

يُركز هذا البحث على دور ممارسات إدارة سلسلة التوريد في تطوير منتجات جديدة بمؤسسة تجارية صناعية، بهدف الربط بين النظريات والتطبيق العملي. يهدف البحث إلى تحليل تأثير هذه الممارسات على تنافسية المؤسسة، خاصة مع تزايد المنافسة في السوق. بدأ البحث بتعريف سلسلة التوريد وتطور مفهومها، مع التركيز على أنشطة وأدوات إدارتها، كما تم تحديد ماهية التنافسية ومختلف مصادرها. ثم تم اختيار المؤسسة محل الدراسة بناءً على كونها بدأت في ممارسة إستراتيجية تطوير المنتجات الجديدة. تُركز الدراسة على أهمية ممارسات إدارة سلسلة التوريد في إدارة العلاقة مع الموردين والزبائن، وتنظيم جميع مراحل الإنتاج، مما يُساهم في تقليل الهدر وسرعة التطوير. تم إجراء دراسة ميدانية في "ملبنة المنبع" المختصة في إنتاج الحليب ومشتقاته، حيث تبين أن المؤسسة تُركز على تحسين أدائها الإداري وتطوير منتجاتها. أظهرت الدراسة وجود تأثير إيجابي لمتغيرات إدارة سلسلة التوريد على تطوير المنتجات الجديدة في "ملبنة المنبع" من خلال ممارسات مثل الاستفادة من الوفرة في الحجم والسعر والجودة، والاعتماد على نماذج علمية في إدارة المخزون، وتطبيق إستراتيجية تطوير المنتجات الجديدة مع وجود تنسيق واضح بين جميع الأقسام.