



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم



MONA MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



MONA MAGHRABY



□ كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

إطار مقترح لتحسين القدرة التنافسية من خلال علاقة الشراكة بين المشتري والمورد في مجال الخدمة الجوية

"دراسة ميدانية على الشركة القابضة لمصر للطيران"

**Aproposed Framework for Improving Competitiveness
Through the Buyer- Supplier Partnership in
In-flight Services**

"An Applied Study on EGYPTAIR Holding Company"

رسالة

مقدمة للحصول على درجة دكتوراة الفلسفة في إدارة الأعمال

إعداد الباحث

محمود أحمد عبد العال علي

تحت إشراف

أ.د/ سيد محمود الخولي □ أ.د/ محمد فهمي بلال

أستاذ إدارة الأعمال – كلية التجارة
جامعة عين شمس والعميد السابق ومقرر
اللجنة العلمية لترقية الأساتذة المساعدين
بالمجلس الأعلى للجامعات

أستاذ إدارة الأعمال المساعد
كلية التجارة – جامعة عين شمس

□ 1442هـ - 2021 م



□ كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

إطار مقترح لتحسين القدرة التنافسية من خلال علاقة الشراكة بين المشتري والمورد في مجال الخدمة الجوية "دراسة ميدانية على الشركة القابضة لمصر للطيران"

اسم الباحث : محمود أحمد عبد العال علي

الدرجة العلمية : دكتوراة

الكلية : التجارة

الجامعة : عين شمس

سنة المنح : 2021



☐ **كلية التجارة**
قسم إدارة الأعمال

رسالة دكتوراة

اسم الباحث: **محمود أحمد عبد العال علي**

عنوان الرسالة: **إطار مقترح لتحسين القدرة التنافسية من خلال علاقة الشراكة بين المشتري والمورد في مجال الخدمة الجوية "دراسة ميدانية على الشركة القابضة لمصر للطيران"**

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة:

- 1- الأستاذ الدكتور/ سيد محمود الخولي** (مشرفاً ورئيساً)
أستاذ إدارة الإنتاج بكلية التجارة جامعة عين شمس والعميد السابق ومقرر اللجنة العلمية لترقية الأساتذة المساعدين بالمجلس الأعلى للجامعات (إدارة الأعمال)
 - 2- الأستاذة الدكتورة/ رانيه عبد المنعم شمعة** (عضواً)
أستاذ إدارة الأعمال وعميد كلية التجارة جامعة السويس
 - 3- الأستاذ الدكتور/ أسامة محمود فريد** (عضواً)
أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية التجارة - جامعة عين شمس.
- تاريخ المناقشة: 2021 / 7 / 11

أجيزت الرسالة بتاريخ

2021/...../.....

موافقة مجلس الجامعة

2021/...../.....

ختم الإجازة

2021/...../.....

موافقة مجلس الكلية

2021/...../.....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قالوا

سبحانك لا علم لنا
إلا ما علمتنا إنك أنت
العليم العظيم

صدق الله العظيم

سورة البقرة الآية: ٣٢



بِسْمِ اللَّهِ وَالْحَمْدُ لِلَّهِ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي وَفَّقَنِي لِإِتِمَامِ هَذَا الْعَمَلِ وَهَيَأَ لِي مِنَ الْأَسَاتِذَةِ وَالْأَهْلِ وَالْأَحِبَّةِ مِنْ أَزْرَنِي فِي مَشْوَارِ دِرَاسَتِي فَلَهُ الْحَمْدُ بُكْرَةً وَعَشِيًّا.

وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" واعترافاً مني بالجميل وإقراراً بالفضل لذويه فإنني أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى الإنسان الذي تميز بكل ما تحمله الإنسانية من معاني جميلة، وخلق طيب العالم القدير الذي غمرني برعايته الكبيرة، أستاذي الفاضل نبراس العلم ونبيع المعرفة الأستاذ الدكتور/ سيد محمود الخولي أستاذ إدارة الإنتاج بكلية التجارة جامعة عين شمس والعميد السابق ومقرر اللجنة العلمية لترقية الأساتذة المساعدين بالمجلس الأعلى للجامعات (إدارة الأعمال)، والذي شرفُت بإشرافه على هذه الرسالة، وما لَمَسْتُه من خلق رفيع لعالم جليل مُحبٌ للعلم وأهله، تمثلت في توجيهاته وإرشاداته التي أثَّرت هذه الرسالة في شكلها ومضمونها، فأدام الله عليه نعمة الصحة، وزاده علماً ورفعةً في الدنيا والآخرة.

وقد زادني شرفاً أن يكون من بين أعضاء لجنة المناقشة والحكم الأستاذة الفاضلة صاحبة الأخلاق الرفيعة والعلم الوفير **الأستاذة الدكتورة/ رانية عبد المنعم شمعة** أستاذ إدارة الأعمال وعميد كلية التجارة جامعة السويس، فلسيادتها مني كل شكر وتقدير وعرفان لقبولها مناقشة هذا العمل العلمي المتواضع، وإثرائه بملاحظاتها القيمة وانتفاعاً بعلمها رغم ضيق وقتها، فجزأه الله عني خير الجزاء.

كذلك فإن الواجب يدفعني إلى أن أخص بالشكر بعد الله تعالى **الأستاذ الدكتور/ اسامه محمود فريد** أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية التجارة جامعة عين شمس، والذي زادني شرفاً بقبول مناقشة هذا العمل، شاكرًا لسيادته كرمه وطيب أخلاقه، وأدعو الله عز وجل أن يجعل له ذلك في ميزان حسناته وأن يجزيه عني خير الجزاء.

ومن الوفاء والاعتراف بالجميل فإنني أتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى
أستاذي الفاضل **الأستاذ الدكتور/ محمد فهمي بلال** أستاذ إدارة الأعمال المساعد
بكلية التجارة جامعة عين شمس، لرعايته الكريمة، ولما قدمه من جهد صادق وعون
متواصل، حيث كان لي أبّ قبل أن يكون معلماً، وموجهاً، داعياً الله له أن يرحمه ويسكنه
فسيح جناته.

وأخيراً.... اللهم إنني أشهدك بأنني قد بذلتُ ما يسرت لي من جهد، فلست أدّعي
لهذا العمل الكمال، فالكمال لله وحده، وحسبي أنني حاولتُ باذلاً كل جهد وطاقة لإنجاز
هذا العمل بهذه الصورة فإن كان من توفيق فمن الله وحده ونعمة، وإن كانت الأخرى
فمن نفسي وحسبي أنني حاولت.

**أساتذتي الكرام هذا نتاجكم، وامتداد ما غرستموه
فينا، والله المستعان وعليه قصد السبيل، والسلام
عليكم ورحمة الله وبركاته**

الباحث





كهن إلى

- والدي الكريمين اللذين غمراني بحبهما وسانداني...
- إختوتي الأعزاء من شاطروني الألم والأمل...
- أصدقائي وزملائي وإلى من قدم لي العون في إنجاز هذا العمل...
- مصر الحبيبة الغالية المحفوظة بإذن الله....
- لجنة الحكم على رسالتي علماء مصر أصحاب القامات العاليات الشامخات...
- كل من وسعته ذاكرتي ولم تسعه مذكرتي...

كهن إلى

كل من شجعني وساعرنى علي إتمام هذا العمل....
الباحث
محمود أحمد عبد العال علي

المستخلص

تهدف الدراسة إلى تحديد العلاقة بين تطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد وتحسين القدرة التنافسية في مجال الخدمة الجوية، وذلك من خلال قياس وتفسير العلاقة بين علاقة الشراكة بتحديد خمس محددات هي: الثقة، والالتزام، والاتصال، وحل المشكلات، ومشاركة المعلومات، وتحسين القدرة التنافسية بتحديد خمسة أبعاد وهي: التكلفة، والجودة، والمرونة، والتسليم، والابتكار، بهدف وضع إطار مقترح لتطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد لتحسين القدرة التنافسية في مجال الخدمة الجوية.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم قائمة استقصاء وتوزيعها على وحدة المعاينة المتمثلة في موظفي إدارات المشتريات، والمخازن، والتخطيط والتسويق، والبحوث والتطوير، بشركات مصر للطيران للخدمات الجوية، والخطوط الجوية، والسياحة والأسواق الحرة باستخدام الأساليب الإحصائية التالية: اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات وصدق محتوى استبيان الدراسة، والاتساق الداخلي، المتوسطات الحسابية المرجحة، والانحراف المعياري، والترتيب وذلك لتحديد سمات عينة الدراسة، بالإضافة إلى الإحصاء التحليلي ممثل في استخدام معامل ارتباط بيرسون، وتحليل الانحدار البسيط لقياس العلاقة بين تطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد وتحسين القدرة التنافسية.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: (1) وجود علاقة بين تطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد وتخفيض التكاليف. (2) وجود علاقة بين تطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد وتحسين مستوى الجودة. (3) وجود علاقة بين تطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد وزيادة عملية الرونة. (4) وجود علاقة بين تطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد ودقة التسليم. (5) وجود علاقة بين تطبيق علاقة الشراكة بين المشتري والمورد وتحقيق الابتكار.

ومن بين التوصيات التي انتهت إليها الدراسة ما يلي: (1) التوجه نحو تغيير ثقافة المنظمة، والتعريف بمفهوم المشاركة، والحث على العمل المشترك على مستوى الوظائف المختلفة بالمنظمة، وبث روح الفريق والعمل التعاوني بين العاملين. (2) السعي إلى توفير وتدعيم الثقة مع المورد، وقيام المنظمة بتقديم بعض الامتيازات، والمزايا للمورد دون الإخلال بالسياسات، والإجراءات المتبعة. (3) توجه المنظمة نحو إقامة علاقات طويلة الأجل كلما أمكن، والتركيز على الأهداف طويلة الأجل مع المورد. (4) التواصل الفعال بين المنظمة والمورد بما يُمكن من مناقشة التغيرات التكنولوجية، والسوقية، وإشراك المورد في حل المشكلات، واتخاذ القرارات المتعلقة بتقدير تكاليف العمل، وجدولة التنفيذ. (5) الربط بين أجهزة الحاسب الآلي للمنظمة والمورد، واستخدام أنظمة معلومات متقدمة لتتبع وتسجيل الشحنات، والالتزام بالمعايير والأكواد العامة.

Abstract

The study aims to determine the relationship between the applying of the buyer- supplier partnership, and improving the competitiveness in the field of in-flight services, by measuring and interpreting the relationship between the partnership by defining five parameters: trust, commitment, communication, problem-solving, information sharing, and improving competitiveness by determining Five further: cost, quality, flexibility, delivery and innovation, with the aim of developing a proposed framework for implementing the buyer- supplier partnership to improve competitiveness in the field of in-flight services.

In order to achieve the objectives of the study, a survey list was designed and distributed to the sampling unit represented by the employees of the departments of procurement, warehouses, planning and marketing, research and development, in Egypt Air companies for air services, airlines, tourism and duty-free shops using the following statistical methods: The Cronbach's Alpha test to measure reliability and validity of the content of the study questionnaire, the internal consistency, weighted arithmetic averages, the standard deviation, and the ranking in order to determine the characteristics of the study sample, in addition to the analytical statistics represented in the use of the Pearson correlation coefficient, and the simple regression analysis to measure the relationship between the applying of the buyer- supplier partnership and improve competitiveness.

The study found the following results: (1) There is a relationship between implementing the buyer- supplier partnership and reducing costs. (2) The existence of a relationship between implementing the buyer- supplier partnership and improving the quality level. (3) The existence of a relationship between the applying the buyer- supplier

partnership and the supplier and the increase in the flexibility process. (4) The existence of a relationship between the applying of the buyer-supplier partnership and the accuracy of delivery. (5) The existence of a relationship between the applying of the buyer- supplier partnership and the achievement of innovation.

Among the recommendations concluded by the study are the following:

(1) Orientation towards changing the culture of the organization, introducing the concept of participation, urging joint work at the level of the various functions of the organization, and spreading team spirit and cooperative work among workers. (2) Seeking to provide and strengthen trust with the supplier, and for the organization to provide some privileges and advantages to the supplier without violating the policies and procedures followed. (3) Directing the organization towards establishing long term relationships whenever possible, focusing on long term goals with the supplier. (4) Effective communication between the organization and the supplier to enable discussion of technological and market changes, involve the supplier in solving problems, and make decisions related to estimating work costs and scheduling implementation. (5) Connecting computers to the organization and the supplier, using advanced information systems to track and expedite shipments, and adhere to general standards and codes.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية القرآنية
ب	الشكر والتقدير
د	الإهداء
هـ	المستخلص
و	Abstract
ح	قائمة المحتويات
س	قائمة الجداول
ص	قائمة الأشكال
1-39	الفصل الأول الإطار العام للدراسة والدراسات السابقة
2	1/1 المقدمة
4	2/1 الدراسات السابقة
4	1/2/1 الدراسات العربية
4	1/1/2/1 الدراسات العربية لعلاقة الشراكة
6	2/1/2/1 الدراسات العربية لتحسين القدرة التنافسية
8	2/2/1 الدراسات الأجنبية
8	1/2/2/1 الدراسات الأجنبية لعلاقة الشراكة
18	2/2/2/1 الدراسات الأجنبية لتحسين القدرة التنافسية
8	3/2/1 التعليق على الدراسات السابقة
28	1/3/2/1 أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
29	2/3/2/1 أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
30	3/3/2/1 الفجوة البحثية

الصفحة	الموضوع
30	3/1 مشكلة الدراسة
31	1/3/1 الدراسة الاستطلاعية
33	4/1 فروض الدراسة
34	5/1 متغيرات الدراسة
35	6/1 أهداف الدراسة
36	7/1 أهمية الدراسة
36	1/7/1 الأهمية العلمية
36	2/7/1 الأهمية العملية
36	3/7/1 الأهمية الشخصية
37	8/1 منهج الدراسة
37	1/8/1 مجتمع وعينة الدراسة
37	1/1/8/1 مجتمع الدراسة
37	2/1/8/1 عينة الدراسة
38	2/8/1 نوع ومصادر جمع البيانات
38	1/2/8/1 الدراسة النظرية
38	2/2/8/1 الدراسة الميدانية
38	3/8/1 تصميم قائمة الاستقصاء
39	9/1 حدود الدراسة
39	1/9/1 الحدود الزمنية للدراسة
39	2/9/1 الحدود المكانية للدراسة
39	3/9/1 الحدود البشرية للدراسة
83-40	الفصل الثاني القدرة التنافسية
40	1/2 المقدمة
42	2/2 المنافسة