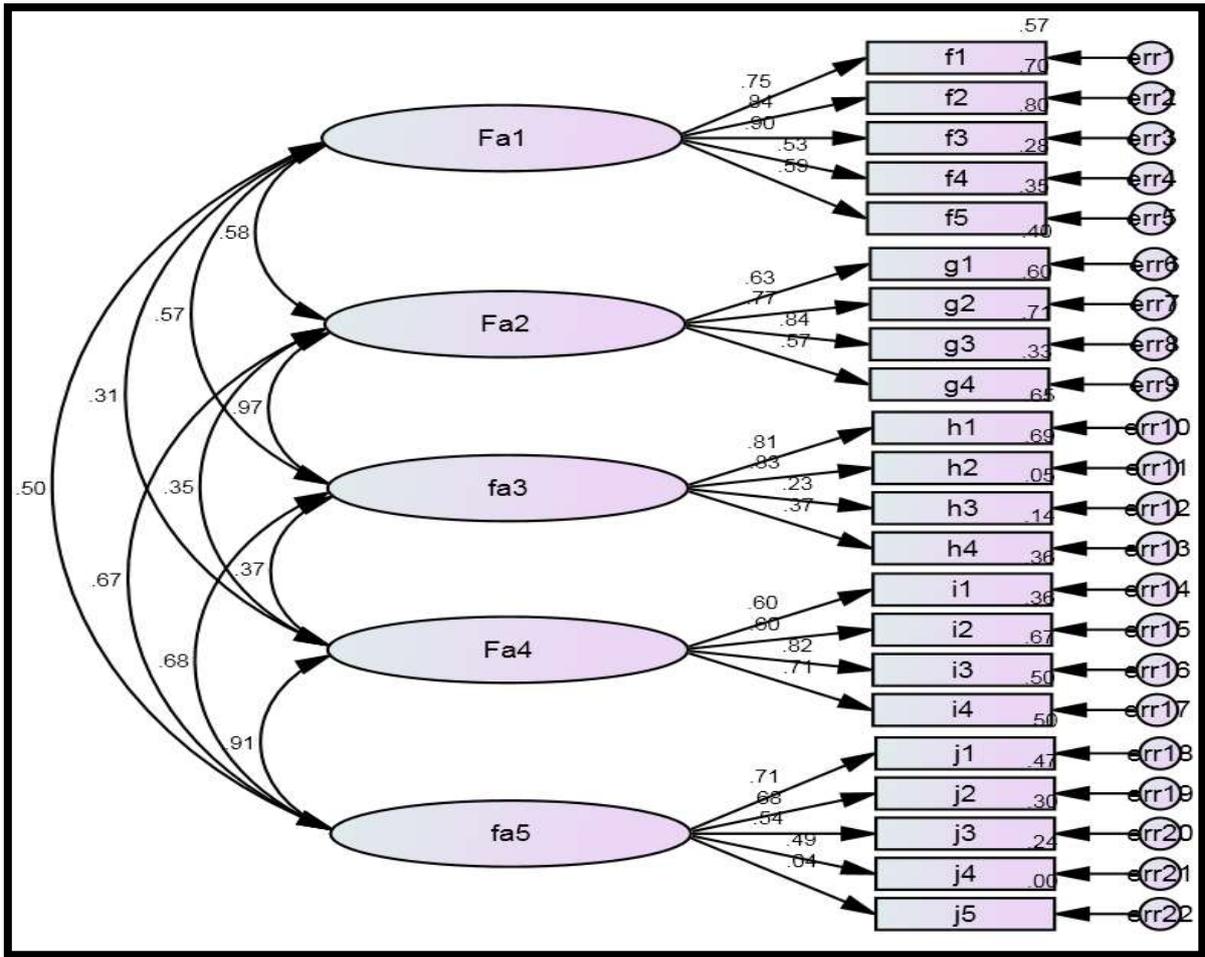
شكل رقم 1 : نموذج نتائج التحليل العاملي التأكيدي لمقاييس كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد

وقد تم تقدير معاملات نموذج التحليل العاملي التأكيدي للمتغير كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد وكذا مؤشرات جودة التوفيق الكلية لنموذج القياس كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد. وقد أوضحت النتائج جودة توفيق وتماسك داخلي قوى إلي حد ما للمقياس ومن ثم يمكن الاعتماد عليه في ظل كون جميع قيم المعلمات المقدرة للانحدار المعياري أكبر من 50%. بالإضافة إلى أن قيمة مربع كاي 1232.403 ومستوى المعنوية 0.000 وأن قيمة مربع كاي المعياري 3.358. وقد كانت جميع مؤشرات جودة التوفيق مقبولة إلي حد ما سواء مؤشر جودة التوفيق 0.761 أو مؤشر جودة التوفيق المصحح 0.716 أو مؤشر جودة التوفيق المعياري 0.778 أو مؤشر جودة التوفيق النسبي 0.755 أو مؤشر جودة التوفيق المتزايد 0.833 أو مؤشر توكر لويس 0.814 أو

مؤشر جودة التوفيق المقارن 0.832. وكان الجذر التربيعي لمتوسط مربعات البواقي كانت قيمته في الحدود المسموح بها حيث بلغ 0.057.

نتائج التحليل العاملي التأكيدي لمقاييس أبعاد رضا المستهلك النهائي

يوضح الشكل التالي (2) مخرجات التحليل العاملي التأكيدي لمقاييس رضا المستهلك النهائي حيث يوضح الشكل المسار التخطيطي لنموذج التحليل العاملي التأكيدي لمتغيرات أداة القياس حيث بلغت قيمة χ^2 (1018.618) بدرجات حرية 199 ومستوى معنوية 0.000.



شكل 2 : نموذج نتائج التحليل العاملي التأكيدي للمقاييس رضا المستهلك النهائي

وقد تم تقدير معاملات نموذج التحليل العاملي التأكيدي للمتغير رضا المستهلك النهائي وكذا مؤشرات جودة التوفيق الكلية لنموذج القياس رضا المستهلك النهائي. وقد أوضحت النتائج جودة توفيق وتماسك داخلي قوى إلي حد ما للمقياس ومن ثم يمكن الاعتماد عليه. وقد أوضحت النتائج جودة توفيق وتماسك داخلي قوى إلي حد ما للمقياس ومن ثم يمكن الاعتماد عليه في ظل كون جميع قيم المعلمات المقدره للانحدار المعيارى أكبر من 50%. بالإضافة إلى أن قيمة مربع كاي 1018.618 ومستوى المعنوية 0.000 وأن قيمة مربع كاي المعيارى 5.119.

وقد كانت جميع مؤشرات جودة التوفيق مقبولة إلى حد ما سواء مؤشر جودة التوفيق 0.768 أو مؤشر جودة التوفيق المصحح 0.705 أو مؤشر جودة التوفيق المعياري 0.662 أو مؤشر جودة التوفيق النسبي 0.662 أو مؤشر جودة التوفيق المتزايد 0.751 أو مؤشر توكر لويس 0.709 أو مؤشر جودة التوفيق المقارن 0.749. وكان الجذر التربيعي لمتوسط مربعات البواقي كانت قيمته في الحدود المسموح بها حيث بلغ 0.072.

سابعاً: اختبار فرضيات الدراسة:

تم اختبار الفرضيات الخاصة بالدراسة كالتالي:

الفرض الرئيس: “لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ورضاء المستهلك النهائي في هيبير وان للتجارة” ويندرج تحته خمسة فروض فرعية وهي:

الفرض الفرعي الأول H₁:

لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات، كفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضاء المستهلك النهائي وتوافر المنتجات المطلوبة في هيبير وان للتجارة.

لاختبار الفرضية الفرعية الأولى H₁ تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لمتغير (كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد)، باستخدام طريقة stepwise التي تقلل عدد المتغيرات غير ذات المعنوية sig وتبقي العبارات (البنود) ذات المعنوية. وقد اتضح أن المتغيرين “كفاءة تقديم المنتجات، كفاءة نظام المعلومات” لهما علاقة بالمتغير التابع توافر المنتجات المطلوبة حيث أنه عندما يزداد كل منهما يزداد عنصر توافر المنتجات المطلوبة كأحد أبعاد “رضاء المستهلك النهائي” .

وبالتالي تم رفض فرض عدم الفرعي الأول وقبول الفرض البديل بأنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد وتوافر المنتجات المطلوبة، وترجع تلك العلاقة إلى توافر المنتجات المطلوبة و(كفاءة تقديم المنتجات، وكفاءة نظام المعلومات).

الفرض الفرعي الثاني H₂:

لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضاء المستهلك النهائي عن الأسعار مقارنة بالخارج في هيبير وان للتجارة .

لإختبار الفرضية الفرعية الثانية H₂ تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لمتغير (كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد)، باستخدام طريقة stepwise التي تقلل عدد المتغيرات غير ذات المعنوية sig وتبقي العبارات (البنود)

ذات المعنوية. وقد أوضحت النتائج أن المتغيرين "كفاءة توافر الكميات وكفاءة نظام المعلومات" لهما علاقة بالمتغير التابع "الرضاء عن الأسعار مقارنة بالمنافسين" حيث أنه عندما يزداد كل منهما وحدة واحدة يزداد عنصر الرضاء عن الاسعار مقارنة بالمنافسين كأحد أبعاد "رضاء المستهلك النهائي بمقدار 0.457 و0.303 وحدة علي التوالي.

وبالتالى يتم رفض فرض العدم الفرعي الثاني وقبول الفرض البديل بأنه: توجد علاقة ذات دلالة معنوية كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد وتوافر المنتجات المطلوبة. وترجع تلك العلاقة إلي كفاءة توافر الكميات، وكفاءة نظام المعلومات.

الفرض الفرعي الثالث H₃:

لا توجد علاقه معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضاء المستهلك النهائي عن حالة المنتجات المطلوبة داخل المكان فى هايبر وان للتجارة

لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة H₃ تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لمتغير (كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد)، باستخدام طريقة stepwise . وقد اتضح أن المتغيرات "كفاءة نظام المعلومات وكفاءة توافر الكميات وكفاءة تقديم المنتجات" لهم علاقة بالمتغير التابع الرضاء عن حالة المنتجات المطلوبة داخل المكان حيث أنه عندما يزداد كل منهما وحدة واحدة يزداد عنصر الرضاء عن حالة المنتجات المطلوبة داخل المكان، كأحد أبعاد رضاء المستهلك النهائي بمقدار 0.283 و0.184 و0.194 وحدة علي التوالي.

وبالتالى تم رفض فرض العدم الفرعي الثالث وقبول الفرض البديل بأنه: توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، وكفاءة توفير المنتجات الجديدة، وكفاءة تداول المنتجات، وكفاءة نظام المعلومات) ورضاء المستهلك النهائي عن حالة المنتجات المطلوبة داخل المكان فى هايبر وان للتجارة. وترجع تلك العلاقة إلي كفاءة المعلومات، كفاءة توافر الكميات، كفاءة تقديم المنتجات.

الفرض الفرعي الرابع H₄:

لا توجد علاقه معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، وكفاءة توفير المنتجات الجديدة، وكفاءة تداول المنتجات، وكفاءة نظام المعلومات) ورضاء المستهلك النهائي عن جودة المنتجات المعروضة فى هايبر وان للتجارة . لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة H₄ تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لمتغير (كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد)، باستخدام طريقة stepwise . وقد اوضحت النتائج أن المتغيرين "كفاءة توافر المنتجات، كفاءة توافر الكميات" لهما علاقة بالمتغير التابع "الرضاء عن جودة المنتجات

المعروضة" حيث أنه عندما يزداد كل منهما وحدة واحدة يزداد عنصر الرضاء عن جودة المنتجات المعروضة كأحد أبعاد رضاء المستهلك النهائي بمقدار 0.374 و 0.150 وحدة علي التوالي.

وبالتالي تم رفض فرض العدم الفرعي الرابع وقبول الفرض البديل بأنه: توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) وال"رضاء عن جودة المنتجات المعروضة، وترجع تلك العلاقة إلي كفاءة توافر المنتجات وكفاءة توافر الكميات.

الفرض الفرعي الخامس H₅:

لا توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضاء المستهلك النهائي عن المكان بشكل عام في هايبر وان للتجارة .

لإختبار الفرضية الفرعية الخامسة H₅ تم إستخدام تحليل الإنحدار المتعدد لمتغير (كفاءة ادارة المخزون داخل سلسلة التوريد) بإستخدام طريقة stepwise. وقد أوضحت النتائج أن المتغيرات "كفاءة توافر الكميات، وكفاءة تقديم المنتجات، وكفاءة تداول المنتجات" لهم علاقة بالمتغير التابع "الرضاء عن المكان بشكل عام" حيث أنه عندما يزداد كل منهما وحدة واحدة يزداد عنصر الرضى عن المكان بشكل عام كأحد أبعاد "رضاء المستهلك النهائي بمقدار 0.305 و 0.263 و 0.1982 وحدة علي التوالي.

وبالتالي تم رفض فرض العدم الفرعي الخامس وقبول الفرض البديل بأنه: توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) وال"رضاء عن المكان بشكل عام. وترجع تلك العلاقة إلي كفاءة توافر الكميات، كفاءة تقديم المنتجات، كفاءة تداول المنتجات.

ثامنا : نتائج الدراسة الميدانية :

اختبارات الفروض.

✓ تم رفض الفرض الفرعي الأول:

مما سبق التوصل إليه من خلال التحليل الاحصائي :

رفض الفرض الفرعي الأول وقبول الفرض البديل بأنه توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات، كفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) وتوافر المنتجات المطلوبة.

وترجع تلك العلاقة إلي توافر المنتجات المطلوبة و(كفاءة تقديم المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) طبقا للمعادلة:

-

توافر المنتجات المطلوبة = $0.519 + 0.818$ كفاءة تقديم المنتجات = $0.247 + 0.725$ كفاءة
نظام المعلومات

✓ تم رفض الفرض الفرعي الثاني:

مما سبق التوصل إليه من خلال التحليل الإحصائي :

رفض الفرض الفرعي الثاني وقبول الفرض البديل بأنه توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضا المستهلك النهائي عن الأسعار مقارنة بالخارج.
وترجع تلك العلاقة إلي (كفاءة توافر الكميات، وكفاءة نظام المعلومات) طبقاً للمعادلة:

الرضا عن الأسعار مقارنة بالخارج = $0.874 + 0.570$ كفاءة توافر الكميات + 0.353 كفاءة
نظام المعلومات

✓ تم رفض الفرض الفرعي الثالث:

مما سبق التوصل إليه من خلال التحليل الإحصائي:

رفض الفرض الفرعي الثالث وقبول الفرض البديل بأنه توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضا المستهلك النهائي عن حالة المنتجات المطلوبة داخل المكان.
وترجع تلك العلاقة إلي (كفاءة المعلومات، كفاءة توافر الكميات، كفاءة تقديم المنتجات) طبقاً للمعادلة:

الرضا عن حالة المنتجات المطلوبة داخل المكان = $1.378 + 0.283$ كفاءة المعلومات + 0.184 كفاءة
توافر الكميات + 0.194 كفاءة تقديم المنتجات.

✓ تم رفض الفرض الفرعي الرابع:

مما سبق التوصل إليه من خلال التحليل الإحصائي :

رفض الفرض الفرعي الرابع وقبول الفرض البديل بأنه توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضا المستهلك النهائي عن جودة المنتجات المعروضة.
وترجع تلك العلاقة إلي (كفاءة توافر المنتجات وكفاءة توافر الكميات) طبقاً للمعادلة:

الرضا عن جودة المنتجات المعروضة = $2.017 + 0.374$ كفاءة توافر المنتجات + 0.150 كفاءة
توافر الكميات

✓ تم رفض الفرض الفرعي الخامس:

مما سبق التوصل إليه من خلال التحليل الإحصائي :

رفض الفرض الفرعي الخامس وقبول الفرض البديل بأنه توجد توجد علاقة معنوية بين كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد (كفاءة تقديم المنتجات وكفاءة توافر الكميات، كفاءة توفير المنتجات الجديدة، كفاءة تداول المنتجات، كفاءة نظام المعلومات) ورضاء المستهلك النهائي عن المكان بشكل عام.

وترجع تلك العلاقة إلي (كفاءة توافر الكميات، كفاءة تقديم المنتجات، كفاءة تداول المنتجات) طبقا للمعادلة:

$$\text{الرضاء عن المكان بشكل عام} = 1.141 + 0.305 \text{ كفاءة توافر الكميات} + 0.263 \text{ كفاءة تقديم المنتجات} + 0.182 \text{ كفاءة تداول المنتجات}$$

خامسا : توصيات البحث :

أثبتت العمليات الإحصائية السابقة إلي وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين كلا من "كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ورضاء المستهلك النهائي " كأحد مخرجات عمليات سلسلة التوريد، لذا من الممكن أن نجمل التوصيات في ما يلي:

- (1) علي المنظمات التي تعمل في نفس المجال أن تأخذ موضوع الدراسة علي محمل الاهتمام لما له من أهمية كبيرة علي استمرارية المنظمة في السوق.
- (2) الإهتمام بعناصر كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ككل والعمل علي زيادة كفاءتها ذلك الذي يؤدي بدوره إلي تحسين أداء المنظمة بطرق فعالة لتتوافق مع التغيير المستمر في متطلبات العملاء النهائيين.
- (3) الإهتمام بمخرجات سلسلة التوريد ككل بالإضافة إلي "رضاء المستهلك النهائي علي وجه الخصوص بما يمثله من أهمية لدي المنظمة، ذلك الذي يجعله محكما لأداء المنظمات في نفس المجال مما يخلق لديها سبيلا لمراقبه جوده مخرجات عملياتها ومقارنتها بالمنافسين.
- (4) وضع خطة واضحة تحتوي علي عدد من العمليات التي تقيم أداء سلسلة التوريد داخل المنظمة من خلال المعلومات المرتدة Feedback من المستهلكين النهائيين ذلك الذي يحقق أعلي كفاءة وفاعلية ممكنة مما يحقق ميزة تنافسية واضحة لدي المنظمة علي أقرانها في نفس المجال.
- (5) فتح المجال أمام الدراسات اللاحقة للدارسين والباحثين للتعلم أكثر مع عناصر إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد لإثراء المكتبة العربية.

وتم وضع الخطة التنفيذية لبعض توصيات الدراسة :

* الخطة الزمنية للتوصيات

الاطار الزمني	الموارد المطلوبة	مسؤولية التنفيذ	اليات التنفيذ	التوصيات المقترحة للتنفيذ
6 اشهر	مواد معرفية	ادارة الموارد البشرية بالتنسيق مع كل من ادارة المخازن وادارة المشتريات	- تحديد الفجوة التدريبية التي تحتاجها اليها الشركة - تحديد البرامج التدريبية والتأهيلية بعد الرجوع الى مراكز متخصصة - وضع برنامج زمني لتنفيذ خطة التأهيل والتطوير.	1) الإهتمام بعناصر كفاءة إدارة المخزون داخل سلسلة التوريد ككل والعمل علي زيادة كفاءتها ذلك الذي يؤدي بدوره إلي تحسين أداء المنظمة بطرق فعالة لتتوافق مع التغيير المستمر في متطلبات العملاء النهائيين.
سنة		الادارة العليا مع كافة الادارات والاقسام بالشركة	- تحديد مخرجات سلسلة التوريد ومتابعة المعوقات التي تتسبب في تحقيق عدم رضاء المستهلكين - تحديد سبلا لمراقبة جودة المخرجات للعمليات وبالتالي تحديد مقومات المنافسة لتحديد اوجه القصور والقوة لكافة المخرجات - وضع برنامج زمني لتنفيذ تلك العملية	2) الإهتمام بمخرجات سلسلة التوريد ككل بالإضافة إلي "رضاء المستهلك النهائي علي وجه الخصوص بما يمثله من أهمية لدي المنظمة، ذلك الذي يجعله محكما لأداء المنظمات في نفس المجال مما يخلق لديها سببلا لمراقبه جوده مخرجات عملياتها ومقارنتها بالمنافسين.
الاطار الزمني	الموارد المطلوبة	مسؤولية التنفيذ	اليات التنفيذ	التوصيات المقترحة للتنفيذ
سنة		الادارة اللوجستية بالتنسيق مع ادارة نظم المعلومات وادارة الموارد البشرية بالرجوع الى الادارة العليا	- تحديد العناصر الرئيسية التي تساعد على وضع الخطة تنفيذية لعمليات سلاسل الامداد - تنسيق تدفق المعلومات الى كافة الادارات المنوطة بوضع الخطة التنفيذية مع وضع الية المتابعة والتغذية المرتدة من المعلومات - التدقيق في اجرا بحوث تسويقية تتناسب مع المعلومات المرتدة من قبل المستهلكين النهائيين	3) وضع خطة واضحة تحتوي علي عدد من العمليات التي تقيم أداء سلسلة التوريد داخل المنظمة من خلال المعلومات المرتدة Feedback من المستهلكين النهائيين ذلك الذي يحقق أعلي كفاءة وفاعلية ممكنة مما يحقق ميزة تنافسية واضحة لدي المنظمة علي أقرانها في نفس المجال.

المصدر: الجدول من إعداد الباحث

راجع ومصادر البحث

أولاً: المراجع باللغة العربية :

- ممدوح عبد العزيز رفاعي ، 2004 ، أثر تطبيق إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على ظاهرة السحب العكسي للمخزون في ضوء مشاركة معلومات الطلب “ راسة تطبيقية على السلع المعمرة“.
- بوعنان نورالدين ، 2007 ، رسالة ماجستير ، (جودة الخدمات وأثرها على “رضاء العملاء) تخصص التسويق ، جامعة محمد بوضياف ، مسيلة ، الجزائر .
- ثابت إدريس ، 2005 ، بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض ، الدار الجامعية بالإسكندرية .
- سميحة بلحسن ، 2012 ، رسالة لنيل شهادة الماجستير، (تأثير جودة الخدمات على تحقيق “رضاء الزبون -دراسة حالة مؤسسة موبيليس) تخصص تسويق الخدمات - جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - الجزائر .
- عايدة نخلة رزق الله ، 2002 ، دليل الباحثين في التحليل الإحصائي ، الاختبار والتفسير ، دار البيان ، القاهرة .
- العباسي ، عبد الحميد ، 2010 ، “التحليل الإحصائي المتقدم باستخدام SPSS” معهد الدراسات والبحوث الإحصائية عبد العزيز رفاعي ممدوح ، 2006 ، “إدارة سلاسل التوريد: مدخل تحليلي ، مصر، جامعة عين شمس .
- محمد شيخ ديب صلاح، 2004، استخدام نموذج برمجة الأهداف في إدارة سلسلة التوريد: دراسة تطبيقية على قطاع الغزل والنسيج في مصر ، مصر ، رسالة دكتوراه ، جامعة عين شمس .
- محمد عوض، سليمان ، 2006 ، إطار مقترح لنظام دعم قرارات سلسلة التوريد: بالتطبيق على صناعة الأغذية، مصر، رسالة دكتوراه ، جامعة عين شمس .
- محمد فتحي محمد علي وآخرون، 1993، الإحصاء وبحوث العمليات، القاهرة، مكتبة عين شمس، (ص.145)
- محمد فريد الصحن ، 2002، قراءات في إدارة التسويق ، الدار الجامعية ، مصر، ص -71 .
- مزيان عبد القادر ، 2012 ، مذكرة ماجستير (أثر محددات جودة الخدمات على “رضاء العملاء) تخصص: تسيير دولي - جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان - الجزائر .
- نائل صفدي ومؤيد شحادة ومعاذ شحادة- ، 2011 ، مدى “رضاء العاملين وأثره على جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة الاتصالات الفلسطينية، مشروع تخرج - قسم تسويق - كلية الاقتصاد والعلوم الادارية - جامعة النجاح الوطنية - فلسطين .
- هاني حام الضمور ، 2008 ، تسويق الخدمات ، دار وائل للطباعة والنشر .

ثانيا : المراجع باللغة الإنجليزية :

- Ahmed, Abdullah. (2021). The Importance of Supply Chain Management Practices in Increasing Customer Satisfaction and Customer Retention: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Scientific Research and Management*. 9. 2136-2151. 10.18535/ijssrm/v9i03.em04.
- Anderson, F. E. Britt, and D. Fvere, (1997), "The Seven Principles of Supply Chain Management", *Supply Chain Management Review*, Issue. Spring. p. 12.
- Ashish A.; S.Rao and T. Ragu-Nathan, (2013). Impact of SCM Practices of a Firm on Supply Chain Responsiveness and Competitive Advantage of a Firm. *Journal of Applied Business Research* .29 (2): 499-530.
- Beamon, Benita M., (1998), (Supply Chain Design and Analysis: Models and Methods); *International Journal of Production Economics* (55), 281 -274.
- Belin.A, The measure of satisfaction client on the markets industry , The marketing and ANFOR , Paris , 2007
- Christopher, M. and J. Gattorna, (2005). Supply Chain Cost Management and Value- Based Pricing, *Industrial Marketing Management*. 34(2): 104-126.
- Daniel Ray, Measurer and development the satisfaction of clients, 2nd edition of organization, Paris, 2001.
- Davis, Mark M. *et al.*, (2003), "Operations management for competitive advantaged", 4th ed., McGraw-Hill, Irwin
- Fawcett, S.; J. Andraski; M. Amydee, and G., Magnan (2009). The Art of Supply Change Management. *Supply Chain Management Review*. 13(8): p.p. 18-25.
- Gaither, Norman & Frazier, Greg, (1999), (Production and Operations Management); 8thed, South Western College Publishing.
- Gatobu F. H. (2022). Supply Chain Collaboration as a Driver of Customer Satisfaction Among Manufacturing Firms in Kenya. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*-- Volume 5 Issue 6.
- Ghatebi M.; E. Ramezani and M., Shiraz (2013). Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage in Manufacturing Companies of Khuzestan Province, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 5(6): 269-274.
- Ghatebi M.; E. Ramezani and M., Shiraz (2013). Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage in Manufacturing Companies of Khuzestan Province, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 5(6) p.p. 269- 274.
- Hair, J.F.; Jr, Black, W. C.; Babin, B. J. and Anderson, R.E. (2010), "Multivariate data analysis" (7th Edition). Upper Saddle River: Prentice Hall . p. 135
- Hamister, J. (2012). Supply Chain Management Practices in Small Retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 40 (6): 427-450.
- Hedley, A. (2013). Outsourcing Competitive Advantage? The Lawyer Management, available online at:

- Khan M.D.; Schaefer, D.; Milisavljevic-Syed J. (2022). Supply Chain Management 4.0: Looking Backward, Looking Forward. *Procedia CIRP* 107 (2022) 9–14. 55th CIRP Conference on Manufacturing Systems.
- Krajewski, L.J., & Ritzman, L., 1999, “Operations Management Strategy and Analysis”, 5th Ed., Addison- esley New York.
- Laurent Hermel, Measure the satisfaction client ANFOR, Paris, 2004
- Li S.; B. Ragu-Nathan; T. Ragu-Nathan and S. Rao (2006). The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance. *International Journal of Management Science*. 34 (2): 107 – 124.
- Li S.; B. Ragu-Nathan; T. Ragu-Nathan and S. Rao (2006). The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance. *International Journal of Management Science*. 34 (2): 107 – 124.
- Monique Zollinger & Eric Lamarque, Marketing and strategies in Banks, 3rd Edition, Dunned, Paris, 1999, P73.
- Negassa, G. & Japee, G. (2022). The Effects of Supply Chain Management on Customer Satisfaction in Small and Micro Enterprises, Tigray Region, Ethiopia.
- Ojoajogu Atadoga, Mark. (2023). The Role of Supply Chain Management on Customer Satisfaction. *Peace Review*. Volume 4,. 136-145.
- Prathiba, S. (2020). Can Supply Chain Management Practices Influence Customer Satisfaction and Loyalty? *Journal of Supply Chain Management Systems*, 9, 1.
- Russell, Roberta and Taylor III, Bernard W., 2000, “Operations management”, 3rd ed., Prentice- Hall, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Sekaran, U. and Bougie, R., (2010), Research Methods for Business : A skill Building Approach, John Willey and Sons, Ltd, Publication, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex, UK.
- Tan, K., et al., 1998, “Supply chain strategies”, spring, Information systems management, New York.
- Vokurka R.; Z. Gail and L. Carl, (2002). Improving Competitiveness through Supply Chain Management: A Cumulative Improvement Approach. *Competitiveness Review*. 12(1): 14-25.
- Warnecke, R. B., Johnson, T. P., Chávez, N., Sudman, S., O'rourke, D. P., Lacey, L., & Horn, J. (1997). Improving question wording in surveys of culturally diverse populations. *Annals of epidemiology*, 7(5), 334-342.
- Wei Z. and W. Xiang (2013). The Importance of Supply Chain Management. *International Journal of Business and Social Science*. 4 (16): 279- 282.