

جامعة قاصدي مرباح . ورقلة  
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي  
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية  
الشعبة: علوم التسيير  
التخصص: إدارة أعمال  
بعنوان :

## دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج دراسة ميدانية بشركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

من إعداد الطالبة: لعبيدي فطيمة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 17 / 06 / 2019

أمام اللجنة المتكونة من السادة :

الأستاذ(ة) / طواهر عبد الجليل أستاذ محاضر - ب - جامعة قاصدي مرباح . ورقلة رئيسا.

الأستاذ(ة) / أسماء يوسف أستاذ محاضر - ب - جامعة قاصدي مرباح . ورقلة مشرفا ومقررا.

الأستاذ(ة) / دويس محمد الطيب أستاذ - جامعة قاصدي مرباح . ورقلة مناقشا.

السنة الجامعية 2019/2018



جامعة قاصدي مرباح . ورقلة  
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي  
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية  
الشعبة: علوم التسيير  
التخصص: إدارة أعمال  
بعنوان :

## دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج دراسة ميدانية بشركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

من إعداد الطالبة: لعبيدي فطيمة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 17 / 06 / 2019

أمام اللجنة المتكونة من السادة :

الأستاذ(ة) / طواهر عبد الجليل أستاذ محاضر - ب - جامعة قاصدي مرباح . ورقلة) رئيسا .

الأستاذ(ة) / أسماء يوسف أستاذ محاضر - ب - جامعة قاصدي مرباح . ورقلة مشرفا ومقررا .

الأستاذ(ة) / دويس محمد الطيب أستاذ - جامعة قاصدي مرباح . ورقلة مناقشا .

السنة الجامعية 2019/2018

## دعاء

اللهم لا تجعلنا نصابج بالخروج إذا نجينا ولا باليأس إذا أخطانا، وذكّرنا دائماً أن الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح، اللهم إذا أعطيتنا نجاحاً فلا تأخذ منا تواضعنا وإذا أعطيتنا تواضعاً فلا تأخذ منا

المعتزلة بكرامتنا

ربنا تقبل منا هذا الدعاء

آمين..... آمين..... آمين

## الإهداء

إلى التي رأيت قلبها قبل عينيها وحضنتني أحشائها قبل يديها أهدي سلامي ومحبتتي وعملي  
إليها.. أمي.. التي صنعت حلمي حفظها الله

إلى أبي الغالي حفظه الله ورعاه

إلى من عوضني ما خسرتُه ومنحوني دعمهم ..أخوتي السابح، معمر، لخضر، حمزة، مبارك، جمال..

إلى من حلّقوا معي بعيداً لمعانقة نجاحي إخواتي عائشة، أم الخير وأولادها....

إلى شموع العائلة ومحافيرها أزواج إخواتي وأولادهم

\* إلى كل من عجز اللسان عن ذكر مكانته... من عائلتي الكريم وأقاربي وأحبائي...\*

إلى صديقاتي ،نادية، حياة سويسبي، حياة بن الصيد، وإلى كل من رافقتني في مشواري

الدراسي وكل من علمني حرفاً

إلى كل هؤلاء وكل الذين مروا بحياتي وصنعوا حلمي اهديهم هذا النجاح...

## شكر وعرفان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ وَالصلاة والسلام على أشرف المرسلين "محمد صلى الله عليه وسلم" بداية نشكر الله الذي منى علينا بنعمة العلم والحمد لله الذي أنار بصيرتنا بنور العلم وهدانا من الظلمات إلى النور، ثم أرفع شكري المحمل بالتقدير والاحترام إلى المشكاة التي لطالما رافقتني في مسيرتي الدراسية والدتي وإخوتي وأخواتي وأتوجه بالشكر والامتنان الخالص إلى الأستاذة المشرفة " أسماء يوسف " على إرشاداتها القيمة، ورعاية صدرها التي وضعتنا في بداية الطريق الصحيح لإتمام بحثنا.

و نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من الأستاذ: أ.د رشيد مناصرية، د: عبد الرؤوف حجاج، وجميع أساتذة قسم علوم التسيير

كما لا ننسى أن نتقدم بالشكر إلى جميع العاملين في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة.

ونشكر كل من قدم لي يد العون من قريب أو بعيد أخص بالذكر تلي محمد إسلام.

## الملخص:

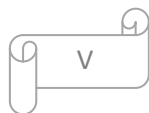
تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج بشركة طيبة للتمور بولاية ورقلة، طبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مكونة من (52) عامل، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة الإستبانة كأداة لجمع البيانات، تم تحليل البيانات الواردة في الإستبانة عن طريق استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss)v22 بالاعتماد على المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، معاملات الارتباط وتحليل الانحدار المتعدد التدريجي. وخلصت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة سلسلة التوريد و جودة المنتج ويعزز هذا قيمة معامل الارتباط  $(R=0.604)$  والعلاقة طردية، أما القوة التفسيرية للنموذج فقد بلغت  $(R^2=0.365)$ . وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز طرق الإتصال والتواصل مع الزبائن في الشركة محل الدراسة .

الكلمات المفتاحية: إدارة سلسلة التوريد ،جودة المنتج ،شركة طيبة للتمور .

## Abstract:

This study aimed of to identifying the role of supply chain management in enhancing quality of product in Taiba Company for Dates at Ouargla. This study was applied random sample consisting of( 52 )employees. To achieve the objectives of the study the researcher used questionnaire to collect data, the data were analyzed by using the statistical package for social sciences (Spss)v22. Depending on the means, standard deviation, correlations coefficient, multiple regression. The study concluded with the following results: there are statistically significant effect between supply chain management and product quality. This correlation coefficient value  $(R = 0.604)$  has a positive correlation since the coefficient of correlation is positive, and the explanatory power of the model is  $R^2 = 0.365$ . The study recommended the need to enhance communication and communication with customers in company under study.

**Keywords:** Supply Chain Management, Product Quality, Tiba Dates Company.



## قائمة المحتويات

الصفحة	البيــــــــــــــــان
III	الإهداء .....
IV	الشكر .....
V	ملخص الدراسة .....
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول .....
VIII	قائمة الأشكال البيانية .....
VIII	قائمة الملاحق .....
أ	مقدمة .....
<b>الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية حول إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج</b>	
02	تمهيد .....
03	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لإدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج .....
03	المطلب الأول: جودة المنتج وأبعاده .....
06	المطلب الثاني: إدارة سلسلة التوريد وأبعادها .....
08	المطلب الثالث: العلاقة بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج .....
09	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية حول إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج .....
09	المطلب الأول: الدراسات السابقة ( العربية والأجنبية ) .....
16	المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية .....
17	المطلب الثالث: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة .....
18	خلاصة الفصل .....
<b>الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول دور إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج بشركة طيبة للتمور بولاية ورقلة</b>	
20	تمهيد .....
21	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة .....
21	المطلب الأول: طريقة الدراسة .....
27	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة .....
30	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة .....
30	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة .....
46	المطلب الثاني: مناقشة النتائج .....
49	خلاصة الفصل .....
50	خاتمة .....
57	المراجع .....
61	الملاحق .....
80	الفهرس .....



## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
16	مقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية	1.1
23	مجتمع الدراسة	1.2
23	توزيع عينة الدراسة	2.2
24	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير الجنس	3.2
24	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير السن	4.2
25	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير المستوى التعليمي	5.2
25	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير سنوات الخبرة	6.2
26	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير الوظيفة	7.2
26	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير المصلحة	8.2
27	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير ديمومة الوظيفة	9.2
27	يوضح توزيع عبارات الإستبيان لمتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) وفق كل بعد من أبعاده	10.2
28	يوضح العبارات التي تقيس أبعاد جودة المنتج	11.2
28	يوضح قيمة معامل ألفا كرونباخ	12.2
29	درجات سلم ليكارت الثلاثي	13.2
29	يوضح طريقة تصحيح الإستبيان ثلاثي التقدير	14.2
30	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده أداء المنتج	15.2
30	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده المعولية	16.2
31	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده المطابقة	17.2
31	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده المتانة	18.2
32	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده الشكل الجمالي	19.2
32	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده قابلية الخدمة	20.2
33	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده الجودة المدركة	21.2
34	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد جودة المنتج	22.2
34	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده الشراكة الإستراتيجية مع الموردين	23.2
35	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده إدارة علاقات الزبائن	24.2
35	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعده التكامل مع الوسطاء والموزعين	25.2
36	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد إدارة سلسلة التوريد	26.2
36	يوضح العلاقة الإرتباطية بين المتغير المستقل والمتغير التابع	27.2
37	يوضح العلاقة الإرتباطية بين جميع المتغيرات	28.2

38	نتائج تحليل الإنحدار لإختبار العلاقة بين المتغير المستقل إدارة سلسلة التوريد والمتغير التابع جودة المنتج	29.2
39	يوضح تباين خط الإنحدار	30.2
40	المتغيرات المتبقية في نموذج الدراسة	31.2
41	معاملات الإرتباط الخطي للمتغيرات المستقلة المتبقية في نموذج الدراسة	32.2
41	تباين خط الانحدار بطريقة stepwise	33.2
43	معاملات خط الانحدار	34.2
45	اختبار (T) لمتغير الجنس وديمومة الوظيفة	35.2
45	اختبار ANOVA للمتغيرات الشخصية المتبقية	36.2

### قائمة الأشكال البيانية

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1.1	نموذج الدراسة .....	هـ
1.2	الهيكل التنظيمي الخاص بالشركة محل الدراسة .....	22
2.2	مدى ملائمة خط الانحدار .....	39

### قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	الشهادات المتحصل عليها شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة	62
02	الهيكل التنظيمي لشركة طيبة للتمور	68
03	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان	69
04	الاستبيان الخاص بالدراسة	69
05	نتائج التحليل الإحصائي SPSS	73

# مقدمة

## توطئة

تواجه المؤسسات الصناعية في وقتنا الحالي جملة من التغيرات والتحديات التي من شأنها ان تمس مختلف أنشطتها ووظائفها وتؤثر عليها، لاسيما بعد تغيير الدولة لإيديولوجيتها الإقتصادية نحو بنا اقتصاد حر تنافسي، اضافة الى فتح المجال امام انشاء مؤسسات القطاع الصناعي الخاص كأحد متطلبات التوجه الإقتصادي الجديد، بالاضافة الى فتح المجال امام انشاء مؤسسات خاصة او مختلطة، كما ان المؤسسات التي تريد الحفاظ على وجودها يجب عليها أن تستخدم كامل إمكانياتها ومواردها لتلبية حاجات زبائنها من خلال انتقاء وتوفير مختلف المستلزمات والمدخلات الضرورية للعملية الانتاجية ومايرتبط بها من علاقات مع الموردين اعتمادا على مواردها وامكانياتها الخاصة بغية تحقيق جودة المنتج بوصفها احد أهم عوامل تحقيق الميزة التنافسية واستمرار زياد الربحية للمؤسسات.

قد يوفر تحسين جودة المنتج قيمة مضافة للعملاء حيث أن جودة المنتج و ما تقدمه من كفاءات وإمكانيات مهنية ومهارات، تضمن للمؤسسة تحقيق نوعية جيدة في منتجاتها، حيث ان التحكم في جودة المنتج يتطلب دراسة مراحلها والعوامل المؤثرة في أداء العمليات الانتاجية وهذا من خلال تكامل سلسلة التوريد.

تضم سلاسل التوريد مجموعة من الاطراف والانشطة، ابتداءا من قيام المؤسسة بتخطيط مدخلات النظام الانتاجي وصولا الى ما تم انتاجه للزبائن، حيث يرجع سبب اهمية سلسلة التوريد الى قيد التكلفة الذي يمكن من خلاله تحقيق ما ترغب الشركة فيه، وإمكانية الإستفادة من الفرص الخارجية نتيجة العلاقة بين الشركة وعملائها وبين الشركة والموردين.

## أولا. إشكالية الدراسة :

وعلى ضوء ما سبق يمكن أن نسلط الضوء على إشكالية الدراسة فيما يلي:

ما مدى مساهمة إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة ؟

للإجابة على التساؤل الرئيسي ارتأينا تجزئته إلى أسئلة فرعية وهي:

1. ما هو مستوى جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة ؟
2. ما هو مستوى ادارة سلسلة التوريد في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة؟
3. هل توجد علاقة بين ادارة سلسلة التوريد و جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اجابات افراد عينة الدراسة حول ابعاد جودة المنتج تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر،المستوى التعليمي،الخبرة،الوظيفة،المصلحة) في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة؟

## ثانيا. فرضيات الدراسة:

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة والأدب النظري المتعلق بموضوع الدراسة في حدود علم الباحث ويقصد الإجابة على

هذه الأسئلة الفرعية يمكننا من صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي:

1. تتميز منتجات شركة طيبة للتمور بمستويات مرتفعة من الجودة
2. إدارة سلسلة التوريد سائدة بمستوى مرتفع في شركة طيبة للتمور

3. هناك علاقة ارتباطية طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة
4. توجد فروق ذات دلالة احصائية في اجابات افراد عينة الدراسة حول ابعاد جودة المنتج تعزى للمتغيرات الشخصية(الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الخبرة، الوظيفة، المصلحة) في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة.

### ثالثا: أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة الى قياس مستوى جودة المنتج بشركة طيبة للتمور في ظل إدارة سلسلة التوريد من خلال :
- التعرف على مستويات الجودة في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة
  - ابراز واقع إدارة سلسلة التوريد بالشركة محل الدراسة
  - الوقوف على طبيعة العلاقة بين إدارة سلسلة التوريد و جودة المنتج بالشركة محل الدراسة.

### رابعا: أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في جانبين هما:

#### • من الجانب النظري:

- ستساهم هذه الدراسة و بشكل كبير في تطوير القدرات البحثية للباحث و تأهيله للاستمرار في عملية تطوير البناء الأكاديمي و البحثي ، و توسيع مداركه العلمية و المعرفية، و الارتقاء بمهارات الاتصال و القدرة على الكتابة و التحليل.
- تعتبر هذه الدراسة كمرجع في المكتبات يساعد الباحثين في الإطلاع على نتائج الدراسة و توصياتها ، و إمكانية تطبيق دراسات مشابهة على عينات أخرى ، أو في مجالات ذات علاقة بها.

#### • الجانب التطبيقي

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال تناولها لموضوع يتسم بالحدائثة في المؤسسات الخاصة في الجزائر وهذا قد يفيد المسؤولين ؛في التعرف على إدارة سلسلة التوريد و مصادرها و ابعادها من أجل الاستفادة منها واستثمارها في تعزيز جودة المنتج . بغية الارتقاء بمؤسساتنا الخاصة و المساهمة في تنمية و تطوير الاقتصاد الوطني.

### خامسا: مبررات اختيار الموضوع

تكمن مبررات اختيار الموضوع في مبررات موضوعية و أخرى شخصية .

#### المبررات الموضوعية وتتمثل في:

- طبيعة الموضوع التي تميل إلى الحدائثة
- إبراز أهمية إدارة سلسلة التوريد في الشركة ومدى تأثيرها على جودة المنتج
- معرفة البعد الذي له تأثير كبير على جودة المنتج
- نشر الوعي لدى المؤسسات بأهمية إدارة سلسلة التوريد وأثارها على جودة المنتج
- الموضوع له علاقة مباشرة مع التخصص العلمي
- الميل الطبيعي للبحث و الإستطلاع لأراء العاملين بالشركة

-الميل الشخصي لتطبيق موضوع الدراسة على شركة طيبة للتمور بورقلة.

#### سادسا: منهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية محل الدراسة نستخدم المنهج الوصفي الذي يعد المنهج الأكثر توافقا مع الدراسة ويقوم هذا المنهج بجمع المعلومات بنوعها الكمي و الكيفي حول الظاهرة محل الدراسة من أجل تحليلها وتفسيرها وتحديد العلاقات بين عناصرها .

#### ثامنا: حدود الدراسة:

يتكون نطاق الدراسة على النحو التالي:

- **الحدود المكانية:** ستقتصر هذه الدراسة على شركة طيبة للتمور بورقلة.
- **الحدود الزمنية:** دامت فترة التريص من 10 مارس 2019 إلى 07 أبريل 2019 وقد تم توزيع الاستبيان على عينة من العاملين بالشركة
- **الحدود البشرية:** تستند هذه الدراسة لإجابات و لآراء العاملين بالشركة.
- **الحدود الموضوعية:** إتمدت هذه الدراسة على محورين أساسين للدراسة و هما المتغير المستقل الذي تمثل في إدارة سلسلة التوريد(الشراكة الإستراتيجية مع الموردين،إدارة علاقات الزبائن،التكامل مع الوسطاء والموزعين) ، المتغير التابع الا و هو جودة المنتج (أداء المنتج،المعولية،المطابقة،المتانة،الشكل الجمالي،قابلية الخدمة،الجودة المدركة).

#### تاسعا: مرجعية الدراسة:

من أجل الحصول على المعلومات والمفاهيم النظرية لبناء دراستنا،اعتمدنا على مجموعة من الكتب و المقالات المقدمة في المجالات المحكمة وكذا عدد من الرسائل والمذكرات الجامعية.

#### عاشرا: صعوبات الدراسة:

- قلة الدراسات السابقة التي عالجت المتغيرين مع بعض.
- صعوبة إسترجاع الإستبانات الموزعة على العمال في الشركة محل الدراسة

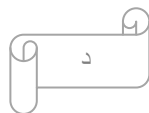
#### حادي عشر: هيكل الدراسة:

قسمت الدراسة الى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي كما يلي:

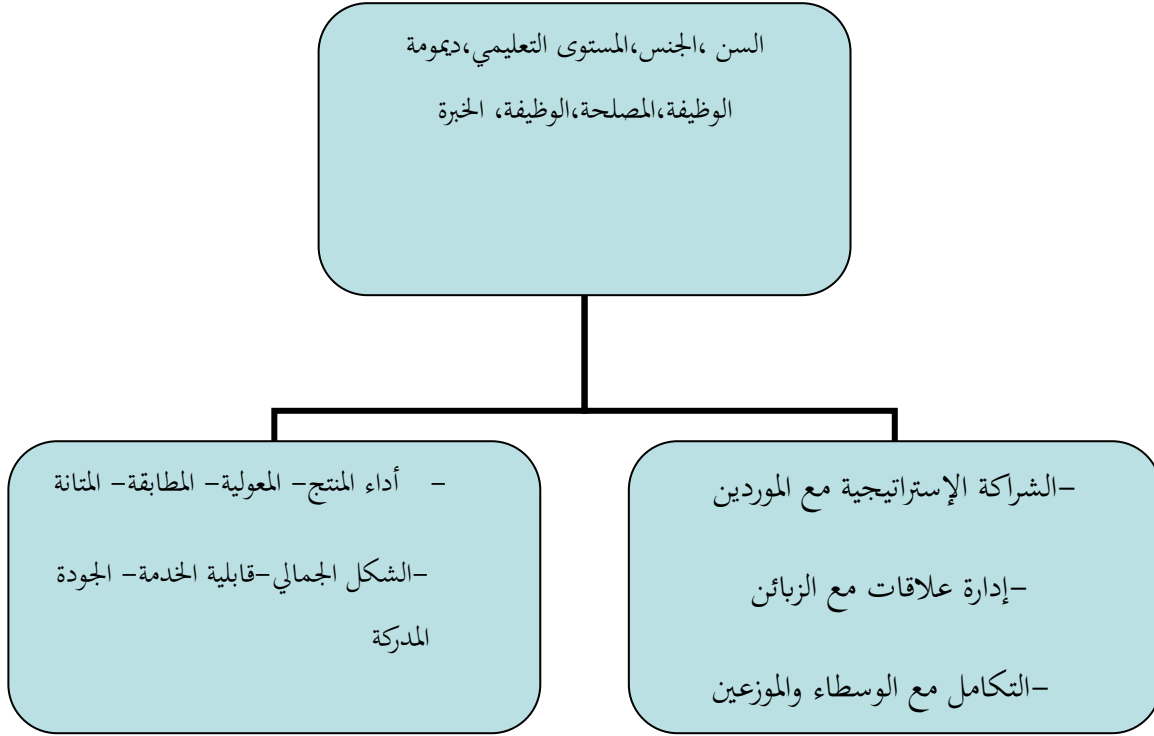
**الفصل الاول:** يضم الجانب النظري من الموضوع متغيري الدراسة إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج، اضافة إلى استعراض مجموعة من الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة.

**الفصل الثاني:** يتضمن اسقاط المفاهيم النظرية على عينة من العاملين بالشركة، من خلال التعرف على واقع جودة المنتج و ما هو دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيزها.

#### ثاني عشر : نموذج الدراسة:



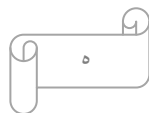
الشكل (1.1): نموذج الدراسة



المتغير التابع: جودة المنتج

المتغير المستقل: إدارة سلسلة التوريد

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة .



## الفصل الأول

الأدبيات النظرية والتطبيقية حول جودة

المنتج وإدارة سلسلة التوريد



## تمهيد

تعمل الشركات بكل ما تمتلكه من قدرات على تحقيق الإزدهار والتطور، وكذا المحافظة على التقدم، مما يحتم عليها اللجوء إلى أساليب وحلول جديدة تدعمها، حيث أن إدارة سلسلة التوريد بأبعادها الثلاثة: (التكامل مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، التكامل مع الزبائن) لها أثر كبير على جودة المنتج وما قد يترتب على هذا الأخير من نتائج تؤثر على مستقبلها، وللتوضيح بشكل مفصل في موضوع إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج فقد أدرجنا في الفصل الأول مبحثين أساسيين نظريين بالشكل الآتي:

1. المبحث الأول: يحتوي على كل من مفهومي إدارة سلسلة التوريد وأبعادها، وأهميتها، وكذا جودة المنتج أبعاده وأهميته.
2. المبحث الثاني: فسنناول فيه عرض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة "إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج"

## المبحث الأول: الأدبيات النظرية لإدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج من خلال عرض بعض المفاهيم المفسرة لذلك فيما يلي:

### المطلب الأول: الاطار المفاهيمي لجودة المنتج

سنحاول من خلال هذا المطلب تحديد مفهوم جودة المنتج وأبعاده.

#### أولاً: مفهوم جودة المنتج :

تناول العديد من الباحثين والدارسين موضوع جودة المنتج محاولين بذلك تفسير مجالاته النظرية والتطبيقية كلاً حسب دراسته ومبادئه واختلفت تبعاً لذلك مفاهيم جودة المنتج نذكر منها الآتي:

حيث يرى ديمينج : "أن الجودة يجب أن ترضي حاجات الزبون الحالية والمستقبلية"<sup>1</sup>

كما ذكر Kuhn و Montgomery بان جودة المنتج هي "تحسين مواصفات المنتج وتتم من خلال إعداد مخطط، وكذلك تحسين الجودة هي التي تخلق تغيير في العمليات والمنتجات، وتخفيض التكاليف من خلال تحسين لآداء".<sup>2</sup> بمعنى ان جودة المنتج تتحقق من خلال خلق منتج ذو جودة وبأقل التكاليف يجب أن نقوم بتخطيط مدرك وتغيير منظم في العملية الإنتاجية.

و تعرف بأنها "قدرة المنتج على مطابقة متطلبات الزبائن أو تجاوز لتوقعاتهم"<sup>3</sup>. نجد ان هذا التعريف ركز ربط جودة المنتج بتحقيق أقصى حالات الرضا للزبون .

كما تشير الى "مدى ملاءمة محتوى المعلومات أو دقة معالجة المعلومات على طول سلسلة من الموارد الإنتاجية التي تربط احتياجات العملاء ، ومفاهيم المنتج ، وخطة المنتج (التصميم الأساسي) ، عملية التصميم ، هيكل المنتج ووظيفة المنتج"<sup>4</sup>. نجد انه تم التركيز في هذا التعريف على أن جودة المنتج تعتمد أساساً على جودة التصميم وجودة المطابقة و بناء على ما سبق يمكن تعريف جودة المنتج على انها التحسين المستمر لمواصفات المنتج من خلال جودة التصميم وجودة المطابقة وتحقيق رضا للزبائن ومن أجل مواجهة المنافسين في الأسواق، والإرتقاء بالمنتج لتأخذ سياق العاملين في كافة المستويات الإدارية.

<sup>1</sup> سحر أحمد وزملاءه، الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج ، دراسة تحليلية للصناعات الكهربائية، مجلة الإدارة والاقتصاد ، العدد الرابع والثمانون ، 2010، ص 223 .

<sup>2</sup> ناصر نوال، دور التسويق الداخلي في تحسين جودة المنتج، دراسة حالة مطاحن الزيبان، مذكرة ماستر، تسيير موارد بشرية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، بسكرة، 2013، ص 28 .

<sup>3</sup> المرجع السابق، سحر أحمد وزملاءه ص 223 .

<sup>4</sup> Zahra Lotfi ، 'The Relationships between Supply Chain Integration and Product Quality' ، **Procedia Technology** ، VOL(11)، 2013 ,PP 471 – 478 .

### ثانيا: أبعاد جودة المنتج:

- توجد العديد من التصنيفات التي طرحت لتحديد ابعاد جودة المنتج، حيث يعود هذا الاختلاف في تصنيف لإختلاف اراء و خلفيات كل باحث ، و نذكر منها ما يلي:
- يرى غسان قاسم داود اللامي وزميله ان ابعاد جودة المنتج تتضمن الاتي:<sup>1</sup>
- الأداء: وهي الخصائص الأساسية التشغيلية للمنتج أو هي الكيفية التي يتم بها أداء الوظيفة ومعاملتها للمنتج مثل: اللون والدقة وصورة التلفاز فهذه تعد إحدى الخصائص الرئيسية للمنتج.
  - السمات: الخصائص المحسوسة والإضافية للمنتج، وتكون مكاملة للخصائص الأساسية وتتضمن، مثل: إضافة جهاز السيطرة عن بعد لجهاز التلفاز، الخصائص الموضوعية القابلة للقياس
  - المعلولية: وهي احتمالية عمل المنتج بشكل صحيح خلال مدة زمنية محددة ضمن ظروف تشغيلية معينة، ومن أكثر المقاييس الشائعة المتعلقة وهي متوسط الوقت لأول عطل ومتوسط الوقت بين حالات العطل ومعدل حدوث الأعطال خلال مدة زمنية محددة.
  - المطابقة: أي مطابقة المنتج للمعايير المحددة المذكورة، بمعنى آخر مدى مطابقة المنتج، لمتطلبات التصميم الأصلي بموجب العقد أو من قبل الزبون.
  - المتانة: هي معدل العمر العملي للمنتج قبل الإستهلاك وتتضمن بعدد البعد الفني المتمثل في كمية الإستفادة التي يحصل عليها الفرد من المنتج قبل أن يتدهور، أما البعد الاقتصادي فيتمثل في كمية الإستفادة التي يحصل عليه الفرد من المنتج قبل ان يعطل.
  - الجمالية: تعبر عن هيئة المنتج المتعلق بالحواس مثل الشعور والصوت والرائحة والمظهر، وهذا البعد هو بعد ذاتي، ومسألة كيف يبدو عليه المنتج وكيف يحس أو يتذوق أو يشم هي مسألة حكم شخص وتعكس التفضيل الفردي ، وربما يكون من الصعب إرضاء كل شخص بالنسبة لهذا البعد من الجودة.
  - قابلية الخدمة: تتمثل بسهولة وسرعة إجراء عمليات الصيانة والتصليح بتكلفة منخفضة، يهتم المستهلكون ليس بعطل المنتج فقط بل أيضا حول الوقت الذي يسبق إرجاع الخدمة والوقت الذي تحفظ به تعيينات الخدمة، وطبيعة التعاملات مع أفراد الخدمة والتكرار الذي تفشل به طلبات الخدمة أو تصليحها، وخدمات ما بعد البيع وفعاليتها، وفي تلك الحالات التي لا تحل فيها المشاكل مباشرة تميل إجراءات معالجة شكاوى الشركة إلى التأثير على تقييم الزبائن لجودة المنتج .
  - الجودة المدركة: يمثل هذا البعد تقييما غير مباشرة للجودة ويقصد به تصور إنطباع الزبون تجاه المنتج والمتولدة من خلال سمعة المنظمة و الإسم التجاري والعلامة التجارية وعوامل أخرى، وفي مثل هكذا ظروف يمكن أن تكون الإستنتاجات حول الجودة لواقع نفسه مهمة.

أما مُجد إبراهيم مُجد حسين فيصنفها على النحو التالي: <sup>1</sup>

<sup>1</sup> غسان قاسم داود اللامي وأثير عبد الله مُجد السوداني، تأثير خصائص معرفة المنتج لعمل في أبعاد جودة، مجلة الإدارة والإقتصاد العدد الثامن والستون، 2008، ص 62.

تتمثل ابعاد جودة المنتج حسب هذا التصنيف :

- أ- الاداء: ويمثل خصائص التشغيل الأساسية للمنتج، مثل الوضوح في صورة جهاز التلفاز؛
- ب - المظهر: وهي العناصر المضافة على الخصائص الأساسية للتشغيل مثل مدى توافر السيطرة اللاسلكية في جهاز التلفاز؛
- ت - المعولية: وتعكس درجة الموثوقية بالمنتج وتقاس إحصائياً هذا المنتج بكفاءة دون عطل خلال بـمدة زمنية معينة؛
- ث - القابلية على الصيانة: وتتمثل بدرجة السهولة التي تتم بها صيانة المنتج.
- ج - المتانة: وتشمل العمر التشغيلي للمنتج
- ح - المطابقة: وتعني مطابقة المنتج لمواصفات المحددة له مسبقاً
- خ - الخصائص الجمالية: ويتضمن المظهر الخارجي للمنتج.
- د - . الجودة المدركة: وهي الثقة التي يدركها الزبون بالمنتج
- ذ - الامان: التاكيد من عدم تعرض الزبون للاصابة او الضرر عند استخدام المنتج
- نلاحظ من خلال التصنيفات السابقة أن أغلب الباحثين يتفقون على وجود تسعة أبعاد لجودة المنتج، بحيث إتمدت هذه الأبعاد على شكل وصلاحية المنتج ومدى مطابقته للمعايير المطلوبة إضافة إلى أنه تم التركيز على الجودة المدركة من خلال التقييم الغير مباشر وقابلية الخدمة وخصائص المنتج.
- نستنتج مما سبق أن أكثر الدراسات المناسبة للدراسة الحالية هي دراسة مُجد غسان قاسم داود اللامي و أثير عبد الله مُجد السوداني "2008" لأنها متطابقة مع مجال الدراسة الحالية .

### ثالثاً: أهمية جودة المنتج

إن جودة المنتج تعتبر ذات أهمية بالغة بالنسبة للشركة وللزبون وهذا يعود إلى عدة أسباب من بينها<sup>2</sup>:

- تحسين صورة المنتج لدى العملاء ، وذلك يمكن المؤسسة من زيادة الأسعار وزيادة المبيعات (زيادة الحصة السوقية)
- تقليل الهدر والتلف في المدخلات وبالتالي تخفيض التكاليف الصنع وتقديم الخدمات
- تحسين كفاءة استغلال الموارد وتحسين كفاءة الإنتاجية
- يؤدي تحسين كفاءة الموارد والعملية الإنتاجية إلى تحسين المركز التنافسي
- زيادة رضا الزبون وزيادة الحصة السوقية الذي بدوره يؤدي إلى زيادة العائد

<sup>1</sup> مُجد ابراهيم مُجد حسين ، اثر رقابة جودة المنتج على تحسين اداء العمليات دراسة حالة في معمل إسمنت كركوك، مجلة العلوم الاقتصادية ، كلية القلم الجامعة/ قسم ادارة الاعمال. 2015، ص82

<sup>2</sup> سحر أحمد وزملاءه ، الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج ، دراسة تحليلية للصناعات الكهربائية ، مجلة الإدارة والاقتصاد ، العدد الرابع والثمانون ، 2010، ص224

## المطلب الثاني: مدخل لإدارة سلسلة التوريد

سنحاول من خلال هذا المطلب تحديد مفهوم إدارة سلسلة التوريد وأبعاده.

### أولاً: مفهوم إدارة سلسلة التوريد

يوجد العديد من التعاريف التي توضح معنى إدارة سلسلة التوريد سنذكر منها:

تعرف سلسلة التوريد بأنها مجموعة الأنشطة التي تمارسها المنظمة بدءاً باختيار مصادر التجهيز المواد الأولية ثم الإنتاج والتوزيع وانتهاء بالزبون النهائي من أجل تقديم المنتجات والخدمات بكفاءة وفعالية وتسليمها في الوقت المحدد لتحقيق رضا الزبون.<sup>1</sup>

نلاحظ هنا أن الباحث عرف إدارة سلسلة التوريد على أنها مراحل تبدأ بعملية إختيار المواد الأولية و إنتهائها بتسليم

المنتج للزبون

كما تعرف على أنها المواد الخام غير المصنعة التي تنتهي إلى العميل في النهاية باستخدام توزيع ونقل السلع والخدمات. وتعد سلسلة التوريد الرابط بين الشركات من خلال المواد العالمية والتقاطعات في العمليات اللوجستية التي تساهم بشكل فعال في عمل دعاية للسلع والمنتجات بهدف زيادة بيعها، حيث أن جميع البائعين ومقدمي الخدمات والعملاء يعدون روابط لسلسلة التوريد.<sup>2</sup>

نلاحظ هنا ان إدارة سلسلة التوريد هي الرابط الأساسي بين الشركات حيث أنها تساهم في زيادة المبيعات من خلال

عمل دعاية للمنتج

تشير إدارة سلسلة التوريد مجموعة من المناهج المستخدمة لدمج بكفاءة الموردين والمصنعين والمستودعات، والمخازن، وبذلك يتم إنتاج السلع وتوزيعها بالكميات المناسبة إلى المواقع الصحيحة وفي الوقت المناسب، من أجل تقليل تكاليف النظام وفي نفس الوقت تحقيق مستوى خدمة مرضية للعميل.<sup>3</sup>

بناء على ما سبق يتضح أن إدارة سلسلة التوريد هي عبارة عن : مجموعة من المهام والأنشطة ،العمليات والتدفقات

المالية، المادية ، المعلوماتية و الأفكار المتسلسلة التي تتصف بالتكامل والتنسيق الصادرة منها والوارد للأطراف اللازمة لإنتاج سلعة أو خدمة وتوفيرها للزبون وقت الحاجة إليها بطريقة مبتكرة تراعي حاجيات، أولويات ، إمكانيات وأهداف الأطراف المشكلة لهذه السلسلة ، مع التركيز على الجوانب التالية :

1- أن منطلق إدارة سلسلة التوريد هو التنبؤ بحاجيات الزبون

2- أن إدارة سلسلة التوريد تعتبر مدخلا لحل مشكل تعارض الأهداف للأطراف المشكلة

<sup>1</sup> محمد أحمد حسين عساف ، أثر قدرات سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة شركات قهوار، ملكرة ماجستير(غير منشورة)، إدارة أعمال ،جامعة

الشرق الأوسط ، الأردن ،2015،ص 15

<sup>2</sup> ، المرجع السابق ،ص15

<sup>3</sup> مرجع نفسه ،ص 11

3- أن إهتمام إدارة سلسلة التوريد لا يتعلق بتدفق المنتجات أو الخدمات بل يمتد لدراسة مختلف التدفقات المالية والمعلوماتية الصادرة والواردة للمؤسسة

4- أن إدارة سلسلة التوريد تحمل في طياتها بعد إستراتيجي يساهم في خلق وتطوير منتجات جديدة تلبي متطلبات الزبون

5- أن إدارة سلسلة التوريد تسعى إلى دمج أنشطتها الخارجية مع أطراف سلسلة التوريد

ثانيا: أبعاد إدارة سلسلة التوريد:

تتمثل ابعاد سلسلة التوريد فيما يلي<sup>1</sup>

- **تكامل الموردين:** ينطوي على علاقة بين الشركة والموردين ، مع دمج الموردين ، يوفر الموردون المعلومات و المشاركة في اتخاذ القرارات. هذه العلاقات والاتصالات الفعالة تمتلك أهمية كبرى في الشركات المتقدمة لأن الموردين يعرفون المكونات المقدمة بشكل أفضل من الشركات. يشير دمج الموردين إلى الحصول على معلومات تشغيلية وتقنية ومالية مع الموردين. يجوز للمصنعين والموردين تبادل المعلومات بما في ذلك خطط الإنتاج وتوقعات الطلب ومستويات المخزون. يؤدي تبادل المعلومات هذا إلى تحسين متطلبات الإنتاج والمنتج والاستفادة بشكل أفضل من قدرات المورد والمصنع وبنية التكلفة

- **التكامل مع الوسطاء والموزعين:** ( التكامل الداخلي ) ينطوي على التكامل عبر الإدارات والوظائف تحت سيطرة التصنيع من أجل تلبية متطلبات العملاء. هذا يشير إلى أنه ينبغي إيلاء مزيد من الاهتمام للتفاعل في وسط الإدارات الوظيفية ، على سبيل المثال الإنتاج والمشتريات والخدمات اللوجستية والمخزون والتسويق والمبيعات والتوزيع. يوضح التكامل الداخلي مدى قدرة الشركة على بناء جميع وظائفها وممارستها بطريقة تعاونية ومنظمة لتلبية احتياجات العملاء. ولذلك تعمل الوظائف والإدارات داخل الشركة المصنعة كنظام متكامل ومنسق يعمل معًا لتلبية متطلبات العملاء وتحسين الأداء. هناك بعض العناصر الهامة للغاية التي تؤدي إلى أداء أفضل. على سبيل المثال ، هناك حاجة إلى المعلومات المشتركة ، والتخطيط المشترك ، وفرق التنسيق الوظيفية والتعاون معًا للتأكد من عدم تأخر المنتجات ، والرضا عن العملاء بالخدمات التي يتلقونها

-**التكامل مع العملاء:** يشير إلى الحصول على المعلومات التكنولوجية والتسويق والإنتاج والمخزون من العملاء. يمكن للمصنعين استخدام هذه المعلومات المكتسبة ومتطلبات العملاء لإنتاج المنتجات التي تلبي تفضيلات المستخدمين. إلى أنها مجموعة منتهية من المنتجات والخدمات ومجموعة البيانات الواردة من العملاء إلى الموردين. حيث يؤدي تكامل العملاء إلى إنشاء علاقة مع العملاء ومن ثم اكتساب فهم أفضل وأكثر وضوحًا لتفضيلات العملاء، و ينطوي على إشراك آراء العملاء في القرارات المتعلقة بإنتاج السلع. ويشمل أساليب وطرق لتعزيز التنسيق بين الشركة المصنعة والعميل .

نستنتج أن التكامل يتضمن **التكامل مع الموردين** الذي يعني التشارك بين المورد والشركة في الرؤية المستقبلية للعمل معًا، وان تكون هذه العلاقة مبنية على الثقة والإلتزام، وتمتد لتشمل مشاركة المورد للشركة في أنشطتها المختلفة، وتتضمن العلاقات بعيدة الأمد بين الشركة والمورد جوانب أساسية هي: التكامل مع الوسطاء الاستمرارية والالتزام، والاتجاه طويل الأمد ، **التكامل مع الوسطاء والموزعين:** وتعني تطوير علاقات تعاون وعمل مشترك بعيدة الأمد مع الوسطاء والموزعين في سلسلة التوريد، بهدف تحقيق

<sup>1</sup> Zahra Lotfi، op cit, pp .473-472

التقارب والثقة العالية المتبادلة، والتنسيق الملائم للأنشطة، والحل المشترك للمشكلات، والتعلم المشترك، والمشاركة في النجاح والمكتسبات، إضافة إلى المخاطر، وشفافية المعلومات وتوافرها بدرجات عالية. و التكامل مع الزبائن : هي جميع الروابط المعبرة عن الممارسات التي تنطلق بها الشركات لغرض إدارة وحل الشكاوي الواردة من جانب الزبون، والعمل على بناء علاقات طويلة الأمد مع الزبون وتحسين رضا الزبون، وتقديم منتجات راقية ومتميزة لإشباع حاجاته ورغباته، وصولاً إلى مستوى إبعاده .

### المطلب الثالث: العلاقة بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج

من خلال مراجعة الادب النظري و على ما توصل إليه العديد من الباحثين في نتائج دراستهم لطبيعة العلاقة بين إدارة

سلسلة التوريد و جودة المنتج ، فإنه يمكنني توضيح هذه العلاقة فيما يلي:<sup>1</sup>

توضح العلاقة بين أبعاد تكامل سلسلة التوريد وأبعاد جودة المنتج في قطاع التصنيع. في نموذج البحث الذي تم عرضه من خلال مراجعة الأدبيات في مجال إدارة سلسلة التوريد ، أشرنا إلى أن التكامل الداخلي له آثار على تكامل الموردين وكذلك تكامل العملاء. من ناحية أخرى ، فإن جودة التصميم لها تأثيرات على جودة المطابقة وأيضاً يؤثر كل بُعد من تكامل سلسلة التوريد على كل بعد من أبعاد جودة المنتج. قدمت دراستنا أدلة مراجعة نظرية والأدب على أن التكامل الداخلي والخارجي له تأثير على جودة التصميم وجودة المطابقة مما يؤدي إلى تحسين القدرات التنافسية في الشركات. إذا كانت الشركات تولي مزيداً من الاهتمام لتكامل الموردين وتكامل العملاء ، فإننا نتوقع أن يتم تحسين قدراتها على جودة المنتج. مما يعني أن هناك علاقة طردية بين سلسلة التوريد وجودة المنتج . "القيود الآخر هو أننا ركزنا فقط على بعدين لجودة المنتج ، بينما هناك أبعاد أخرى أيضاً. ينبغي أن تشمل الدراسات الإضافية العلاقات بين المزيد من البنى وأن تشمل أيضاً أنواعاً مختلفة من الشركات".

<sup>1</sup> Zahra Lotfi op cit, pp 476.

## المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية حول جودة المنتج و إدارة سلسلة التوريد

هناك العديد من الدراسات التي بحثت في موضوع دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج، كما حظي باهتمام بالغ من قبل الباحثين والمختصين في مجال الإدارة بالمؤسسات خاصة في الدول الأجنبية مقارنة بالدول العربية، خلال ذلك سوف يتم التعرض لبعض هذه الدراسات التي تناولت ادارة سلسلة التوريد و جودة المنتج وفق تسلسل الزمني من الأقدم الى الأحدث ثم بعد ذلك التعليق عليها مع إبراز أهم نقاط التشابه ونقاط الاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية وأيضاً ما تم استفادة منه من الدراسات السابقة.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة (العربية والأجنبية )

أولاً : الدراسات الأجنبية

### 1- دراسة (Arawati Agus, 2011)

**Arawati Agus :The Structural Influence of Supply Chain Management on Product Quality and Business Performance. *International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 2, No. 4, August 2011***

هدفت هذه الدراسة الى استكشاف مدى امكانية اعتماد ادارة سلسلة التوريد كاساس لتعزيز جودة المنتج و اداء الاعمال في شركات التصنيع الماليزية. كما تقيس الدراسة تصورات مديري الإنتاج بشأن SCM أو مستوى الأداء في شركاتهم. تم استلام 250 استبانة و تم تحليل البيانات باستخدام SPSS. و بالاعتماد على التحليلات الإحصائية المعلمية مثل ارتباطات Pearson ونمذجة المعادلة الهيكلية (SEM). توضح نتائج SEM أن أبعاد SCM وهي "إنتاج خفيف" و "التكنولوجيا الجديدة والابتكار" و "شراكة الموردين الاستراتيجية" و "مفهوم التأجيل" تبدو ذات أهمية أساسية وتظهر آثاراً كبيرة على جودة المنتج وأداء الاعمال. تقدم نتائج الدراسة عرضاً لافتاً لأهمية SCM في تعزيز الأداء النهائي لشركات التصنيع الماليزية. تشير النتيجة إلى أن الشركات الصناعية يجب أن تركز على إيلاء اهتمام أكبر لبرنامج التخلص من النفايات من خلال الإنتاج بالإضافة إلى الجوانب التقنية في SCM ودرجة أكبر من الدعم الإداري لمبادرات تنفيذ SCM.

### 2- دراسة(Sundram et al,2011)

**Sundram et al: Supply chain management practices in the electronics industry in Malaysia: Consequence for supply chain performance this journal for their valuable comments.**

حاولت هذه الدراسة اكتشاف تأثير الأبعاد المختلفة لتطبيقات إدارة سلسلة التوريد على أداء سلسلة التوريد في صناعات الالكترونيات في ماليزيا. وقد تكونت الدارسة من (125) شركة الكترونياات في ماليزيا والتي تم اختيارها بشكل العينة الملائمة. وقد توصلت الدارسة إلى العديد من النتائج من أبرزها : ان ستة أبعاد (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، ومشاركة المعلومات، وجودة المعلومات، والرؤية ومشاركة العائد والمخاطرة، والتأخير) من أصل سبعة لتطبيقات إدارة سلسلة التوريد لها تأثير إيجابي على أداء سلسلة التوريد، وان كلا من الرؤية والأهداف هي الأكثر تأثيراً من بقية الأبعاد الأخرى .



3- دراسة (Flynn et al, 2010)

**Flynn et al The Impact of Supply Chain Integration on Performance: A contingency and configuration approach Journal of Operations Management**  
Volume 28, January 2010

سعت هذه الدراسة إلى توضيح تأثير دمج بين الزبون والمورد في أداء العمليات و الأعمال في الشركات الصناعية بالصين، من خلال تقديم نموذج لتكامل سلسلة التوريد .ولتحقيق هذا الهدف تم تطبيقها على الشركات الصناعية في خمس مدن صناعية ، ويبلغ عددها (4569) منظمة ، أما عينة الدراسة فقد بلغت (617)منظمة، وقد توصلت الدراسة إلى :

- أن هناك علاقة مباشرة وذات دلالة إحصائية بين التكامل الداخلي وأداء العمليات في الشركات الصناعية
- لم تظهر الدراسة أي تأثير ذو دلالة إحصائية لتكامل المورد والزبون مع التكامل الداخلي في الأداء.
- توجد علاقة إيجابية بين التكامل الداخلي وأداء الأعمال

4- دراسة (Jahanshahi and al,2011)

**Jahanshahi and al Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer . Satisfaction and Loyalty International Journal of Humanities and Social Science**  
Vol. 1 No. 7 [Special –June 2011

تناولت هذه الدراسة اثار كل من خدمة العملاء وجودة المنتج على رضا و ولاء العملاء في صناعة السيارات الهندية، و لتحقيق هدف الدراسة تم تصميم استبيان لجمع البيانات من عينة الدراسة و التي شملت 234 عميل من اصل 586. حيث تم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام الانحدار و ANOVA. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك ارتباط عالي و ايجابي بين المتغيرات الاربعة للدراسة.

5- دراسة (Zahra Lotfi and al,2013)

**Zahra Lotfi and al The Relationships between Supply Chain Integration and Product Quality The 4th International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICEEI 2013)• Procedia Technology 11 ( 2013 ) .**

هدفت هذه الدراسة لتحديد علاقة تكامل سلسلة التوريد بجودة المنتج، اي تكامل العملاء وتكامل الموردين على جودة المطابقة وجودة التصميم في قطاع التصنيع. كما هدفت إلى اقتراح إطار مفاهيمي متكامل بين تكامل سلسلة التوريد وجودة المنتج. يعطي النموذج المفاهيمي المقترح تطبيقاً للأدوات المناسبة للتكامل بين الشركات وجودة المنتج. في نموذج الدراسة الذي تم عرضه من خلال مراجعة الأدبيات في مجال إدارة سلسلة التوريد ، توصلت إلى أن التكامل الداخلي له آثار على تكامل الموردين وكذلك تكامل العملاء. من ناحية أخرى ، فإن جودة التصميم لها تأثيرات على جودة المطابقة وأيضاً يؤثر كل بُعد من تكامل سلسلة التوريد على كل بعد من أبعاد جودة المنتج.

كما قدمت الدراسة أدلة مراجعة نظرية والأدب على أن التكامل الداخلي والخارجي له تأثير على جودة التصميم وجودة المطابقة مما يؤدي إلى تحسين القدرات التنافسية في الشركات. إذا كانت الشركات تولي مزيداً من الاهتمام لتكامل الموردين وتكامل العملاء.

6- دراسة (Hatani and al,2013)

**Hatani and al Competitive Advantage as Relationship Mediation between Supply Chain Integration and Fishery Company Performance In Southeast Sulawesi (Indonesia) IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM). Volume 6, (Jan. - Feb. 2013).**

سعت هذه الدراسة لى استكشاف و شرح دور الميزة التنافسية كوسيط للعلاقة بين تكامل سلسلة التوريد وأداء الشركة في اندونيسيا. ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحثون على تصميم بحث مسحي باستخدام الاستبيانات التي تم توزيعها على أكثر من 100 موظف في 44 قسم في شركة لصيد الأسماك. وقد أظهرت نتائج الدراسة

- أن سلسلة التوريد يمكنها تحقيق الميزة التنافسية وتحسين مستوى أداء الشركة.
- وتبين أن التغيرات الموسمية هي الأسباب الوحيدة التي تسبب انخفاض في الميزة التنافسية وأداء الشركة.

7- دراسة (Karimi,2014)

**Karimi Analyzing the Impact of Supply Chain Management Practices on Organizational Performance through Competitive Priorities (Case Study: Iran Pumps Company) International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences Vol. 4, No.1, January 2014**

هدفت إلى تحليل أثر ممارسة إدارة سلسلة التوريد على أداء المنظمة من خلال الافضليات تنافسية في إيران. ولتحقيق هدف الدراسة تم اجراء نمذجة لمعادلات هيكلية عن طريق استخدام المنهج الإحصائي حيث تكونت العينة العشوائية من 483 موظف في شركة مضخات. وقد توصلت الدراسة إلى أن تطبيق ممارسات إدارة سلسلة التوريد يحقق الميزة التنافسية لشركة المضخات الإيرانية ويجعلها أكثر نفوذاً. أوصت الدراسة بضرورة تفعيل استراتيجيات إدارة سلسلة التوريد في الشركات والمنظمات ساهمت الدراسة الحالية في دعم الأدب النظري المتعلق بموضوع الدراسة.

8- دراسة (PRABUSANKAR,2018)

**PRABUSANKAR A STUDY ON INFLUENCE OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES ON PRODUCT QUALITY AND PERFORMANCE OF ORGANIZED RETAIL SECTOR IN TAMIL NADU International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET) Volume 9, July 2018, Article ID**

هدفت هذه الدراسة الى البحث في تأثير ممارسات إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج وأداء قطاع التجزئة المنظم في تاميل نادو. حيث تم اختيار متاجر التجزئة المنظمة من هذه المدن باستخدام طريقة أخذ العينات العشوائية متعددة المراحل. كما جمعت البيانات من 300 متجر بيع بالتجزئة منظم من خلال طريقة الاستبيان، و تم استخدام اختبار t وتحليل التباين (ANOVA) للنظر في الفرق بين ملفات متاجر التجزئة المنظمة وممارسات إدارة سلسلة التوريد. و تحليل الانحدار المتعدد لدراسة تأثير ممارسات إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج وأداء متاجر البيع بالتجزئة المنظمة اظهرت النتائج أن هناك فرقاً كبيراً بين المظهر الجاني لمتاجر التجزئة المنظمة وممارسات إدارة سلسلة التوريد. إن الشراكة الاستراتيجية بين الموردين ، والممارسة الداخلية

للهندسة ، وتبادل المعلومات ، وجودة المعلومات ، تؤثر بشكل إيجابي وكبير على جودة منتجات متاجر التجزئة المنظمة. إن إدارة علاقات العملاء ، والشراكات الاستراتيجية مع الموردين ، وجودة المعلومات ، ومشاركة المعلومات ، والممارسة الداخلية المزيفة ، تؤثر بشكل إيجابي وكبير على أداء متاجر التجزئة المنظمة. وبالتالي ، فإن الاعتماد الفعال لممارسات إدارة سلسلة التوريد يحسن جودة المنتجات وأداء متاجر التجزئة المنظمة.

9- دراسة (Mansori,2018)

### **Mansori The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry International Journal of Industrial Marketing 2018, Vol. 3, No. 1**

حاولت هذه الدراسة تحديد أبعاد جودة المنتج التي تؤثر على رضا العملاء والآثار الوسيطة لرضا العملاء على ولاء العملاء في صناعة الهندسة الكهربائية في ماليزيا. و لتحقيق أغراض الدراسة تم إرسال رابط إلى استبيانات الاستبيان في محرر مستندات Google عبر البريد الإلكتروني إلى 90 موظفًا مفضلاً من إدارة المشتريات للرد نيابة عن مؤسستهم. تعتبر وحدات الأعمال الاستراتيجية (SBU) داخل المؤسسة بشكل مستقل بسبب الاختلافات في تركيز أعمالهم. تم جمع 78 إجابة من المشاركين بنجاح وأدرجت في التحليل النهائي. توصلت الدراسة الى جملة من النتائج اهمها ان أبعاد جودة المنتج تؤثر على رضا العملاء و الذي بدوره يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء في الصناعة الهندسية في ماليزيا.

ثانيا :الدراسات العربية :

### **1-دراسة (أثير عبدالله محمد السوداني و غسان قاسم داود الالمى)، تأثير خصائص معرفة العمل في أبعاد جودة المنتج،مجلة الإدارة والإقتصاد ، العدد الثامن والستون،2008.**

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص أثر خصائص معرفة العمل في أبعاد جودة المنتج. و اختبرت الشركة العامة للصناعات الكهربائية كموقع لأجراء البحث اذ يمثل مجتمع البحث مدرء الاقسام الرئيسة في الشركة ، و مدرء المعامل الإنتاجية ، ومعاوني مدرء تلك المعامل ، ومسؤولي الخطوط الانتاجية .ولمعالجة الاشكالية قام الباحثان باختيار عينة قصدية لإنجاز الجانب العملي، و اعتمادا على الاستبانة كأداة رئيسة و توصلت الدراسة لمجموعة من الاستنتاجات و أهمها:

- وجود علاقات ارتباط بين خصائص معرفة العمل وبين أبعاد جودة المنتج إجمالاً .
- التأثير ذو دلالة معنوية لخصائص معرفة العمل ومتغيراته ( معالجة البيانات ، و حل المشاكل ، و تنوع المهارة) في أبعاد جودة المنتج إجمالاً).

### **2-دراسة (م.م. بشار محمد خليل العبيدي وزملائه )، الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج دراسة تحليلية لاراء**

عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية \ الوزيرية،مجلة الإدارة والإقتصاد ،العدد الرابع

والثمانون،2010.

تناولت هذه الدراسة موضوع الابداع المنظمي واثره في تحسين جودة المنتج في الشركة العامة للصناعات الكهربائية / الوزيرية ، حيث تم تطبيق واختبار أ نموذج البحث من خلال توزيع استبانته على عينة 36 من مديري الشركة المذكورة، و توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- وجود علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية احصائية بين المتغيرين .

### 3- دراسة ( شيخي خديجة وعدمان مريزق)، دور نظام المعلومات في تحسين جودة المنتج دراسة تطبيق على قطاع

الصناعات الغذائية ، جامعة تيزي وزو، المدرسة العليا للأساتذة،مجلة الإدارة والبحوث والدراسات،العدد

العاشر،2011.

سعت هذه الدراسة إلى بيان تطبيق منظمات قطاع الصناعات الغذائية لنظام المعلومات الإنتاج في تحسين جودة المنتج وللإجابة على الإشكالية تم تصميم استبانة وتوزيعها على 40 منظمة اختيرت بشكل عشوائي من مجتمع الدراسة والمتمثل في المنظمات الصناعات الغذائية في المدينة الصناعية في حلب ، وقد أوصت الدراسة بالتنظيم الفني والتقني لنظام المعلومات الإنتاج المستخدم بما يؤدي إلى تحسين جودة المنتج مع التركيز على التطوير الدائم لطرق الإنتاج وتصميم المنتجات ، وبإعطاء أهمية للتوثيق والأرشفة الإلكترونية ولجميع الأنشطة والعمليات والإنتاجية والقيام بدورات تكوينية للعمال في مجال استخدام الحاسوب وتطبيقات نظام المعلومات الإنتاج على مستوى المنظمات عينة الدراسة .

### 4- دراسة( مؤيد عبد الحسيني الفضل و بشرى شاكر عبد الحسين) دور عوامل النجاح الحرجة لإدارة الجودة الشاملة في

تحسين جودة المنتج السياحي دراسة تطبيقية في قطاع السياحة الدينية في النجف الأشرف،جامعة الكوفة ،الكلية

الإدارة والاقتصاد،2011.

هدفت هذه الدراسة إلى التحري عن العلاقة والتأثير بين عوامل النجاح الحرجة لإدارة الجودة الشاملة في جودة المنتج السياحي الديني، ولمعالجة الاشكالية تم توزيع ( 53 ) استبانة جاهزة لتحليل الاحصائي وتم استخدام معامل ارتباط كندال و معادلة الإنحدار البسيط والمتعدد لإختبار العلاقة بين متغيرات البحث ، كما انه استعمل المنهج التحليلي ومن أهم استنتاجات:

- وجود علاقات ارتباط وتأثير لعوامل النجاح الحرجة لإدارة الجودة الشاملة في تحقيق جودة المنتج في المنظمات السياحية
- واهتمام تلك المنظمات بـ (التركيز على الزبون واستعمال تكنولوجيا للمعلومات والتحليلي الإستراتيجي مما أدى إلى تحسين أدائهم وتدعيم دافعيته في تحقيق الإستجابة السريعة لطلبات الزبون، خاصة وان الإرتقاء بجودة المنتج السياحي يتطلب عملا تعاونيا و فرقا وليس منهجا فرديا في الأداء.

### 5- دراسة( إسحاق محمود الشعار )، أثر تكامل سلسلة التوريد من خلال استجابة سلسلة التوريد في الأداء التشغيلي

في الشركات الصناعية الأردنية كبيرة ومتوسطة الحجم،المجلة الأردنية في إدارة الأعمال ،المجلد

10،العدد3،الأردن،2014.

حاولت هذه الدراسة التعرف على أثر تكامل سلسلة التوريد من خلال استجابة سلسلة التوريد في الأداء التشغيلي في الشركات الصناعية الأردنية كبيرة ومتوسطة الحجم، وتكون مجتمع الدراسة من الشركات الصناعية متوسطة وكبيرة الحجم. ولإغراض اختبار فرضيات الدراسة وصحة نموذجها، أستخدم تحليل (SEM; Modeling Equation Structural) من خلال برنامج (AMOS16) و توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- إلى أن استجابة سلسلة التوريد تؤثر في الأداء التشغيلي.
- أن استجابة سلسلة التوريد لا تتوسط أثر تكامل سلسلة التوريد في الأداء التشغيلي.

6- دراسة (محمد خير سليم أبو زيد)، العلاقة السببية بين الأسبقيات التنافسية وإستراتيجية سلسلة التوريد وأثرهما في الأداء

المؤسسي دراسة تطبيقية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 10، العدد 4، الأردن، 2014.

سعت هذه الدراسة إلى بحث الأثر المباشر للأسبقيات التنافسية في الأداء المؤسسي، والأثر غير المباشر من خلال إستراتيجية سلسلة التوريد. ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة لقياس متغيرات الدراسة، وزعت على المصانع العاملة بقطاع الصناعات الغذائية في الأردن، حيث تم توزيع (123) إستبيان، واستخدم التحليل المساري باستخدام برمجية (v16 Amos) من النتائج من أهمها :

- وجود أثر مباشر للأسبقيات التنافسية في الأداء المؤسسي جزئيا من خلال متغير التسليم.
- وجود أثر مباشر للأسبقيات التنافسية من جانب (الجودة، والتكلفة، والتسليم)
- ووجود أثر مباشر لإستراتيجية سلسلة التوريد الرشيقة في الأداء المؤسسي. من جانب (المرونة، والتسليم، والتكلفة) في إستراتيجية سلسلة التوريد المرنة.

7- دراسة (علي عبود، علي الرفيعي)، بعنوان "عوامل نجاح إدارة سلسلة التوريد ودورها في تحسين أداء العمليات، دراسة

حالة في مصفى النفط في النجف الأشرف، الكلية التقنية الإدارية/الكوفة/قسم تقنيات إدارة العمليات، مجلة الإدارة

والإقتصاد، المجلد 3، العدد 2014، 12.

سعت هذه الدراسة تشخيص دور عوامل نجاح ادارة سلسلة التوريد في تحسين أداء العمليات بدلالة مزايا (الكلفة ، و الجودة ، و التسليم والمرونة) ،ومعالجة هذه الإشكالية طبق الباحثان دراسة حالة على عينة ممثلة في 27 مستجيبا، ولتحليلها تم توظيف معاملات كندال وتحليل الانحدار والتباين (ANOVA) إختبار علاقة الارتباط والتأثير بين عوامل نجاح (SCM) واداء العمليات. كما إعتندا على المنهج الوصفي في دراستهما وقد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج التي من بينها: يوجد اسنادا معنويا لقبول فرضيتي البحث الرئيسيتين اللتان نصتا على وجود علاقات ارتباط وتأثير معنوية بين عوامل نجاح (SCM) واداء العمليات في المصفى قيد الدراسة.

8- دراسة (محمد أحمد حسين عساف) ، أثر قدرات سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية ،دراسة ماجستير قسم إدارة

الأعمال ،قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015.

هدفت الدراسة إلى بيان أثر قدرات سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية ، ولمعالجة هذه الإشكالية تم إختيار عينة مكونة من (84) فرد، واستخدم الباحث الاستبانة لجمع المعلومات أما تحليلها تمثل في إستخدام برنامج SPSS كما إعتددا أيضا في هذا البحث على المنهجية الوصفية التحليلية، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لقدرات سلسلة التوريد ببعدها التكامل مع الوسطاء والموزعين في تحقيق الميزة التنافسية (الكلفة)
- كما وجد تأثير ذو دلالة إحصائية لممارسة قادات سلسلة التوريد بأبعدها التكامل مع الموردین ،التكامل مع الوسطاء والموزعين ،والتكامل مع الزبائن في تحقيق ميزة الجودة ؛
- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لقدرات سلسلة التوريد ببعدها التكامل مع الوسطاء والموزعين في تحقيق المرونة.

#### 9- دراسة (مُحَمَّد إبراهيم مُحَمَّد حسين)، اثر رقابة جودة المنتج على تحسين اداء العمليات دراسة حالة في معمل إسمنت كركوك ،قسم إدارة الأعمال ،كلية القلم، مجلة العلوم الإقتصادية،2016.

تناولت هذه الدراسة الرقابة على جودة المنتج واثرها في تحسين اداء العمليات وذلك من خلال اجراء دراسة حالة في معمل إسمنت كركوك، وبعد الإطلاع على السجلات في قسم الجودة في ذلك المعمل،وللاجابة على الاشكالية تم جمع البيانات الالزمة وتم تحليلها بواسطة مؤشرات الرقابة على الجودة ومقاييس اداء العمليات وعلى اساس نتائج التحميل فقد تم رسم خرائط ضبط الجودة بواسطة البرنامج الحصائي Excel ، تم إستخدام المنهج الكمي التحليلي ،وفي ضوء ذلك توصلت الدراسة الى أهم إستنتاج:

- تعد خرائط الرقابة على الجودة أداة رئيسية في كشف الإنحرافات في المنتجات وتقديم الحلول الى ادارة المنظمة لمنع تكرار هذه الإنحرافات في المستقبل، كشفت الدراسة وجود تباين كبيرين مقياس الجودة لتلك العاملين وهذا يعود الى الإندثار بعض مكائن المعمل وعدم توافر قطع الغيار المناسبة مما أدى الى هذا التباين ، كشفت خرائط ظبط الجودة ان جميع نسب المعيب تقع ضمن حدود السيطرة .

#### 10- دراسة (ماجده عبده العززي :) دور تبادل المعلومات في إدارة سلسلة التوريد لتعزيز قدرات شركات الصناعات الدفاعية في دولة الامارات العربية المتحدة: دراسة حالة لمجموعة شركات توازن، جامعة الإمارات العربية المتحدة ،مذكرة دكتوراء في إدارة الأعمال ،قسم إدارة الأعمال، كلية الإدارة والإقتصاد، 2017 .

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على قدرة تبادل المعلومات في إدارة سلسلة التوريد لتعزيز قدرات الشركات التابعة لـ "توازن" كجهة رئيسية في صناعة الدفاع في دولة الإمارات العربية المتحدة. ولمعالجة هذه الإشكالية أجريت المقابلات الشخصية مع (20) من كبار المديرين العاملين في أربع شركات صناعية تابعة لها.. كما تم توزيع 86 إستبيان . وكشف التحليل الكمي لبيانات المسح التي تم جمعها باستخدام برنامجي ال spss و exle النتائج تمثلت في:

- لا تزال هناك بعض القيود على مشاركتهم في تبادل المعلومات مع الأعضاء داخل المؤسسة، وإبقائهم كمستقبلين ليس إلا، وهذا بدوره أثر على قدرتهم في إنجاز مهامهم في الوقت المحدد

- هيمنة وجهات نظر وتصورات كبار المديرين (ذو الخلفية العسكرية) قد أثر تأثيرا كبيرا على كمية ونوعية المعلومات المسموح بتقاسمها داخل المنظمة، وهذا بدوره قد أثر على عمليات التصنيع وإدارة الإنتاج بتلك الشركات.
- كما توضح لكبار المديرين التنفيذيين وأصحاب القرار للأثار المحتملة من تسهيل التكامل الداخلي في شركاتهم وذلك من خلال التدفق السلس للمعلومات ذات الصلة وتشجيعهم لمشاركتها مع موظفيهم للحصول على إدارة سلسلة توريد ذات كفاءة وفعالية

#### المطلب الثاني : المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.

سنحاول في هذا المطلب تقديم مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة (العربية والأجنبية ) واستخراج أوجه التشابه والاختلاف بينهما.

أوجه التشابه :

يكمن التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة فيما يلي :

1. فيما يخص أداة جمع المعلومات: إتمدت كل من الدراسة الحالية والدراسات السابقة على الإستبيان كأداة لجمع المعلومات.
  2. المنهج المستعمل: تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لكلا الدراسات (السابقة والحالية).
  3. أداة تحليل المعلومات :تم إعتماد على برنامج الإحصائي SPSS كأداة لتحليل المعلومات لكل الدراسات الحالية والسابقة.
- أوجه الاختلاف :

بالرغم من أوجه التشابه إلا أنه لا تخلو من الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة من حيث المكان، الزمان، العينة، المتغيرات، أبعاد.

#### الجدول ( 1.1 ) : مقارنة بين الدراسة الحالية بالدراسات السابقة.

الدراسات السابقة	الدراسة الحالية	
تمت الدراسة في بيئة عربية وأجنبية وكانت في السنوات التالية: 2010،2011،2018،2017،2013،2014،2015،2016،	تمت الدراسة في 2019	من حيث الزمان والمكان
تناولت الدراسات السابقة عينات مختلفة	52 عينة من مجتمع الدراسة	من حيث العينة
تناولت الدراسة متغيرات مختلفة منها: التي خاصة بالمتغير المستقل وأخرى تابعة للمتغير على حدا، الميزة التنافسية، الأداء المنظمي، خصائص معرفة العمل، الإبداع المنظمي ...	هدفت الدراسة إلى إبراز دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج	من حيث متغيرات الدراسة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة.

### المطلب الثالث: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة

يكمن مجال الاستفادة من الدراسات السابقة كونهما:

1. تعتبر الدراسات السابقة نقطة قوة وقاعدة أساسية في البحث وانطلاقة جيدة للباحثة لإعداد الدراسة الحالية وخاصة عند تحديد المشكلة
2. ساهمت في الإثراء الفكري والإداري للجانب النظري لدراسة وصياغة وإعداد الجانب التطبيقي
3. ساعدت في إعطاء صورة أولية ونظرة شاملة وكاملة لموضوع الدراسة مما سهل على الباحثة في الانطلاق في الدراسة الحالية
4. ساهمت بشكل كبير في تصميم الاستبيان لمتغيري الدراسة وأيضاً تحديد المنهجية الملائمة مما فتح المجال للباحثة في إعداد المنهجية المتبعة
5. المساعدة في الاطلاع على الأساليب والأداة الإحصائية المستخدمة في الدراسة السابقة مما ساعد الباحثة على تحديد الأداة المناسبة لاختبار صحة فرضيات الدراسة الحالية
6. الاستفادة من المراجع الهامة للبحث مما يوفر عليه الكثير من الجهد والوقت.



### خلاصة الفصل:

في هذا الفصل تم التطرق الى بعض الاسس النظرية حول إدارة سلسلة التوريد من خلال تقديم مفهوم إدارة سلسلة التوريد وتوضيح مختلف مصادرها بالإضافة لأبعادها و اهمية إدارة سلسلة التوريد بالمؤسسات ، كما تطرقت الدراسة الى الاسس النظرية حول جودة المنتج من خلال تقديم مفهوم جودة المنتج و توضيح ابعادها

اضافة الى سرد مجموعة من الدراسات السابقة التي أجريت في إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج ؛وعلى هذا الاساس حاولنا من خلال دراستنا تسليط الضوء على أهمية إدارة سلسلة التوريد ودورها في تعزيز جودة المنتج من وجهة نظر العاملين بشركة طيبة للتمور بولاية ورقلة.



الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لدور

إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة

المنتج من وجهة نظر العاملين بشركة

طيبة للتمور بورقلة

تمهيد :

في هذا الفصل سنحاول إسقاط ما تم تناوله في الفصل الأول على شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة؛ بحيث نبين فيه أداة الدراسة ، دقتها ، ثباتها ، إجراءات ومحددات الدراسة ، أساليب المعالجة الإحصائية للبيانات ، وأخيرا تحليل ومناقشة نتائج الدراسة؛ وذلك من خلال تقسيم الفصل الى مبحثين كالتالي:

- المبحث الاول: منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة؛

- المبحث الثاني: النتائج والمناقشة.

## المبحث الأول : منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة

من خلال هذا المبحث سيتم التطرق إلى المنهجية و الأدوات المستخدمة في الدراسة

### المطلب الأول : المنهجية المستخدمة في الدراسة

بغرض التعرف على دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج بشركة طيبة للتمور سيتم التعرف على منهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة وفي الأخير خصائص عينة الدراسة، من خلال الاعتماد على البيانات اللازمة بعد جمعها وتحليلها عن طريق إدخالها إلى برنامج الإحصائي (spss) النسخة 22 من خلال هذا سيتم التوصل إلى النتائج المرجوة.

#### أولا :منهج الدراسة :

يبين المنهج مختلف الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في دراسة ظاهرة ما أو موضوع معين بهدف التعرف على أسبابها وتقديم حلول لها، من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها . و لتحقيق الأهداف المراد اعتماد الباحث في دراسته على المناهج التالية: أ. المنهج الوصفي التحليلي : يمكننا من جمع البيانات والمعلومات عن موضوع المراد دراسته ووصف النتائج التي تم التوصل إليها وتحليلها وتفسيرها.

ب. المنهج الاستقصائي : لاستغلال البيانات الميدانية عن طريق تصميم استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث ومحاولة البرهنة على الفرضيات المطروحة.

ج. المنهج الإحصائي : يمكننا من اختبار صحة الفرضيات باستخدام الأساليب والأدوات الإحصائية في تحليل البيانات. لمعرفة " دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج بشركة طيبة للتمور بورقلة" . و ذلك باستخدام مصدرين أساسيين للمعلومات :

المصادر الثانوية : تتمثل في الكتب و المراجع العربية و الأجنبية ، الملتقيات و المقالات و كذا الأبحاث و الدراسات السابقة .  
المصادر الأولية : و تتمثل في جمع البيانات الأولية من خلال تصميم استبيان مخصصة لهذا الغرض ، و وزعت على الموظفين بشركة طيبة للتمور بورقلة .

#### ثانيا : التعريف بالشركة محل الدراسة

شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة تعمل في قطاع خاص ذو طابع تجاري ،عدد عمالها مكون من 72 عامل ، هدف الشركة متمثل في إنتاج منتج ذو جودة عالية ، رسالة الشركة غزو السوق العالمية بالتمور .  
معلومات حول الشركة :

1- الشهادات المتحصل عليها : IFS, BRC , ISO, FESMH تم الحصول عليها في فيفري 2018 من قبل إدارة واحدة ، الحلال في 2018 ثم BIO في 2019 .

2- إجراءات تحفيزية للعمال متمثلة في زيادة المردودية (حسب الإنتاج) .

3- موردو الشركة : carten من شركة sud emballage ، tps ouargla من فلاحين ورقلة .

4- إجراءات التصدير تتم من خلال حاوية خاصة بالنقل البحري CMA، بمرافقة ملف مكون من (فاتورا، ورقة خاصة بالفلاحة، شهادة تنقل السلع، شهادة المنشأة).

5- تم التصدير كأول دولة لأمريكا في 2017 ثم فرنسا، ألمانيا، ماليزيا (حسب الطلب).

6- سير العملية الإنتاجية : أ- الإستقبال : يتم إستقبال المادة الأولية (التمر) ، ثم القيام بأخذ عينة للتحليل من أجل قبول التمر أو رفضه. ب- مرحلة القضاء على الحشرات في التمر: من خلال وضع كمية من المادة المعالجة ، وتختلف فترة العلاج حسب درجة الحرارة ، ثم نقوم بتهوية التمر لمدة يوم ، والقيام بالتأكد من عدم وجود أي حشرة . ج- مرحلة المعالجة : ونقوم في هذه المرحلة بغسل التمر من أجل التخلص من أي شوائب ، ثم تنقيعه في الماء لمدة معينة ، بعدها تتم عملية التبخير في صناديق بلاستيكية . د- مرحلة نزع النوى: يتم نزع النوى من التمور . هـ- مرحلة التعليب والتوظيف : يتم وضع التمور في علب بأحجام وأنواع مختلفة . و- مرحلة التخزين : وتكون حسب مدة إرسال المنتج .

الشكل (1.2): الهيكل التنظيمي لشركة طيبة للتمور (الملحق رقم 2)

شرح الهيكل التنظيمي للشركة :

❖ **Gérant**: يمثل المستوى الأعلى في الهيكل التنظيمي حيث يعتبر العضو الرئيسي لكل اللجان وهو المسؤول الأول

بحيث يشرف على حسن تسيير الشرك

✓ **Secrétariat** : الأمانة وهو مكتب يندرج تحت المدير، من مهامه : الرد على الهاتف، إستقبال الزائر، تسيير البريد

الصادر والوارد.

⚡ **Resp. Commercial et approvisionnement**: مسؤول التسويق : يأتي في المستوى الثاني

من الهرم التنظيمي حيث يسهر على جلب الزبائن جدد والتوسع في السوق.

⚡ **Recherche et développement**: مسؤول البحث والتطوير: كذلك يأتي في المستوى الثاني من

الهرم التنظيمي حيث يسهر على تطوير التشكيلة والتنوعية الرفيعة للعلب.

⚡ **Resp.GRH**: مسؤول الموارد البشرية : يأتي في المستوى الثاني من الهرم التنظيمي حيث يقوم بالسهر على

التوظيف وتسيير ملفات العمال .

⚡ **RMQSDA**: مسؤول الجودة وحماية المنتجات الغذائية . يأتي من المستوى الثاني من الهرم التنظيمي وله قسمان

تابعان له

**Hygiéniste -A**: مسؤول النظافة والوقاية يأتي في المستوى الثالث من الهرم التنظيمي : **Agent de nettoyage** :

عامل نظافة .

**RCQ et Traçabilité -B**: مسار مراقبة الجودة يأتي في المستوى الثالث من الهرم التنظيمي ، **Agent de CQ** :

عامل خاص بالجودة .

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

Directeur d'usine: مدير المصنع: يأتي في المستوى الثاني من الهرم التنظيمي حيث يقوم بتسيير المصنع من كل الجوانب. وله قسمان تابعان له :

Resp. Maintenance -A: مسؤول الصيانة . يأتي في المستوى الثالث من الهرم التنظيمي ، Agent de maintenance ، مسؤول صيانة ، Agent de maintenance ، عون حراسة ، Chauffeurs سائق .  
Resp. Production -B: المسؤول على المنتج يأتي في المستوى الثالث من الهرم التنظيمي وله قسمين تابعين لها ، Agents manutention ، Agent opérations générales et fumigation مسؤول على المعالجة .  
Les ouvriers: باقي عمال المصنع .  
التعقيب على الهيكل التنظيمي:

من خلال الهيكل التنظيمي للشركة نلاحظ ان الهيكل التنظيمي بسيط ومرن يتناسب مع حجم ونشاط قطاع الشركة ، حيث أن أهمية الهيكل التنظيمي تكمن في توضيح سير العمل داخل الشركة .

ثالثا : مجتمع وعينة الدراسة

1- مجتمع الدراسة : يتكون مجتمع الدراسة من العمال في الشركة محل الدراسة والموضحة في الجدول أدناه .

الجدول رقم(1.2): يوضح مجتمع الدراسة

عدد العمال	نوع المؤسسة	تاريخ التأسيس	الشركة
غير الدائمين 10 الدائمين 60	مؤسسة خاصة ذات طابع تجاري	ديسمبر 2014	طيبة للتمور بولاية ورقلة

المصدر : من إعداد الطالبة بناء على معلومات المؤسسة

2- عينة الدراسة :

قامت الباحثة بسحب عينة عشوائية بسيطة قدرها 60 عامل من أصل 72 وهو مجموع كل العمال بالمؤسسة محل الدراسة ، حيث تم توزيع 60 إستبانة على عدد من العمال في المؤسسة ، تم إسترجاع 55 إستبانة ، حيث أن عدد الإستبانات الغير مسترجعة 5 ، والإستبانات الغير قابلة للتحليل 3 .

الجدول رقم(2.2): يوضح توزيع أداة الدراسة

الاستبيانات	الموزعة	المستردة	الغير مسترجعة	الغير قابلة للتحليل
المجموع	60	52	5	3
النسبة	100%	86.66%	8.33%	5%

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على الإستبيان

رابعاً : خصائص عينة الدراسة

يتسم أفراد عينة الدراسة بعدة سمات يمكن توضيحها فيما يلي :

1. متغير الجنس : يوضح الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس.

الجدول رقم(3.2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
21.2 %	11	ذكر
78.8 %	41	أنثى
100 %	52	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات spss 22

يظهر من الجدول السابق أن غالبية أفراد العينة كانوا من الإناث (78.8%) في حين بلغت نسبة الذكور (21.2%)

من مجموع أفراد العينة، ويعود ذلك بدرجة كبيرة إلى طبيعة قطاع النشاط وطبيعة نظام العمل.

2. متغير السن : يوضح الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير السن

الجدول رقم(4.2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
53.8 %	28	أقل من 30 سنة
32.7 %	17	من 30 إلى أقل من 40 سنة
11.5 %	6	من 40 إلى أقل من 50 سنة
1.9 %	1	50 سنة فأكثر
100,0 %	52	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات spss 22

فيما يتعلق بمتغير العمر فقد تحصلت الفئة العمرية (أقل من 30 سنة) أعلى نسبة بواقع (53.8%) يلي ذلك الفئة

العمرية (من 30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة (32.7%) من أفراد عينة الدراسة ، يلي ذلك الفئة العمرية (من 40 إلى أقل من

50 سنة) بنسبة (11.5%) ، من أفراد عينة الدراسة وهي نتيجة منطقية لأن هاتين الفئتين العمريتين المتتاليتين تسعيان أكثر من

غيرها للبحث عن المعرفة وإثبات الكفاءة من خلال التجارب الكبيرة في الإجابة على عبارات الاستبيان.



3. المستوى التعليمي : يوضح الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى الجامعي

الجدول رقم(5.2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
65.4%	34	دون الليسانس
11.5%	6	شهادات دراسات أو ليسانس أو مهندس
23.1%	12	ماستر أو ماجستير
100,0%	52	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات spss

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة فقد وجد أن (65.4%) من الحاصلين على شهادات دون الليسانس وهذا راجع إلى مجال النشاط بالمصنع لأنه لا يحتاج كوادر، تليه نسبة (12%) من الحاصلين على شهادات ماجستير أو ماستر وهذا يدل على أن فئة الإداريين المسييرين للمؤسسة هم كوادر وإطارات وكفاءات، وتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة (6%) المتحصلين على شهادة الليسانس أو مهندس .

4. الخبرة : يوضح الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الخبرة

الجدول رقم(6.2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الخبرة

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة
92.3%	48	أقل من 5 سنوات
1.9%	1	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
3.8%	2	من 10 إلى أقل من 20 سنة
1.9%	1	أكثر من 20 سنة
100,0%	52	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات spss 22

اما عن بمتغير الخبرة، وكما تشير النتائج أن فئة (أقل من 5 سنوات) تحصلت على أكبر نسبة والتي تقدر بـ 92.3%، وهي نسبة منطقية لأن الشركة لا تزال في السنوات الخمس من مجال النشاط لأنها حديثة النشأة.

5. الوظيفة : يوضح الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الوظيفة

الجدول رقم(7.2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مدير أو نائب مدير	2	3.8%
رئيس مصلحة	3	5.8%
إداري	3	5.8%
عامل	44	84.6%
المجموع	52	100,0%

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات spss 22

فيما يتعلق بمتغير الوظيفة , وكما تشير النتائج في الجدول رقم (07) إلى أن فئة (العمال) تحصلت على أكبر نسبة والتي تقدر بـ 84.6%، وهذه نسبة منطقية لأن أغلبهم عمال في المصنع، تليه نسبة 5.8 من فئة الإداريين، كذلك فئة 5.8 من رؤساء مصالح.

6. المصلحة : يوضح الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المصلحة

الجدول رقم(8.2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير المصلحة

المصلحة	التكرار	النسبة المئوية
إدارة عامة	7	13.5%
إنتاج	43	82.7%
جودة	2	3.8%
المجموع	52	100,0%

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات spss 22

بالنسبة لمتغير الوظيفة , وكما تشير إلى أن مصلحة (إنتاج) تحصلت على أكبر نسبة والتي تقدر بـ 82.7%، وهذه نسبة منطقية لأن أغلب العمال في مصلحة الإنتاج، تليه نسبة 13.5% من الإداريين .

7. ديمومة الوظيفة : يوضح الجدول التالي توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير ديمومة الوظيفة

الجدول رقم(9.2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لمتغير ديمومة الوظيفة

ديمومة الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
موظف دائم	7	13.5%
موظف متعاقد	45	86.5%
المجموع	52	100%

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات spss 22

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

فيما يتعلق بتغير ديمومة الوظيفة ظهرت النتائج أن نسبة 86.5% لفئة الموظفين المتعاقدين وهذا ناتج عن طبيعة العمل بالمؤسسة، تليه نسبة 13.5% من فئة الموظفين الدائمين وهذا الراجع إلى العمال الإداريين المسؤولين على سير المؤسسة .

**المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة :**

**أولاً: أداة الدراسة**

استخدام الاستبيان كأداة للدراسة وذلك بالاعتماد على الدراسات السابقة في مجال إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج ، وقد صمم الاستبيان وفقاً لمقياس ليكارت الثلاثي (غير موافق، محايد، موافق) .

**الفرع الأول:** عبارة عن مجالات الدراسة حيث تتكون من 49 فقرة موزعة على مجالين هما:

**المجال الأول:** يتكون من مقياس إدارة سلسلة التوريد ويتكون من 23 فقرة وفق مقياس ليكارت الثلاثي

**المجال الثاني:** يتكون من مقياس جودة المنتج ويتكون من 26 فقرة وفق مقياس ليكارت الثلاثي .

الجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان للمتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) وفق كل بعد من أبعاده

**الجدول رقم (10.2):** يوضح توزيع عبارات الاستبيان للمتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) وفق كل بعد من

**أبعاده**

العدد	رقم العبارة
- الشراكة الإستراتيجية مع الموردين	6-5-4-3-2-1
- إدارة علاقات الزبائن	12-11-10-9-8-7
- التكامل مع الوسطاء والموزعين	23-22-21-20-19-18-17-16-15-14-13

المصدر: من اعداد الطالبة وفقاً لمعطيات الدراسة

الجدول التالي يوضح توزيع عبارات الاستبيان للمتغير التابع (جودة المنتج) وفق كل بعد من أبعاده

**الجدول رقم (11.2):** يوضح العبارات التي تقيس أبعاد جودة المنتج

العدد	رقم العبارة
- أداء المنتج	03-02-01
- المعولية	06-05-04
- المطابقة	09-08-07
- المتانة	11-10
- الشكل الجمالي	16-15-14-13-12
- قابلية الخدمة	23-22-21-20-19-18-17
- الجودة المدركة	26-25-24

المصدر: من اعداد الطالبة وفقاً لمعطيات الدراسة

### ثانيا : صدق أداة الدراسة

للتأكد من مصداقية أداة الدراسة قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان في هيئته الأولية على عدد من المحكمين بلغ عددهم (05) . والملحق رقم (01) يوضح أسماء الأساتذة المحكمين. وبناء على التصحيحات والتوجيهات التي أبدوها قامت الباحثة بإجراء التعديلات حتى يزداد وضوحا ويتلاءم مع ما وضع لأجله .

### ثالثا : ثبات أداة الدراسة

قامت الباحثة بالتأكد من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وقد تم حساب معامل الثبات للأداة كما هو موضح بالجدول التالي :

جدول رقم (12.2): يوضح قيمة معامل ألفا كرونباخ

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرومباخ
دراسة العلاقة بين ادارة سلسلة التوريد و جودة المنتج	49	%88.3

المصدر: من اعداد الطالبة وفقا لمخرجات spss 22

من خلال الجدول رقم (12.2) يمكن أن نلاحظ قيمة الفا كرونباخ تقدر ب **0.883** وهي أكبر من **0.62** ، أي قيمة الثبات الكلية للاستبيان هي **0.883** وهي تعبر عن إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن يعطيها الاستبيان مرة أخرى أو بعبارة أخرى ، في حالة ما إذا قمنا باستجواب أفراد العينة من جديد و في نفس الظروف فإن **88.3 %** من أفراد العينة المدروسة تكون نفس الإجابة .

### رابعا : أساليب المعالجة الإحصائية

قامت الباحثة في هذه الدراسة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل التحقق من ثبات أو صدق أداة الدراسة والتحليل الإحصائي لبيانات الدراسة، وهذه الأساليب هي:

1. التكرار والنسب المئوية لوصف أفراد عينة الدراسة وتحديد استجاباتهم؛
2. معامل ألفا كرونباخ لتحديد معامل ثبات الاستبيان؛
3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد نسبة الاستجابة تجاه محاور أداة الدراسة؛
4. معامل الانحدار المتعدد لقياس أثر المتغير المستقل على التابع؛
5. معامل الارتباط لبيرسون؛
6. تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) اختبار T للفروق بين أكثر من متوسطين
7. اختبار F لتحليل التباين من أجل معرفة الفروق.

كما استخدمت الباحثة مقياس ليكارت الثلاثي التالي في محوري دراسة

الجدول رقم (13.2) : درجات سلم ليكارت الثلاثي

الاستجابة	غير موافق	محايد	موافق
الدرجة	1	2	3

المصدر: من إعداد الطالبة.

أما تحديد قيم المتوسط الحسابي فتم كما يلي :

• المدى = أكبر قيمة - أصغر قيمة =  $2=1-3$

• قسمة المدى على عدد الفئات  $0.66=3/2$  أي يضاف 0.66 إلى الحد الأدنى للمقياس فيصبح كما يلي :

الجدول رقم (14.2) : يوضح طريقة تصحيح الاستبيان ثلاثي التقدير

المستوى	المتوسط المرجح
غير موافق (منخفض)	[ 1.66 ، 1.00 ]
محايد (متوسط)	[ 2.33 ، 1.67 ]
موافق (مرتفع)	[ 3 ، 2.34 ]

المصدر : من اعداد الطالبة

المبحث الثاني : النتائج والمناقشة

يتطرق هذا المبحث إلى نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها من أجل الإجابة على فرضيات الدراسة للخروج باستنتاجات

تتعلق بدور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة.

المطلب الأول : عرض نتائج الدراسة

سيتم في هذا المطلب عرض نتائج فرضيات الدراسة :

الفرضية الأولى: تتميز منتجات شركة طيبة للتمور بمستويات مرتفعة من الجودة

للتأكد على صحة هذا الفرضية من عدمها قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومدى استجابة

أفراد العينة للعبارات الممثلة لمحور جودة المنتج وفقا للأبعاد المكونة لها وهي كما يلي :

1. أداء المنتج :

الجدول رقم (15.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاستجابة لبعده أداء المنتج

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	تتفوق منتجات الشركة على منتجات المنافسين في ادائها .	2.34	0.59	مرتفع
02	تختبر الشركة قدرة منتجاتها على الأداء الجيد	2.96	0.19	مرتفع
03	يفضل الزبائن منتجات شركتنا لأدائها عالي الجودة	2.90	0.29	مرتفع
	المتوسط العام لبعده أداء المنتج	2.73	0.25	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

جاء هذا البعد بترتيب 3 ، ويتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن بعد أداء المنتج مرتفع حيث بلغ المتوسط العام له 2.73 بانحراف معياري 0.25 وهو مؤشر يدل على تفعيل هذا البعد بشكل جيد في المؤسسة؛ في حين تصدرت الفقرة 2 هذا البعد بمتوسط 2.96 مما يعكس قدرة الشركة في اختبار منتجاتها على الأداء الجيد ؛ لتليها الفقرة 3 بمتوسط 2.90 مما يعكس تفضيلات الزبائن لمنتجات المؤسسة من ناحية الجودة وفي الاخير الفقرة 1 بمتوسط 2.34 مما يدل على ان منتجات المؤسسة تتفوق على منتجات المنافسين من ناحية الأداء ، وبالتالي فإن المؤسسة تسهر على أداء عالي الجودة .

### 2 بعد المعولية :

#### الجدول رقم (16.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاستجابة لبعد المعولية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	منتجات شركتنا على درجة عالية من الثقة عند الاستخدام .	2.90	0.40	مرتفع
02	يمكن الاعتماد على منتوجات الشركة لأنها تلي رغبات الزبائن	2.42	0.53	مرتفع
03	احتمال عدم كفاءة منتوجات الشركة ضئيل جدا	2.80	0.56	مرتفع
	المتوسط العام لبعد المعولية	2.70	0.30	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا البعد بترتيب 5 ومن الجدول يبلغ المتوسط الحسابي لبعد المعولية ب2.70 و بانحراف معياري قدره 0.30 وهذا يدل على ان مستوى المعولية في جودة المنتج كان بدرجة مرتفعة ، في حين تصدرت الفقرة 1 المتعلقة بالثقة عند استخدام منتوجات الشركة على أعلى وسط حسابي وقد بلغ 2.90 و بانحراف معياري 0.40 ؛ تليها الفقرة 3 بمتوسط 2.80 بدرجة استجابة مرتفعة مما يعكس كفاءة منتوجات الشركة بدرجة مرتفعة ؛ في حين تتأخر الفقرة 2 هذا بمتوسط 2.42 مما يعكس رغبات الزبائن تجاه منتوجات الشركة ؛ كما يشير بعد المعولية أنه يمكن الإعتماد على منتوجات الشركة بدرجة عالية من الثقة .

### 3 بعد المطابقة:

#### الجدول رقم (17.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد المطابقة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	تمتلك ادارة الشركة مواصفات مصنعية خاصة بما طورت في ضوء تجربتها بالعمل	2.86	0.48	مرتفع
02	تعتمد ادارة الشركة سياسات واضحة لجعل المنتوج مطابق للمواصفات	2.98	0.13	مرتفع
03	تسعى الشركة لتأهيل خطوطها لتقديم منتوجات مطابقة للمعايير المطلوبة	2.94	0.30	مرتفع
	المتوسط العام لبعد المطابقة	2.92	0.22	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا البعد بترتيب 1 ومن الجدول يبلغ متوسط الحسابي لبعد المطابقة ب2.92 وانحراف معياري قدره 0.22 مما يدل على ان مستوى المطابقة في منتوجات الشركة كان بدرجة مرتفعة جدا ؛ برغم من تصدر الفقرة 2 بمتوسط 2.98 وانحراف 0.13

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

، مما يفسر ان بعد المطابقة لديه سياسات واضحة لجعل المنتج مطابق للمواصفات بدرجة مرتفعة جدا ؛ وهناك مطابقة مرتفعة بالفقرة 3 بمتوسط 2.94 وإخلاف 0.30 وهذا نظرا إلى تقديم منتجات مطابقة للمعايير المطلوبة بالشركة ، في حين تليهما الفقرة 1 بمتوسط 2.86 بدرجة مرتفعة مما يفسر وجود مواصفات خاصة بالمصنع طورت في ضوء تجربتها بالعمل .

4 بعد المتانة:

### الجدول رقم (18.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده المتانة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	يمكن استخدام منتجات الشركة لفترة طويلة من الزمن	2.86	0.44	مرتفع
02	منتجات الشركة لها قدرة عالية على تحمل المؤثرات الخارجية ..	2.88	0.42	مرتفع
المتوسط العام لبعده المتانة				
		2.87	0.34	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا البعد بترتيب 2 ومن الجدول يبلغ متوسط الحسابي لبعده المتانة 2.87 وانحراف معياري 0.34 مما يدل على ان المتانة في جودة المنتج بالشركة كان بدرجة مرتفعة ؛ في حين تصدرت الفقرة 2 بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي قدره 2.88 وانحراف معياري 0.42 وهذا يدل على أن منتجات الشركة متينة وتحمل المؤثرات الخارجية . كما أن الفقرة 1 جاءت بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.86 وإخلاف 0.44 وهذا ناتج على استخدام منتجات الشركة لفترة طويلة .

### 5 بعد الشكل الجمالي:

### الجدول رقم (19.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده الشكل الجمالي

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	تعطي الشركة أهمية كبيرة للبعد الجمالي لمنتجاتها	2.96	0.27	مرتفع
02	تسعى الشركة في عملياتها الإنتاجية إلى إنتاج منتج غير قابل للتقليد.	2.35	0.56	مرتفع
03	تحرص الشركة على تحقيق جودة التصميم وتحقيق جاذبية لمنتجاتها	2.46	0.50	مرتفع
04	تحرص الشركة على تقديم تشكيلة واسعة من المنتجات لتلبية حاجات ورغبات أكبر عدد ممكن من الزبائن.	2.50	0.50	مرتفع
05	تحرص الشركة على توفير منتجاتها بأنواع وأحجام مختلفة بناء على دراسة رغبات المشترين	2.44	0.53	مرتفع
المتوسط العام لبعده الشكل الجمالي				
		2.54	0.40	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا البعد في الترتيب 7 بمتوسط 2.54 وانحراف معيار 0.40 بين أبعاد المحور ويتبين من الجدول رقم (19.2) أن الفقرة 01 تصدرت فقرات هذا البعد بمتوسط 2.96 وهذا يفسر ان الشركة تعطي أهمية كبيرة للشكل الجمالي لمنتجاتها؛ كما أن

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

الفقرة 4 تفسر أن الشركة تحرص على تقديم تشكيلات واسعة من المنتجات لتلبية رغبات الزبائن، في حين جاءت الفقرة 3 والتي تفسر أن الشركة تحرص على تحقيق جودة التصميم وتحقيق جاذبية لمنتجاتها.

### 6- قابلية الخدمة:

#### الجدول رقم (20.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده قابلية الخدمة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	تعطي الشركة اهتماما واسعا للخدمات المقدمة بعد عملية البيع لكسب ولاء الزبائن	2.92	0.26	مرتفع
02	يتم التعرف على مدى رضا الزبائن عن المنتجات المقدمة لهم من خلال الموظفين أنفسهم.	2.78	0.57	مرتفع
03	يتم التعرف على مدى رضا الزبائن عن المنتجات المقدمة لهم من خلال الزبائن أنفسهم	2.92	0.33	مرتفع
04	تحرص الشركة على الاتصال المباشر مع الزبائن بقصد تقديم الخدمة في الوقت المناسب.	2.96	0.27	مرتفع
05	تسعى الشركة إلى التفرد في تقديم خدمات كمالية إضافية أكبر للمنتج	2.40	0.56	مرتفع
06	هناك توعية للزبائن عن طريقة استخدام المنتجات وعن ضوابط السلامة العامة	2.86	0.51	مرتفع
07	تعتقد الشركة بأن تقديم خدمات ما بعد البيع إحدى الوسائل الهامة في كسب ولاء الزبون	2.19	0.48	متوسط
المتوسط العام لبعده قابلية الخدمة		2.65	0.25	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاء هذا البعد في الترتيب 6 بمتوسط 2.65 وانحراف معياري 0.25 بين أبعاد المحور، وتبين من الجدول رقم (20.2) ان الفقرة 4 بمتوسط 2.96 بدرجة مرتفعة جدا وهذا يفسر أن الشركة تحرص على الإتصال المباشر مع الزبائن بقصد تقديم الخدمة في الوقت المناسب، كما جاءت الفقرتين 1 و3 بمتوسط 2.92 بدرجة مرتفعة وهذا يدل على أن الشركة تعطي أهمية كبيرة للتعرف على مدى رضا الزبائن عن المنتجات المقدمة، في حين جاءت الفقرة 6 بمتوسط 2.86 بدرجة مرتفعة حيث تفسر أن الشركة تقدم توعية للزبائن عن طريق إستخدام المنتجات وعن ضوابط السلامة العامة.

### 7- بعد الجودة المدركة :

#### الجدول رقم (21.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده الجودة المدركة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	تعتمد ادارة الشركة مناهج تدريبي بمنح العاملين وعي عام عن الجودة	2.86	0.48	مرتفع
02	تقوم ادارة الشركة على الدوام بدعوة خبراء عالميين وعقد ندوات وحلقات تدريبية للعاملين في الشركة ترمي الى تطوير قدراتهم وامكانياتهم في مجال الجودة..	2.40	0.56	مرتفع



## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

03	توجه ادارة الشركة العاملين الى مخاطر الاهتمام بالكمية على حساب الجودة	2.92	0.33	مرتفع
المتوسط العام لبعء المتانة				
		2.73	0.32	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا البعد بترتيب 4 ومن الجدول رقم (21.2) يبلغ متوسط الحسابي لبعء الجودة المدركة بمتوسط 2.73 وانحراف معياري 0.32 مما يدل على ان جودة المنتجات بالشركة كانت بدرجة مرتفعة ؛في حين تصدرت الفقرة 3 بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي قدره 2.92 وانحراف معياري 0.33 وهذا يدل على أن الشركة توضح مخاطر الاهتمام بالكمية على حساب الجودة . كما أن الفقرة 1 جاءت بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.86 وانحراف 0.48 وهذا ناتج على أن الشركة تعتمد منهاج تدريبي منح العاملين وعي عام عن الجودة .

وبناء على ما ورد في الجداول السابقة فإن أبعاد جودة المنتج في المؤسسة محل الدراسة تكون وفق الترتيب الآتي:

### جدول رقم (22.2) : متوسطات أبعاد جودة المنتج

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	مستوى الإجابة
01	أداء المنتج	2.73	مرتفع
02	المعولية	2.71	مرتفع
03	المطابقة	2.92	مرتفع
04	المتانة	2.87	مرتفع
05	الشكل الجمالي	2.54	مرتفع
06	قابلية الخدمة	2.65	مرتفع
07	الجودة المدركة	2.73	مرتفع
المتوسط العام لأبعاد جودة المنتج		2.74	مرتفع

المصدر : من اعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss 22

### الفرضية الثانية : إدارة سلسلة التوريد سائدة بدرجة مرتفعة في شركة طيبة للتمور

للتأكد من صحة الفرضية أو عدمها قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومدى استجابة

أفراد العينة للعبارة الممثلة محور إدارة سلسلة التوريد وفقا للأبعاد المكونة لها وهي كما يلي :

#### 1. بعد الشراكة الإستراتيجية مع الموردين:

### الجدول رقم (23.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاستجابة لبعء الشراكة الإستراتيجية مع الموردين

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	تشرك الشركة الموردين في تحديد الأهداف الإستراتيجية	2.07	0.68	متوسط
02	تتعامل الشركة مع الموردين من خلال عقود طويلة المدى.	2.44	0.84	مرتفع
03	جودة العلاقة مع مورديننا هي أساس استمرار عملنا.	3	0.00	مرتفع
04	يوفر مورديننا خدمات تتلاءم مع مستوى عملنا.	2.73	0.59	مرتفع

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

05	يلتزم موردونا بتوفير احتياجات الشركة على المدى البعيد.	2.71	0.57	مرتفع
06	الثقة والالتزام أساس الحفاظ على العلاقة مع موردينا.	2.94	0.30	مرتفع
<b>المتوسط العام لبعء الشراكة الإستراتيجية مع الموردين</b>				
		2.65	0.30	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا لبعء بترتيب 2 ومن خلال الجدول نلاحظ ان بعد الشراكة الإستراتيجية مع الموردين كان بمتوسط عام 2.65 وبانحراف معياري 0.30 اي بدرجة مرتفعة وهذا يرجع إلى ان الشركة تهتم بالشراكة مع الموردين ، حيث جاءت الفقرة 3 بمتوسط 3 بدرجة مرتفعة جدا وهذا يفسر أن هناك علاقة مع الموردين وهي تعتبر أساس إستمرار العمل في الشركة، كما جاءت الفقرة 6 بمتوسط 2.94 من نفس البعد والتي تعتمد على أن هناك ثقة وإلتزام بين الشركة والموردين ، في حين جاءت الفقرة 4 بمتوسط 2.73 وهذا يدل على أن الخدمات المقدمة من الموردين تتلاءم مع مستوى العمل في الشركة .

### 2 بعد إدارة العلاقة مع الزبائن

الجدول رقم (24.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والاستجابة لبعء إدارة العلاقة مع الزبائن

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	تفاعل باستمرار مع زبائننا لتحسين مستوى الاستجابة لهم.	2.98	0.13	مرتفع
02	نعمل باستمرار على تحسين مستوى الوثوقية مع زبائننا.	2.94	0.30	مرتفع
03	نعمل دائما على قياس وتقييم رضا زبائننا.	2.88	0.37	مرتفع
04	نسعى دائما لتحسين طرق الاتصال والتواصل مع الزبائن.	2.32	0.51	متوسط
05	دائما ما يحصل الزبائن على مساعدة منا.	2.76	0.54	مرتفع
06	نعمل كل ما يلزم للحفاظ على الزبائن الحاليين واستقطاب زبائن جدد.	2.96	0.19	مرتفع
<b>المتوسط العام لبعء إدارة العلاقة مع الزبائن</b>				
		2.81	0.19	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا لبعء بترتيب 1 و نتائج الجدول رقم(24.2) في هذا البعد حيث بلغ المتوسط العام 2.81 و بانحراف معياري 0.19 مما يفسر ان الشركة كانت تولي اهتمام كبير لبعء إدارة العلاقة مع الزبائن ، الفقرة رقم 1 تثبت ذلك بمتوسط 2.98 وبدرجة استجابة مرتفعة مما يعكس مستوى التفاعل مع الزبائن ، في حين جاءت الفقرة 6 بمتوسط 2.96 وهذا يفسر أن الشركة تعمل على إستقطاب زبائن جدد والحفاظ على الزبائن الحاليين .

3 بعد التكامل مع الوسطاء و الموزعين :

الجدول رقم (25.2) قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري التكامل مع الوسطاء و الموزعين

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاستجابة
01	يتم تبادل المعلومات بين الشركة وشركائها بشكل منتظم.	2.90	0.29	مرتفع
02	تهتم الشركة بتفعيل نظام تبادل المعلومات مع الموردين والزبائن.	2.34	0.55	مرتفع
03	لا تجد الشركة أي صعوبة في الحصول على المعلومات من الزبائن	2.17	0.43	متوسط
04	تتشارك الشركة مع الموردين والزبائن كل المعلومات ذات العلاقة.	2.86	0.44	مرتفع
05	يلتزم موردونا بتوفير كل المعلومات الضرورية.	2.44	0.53	مرتفع
06	يساعد موردونا وزبائننا في تسهيل الحصول على مختلف المعلومات التي تحتاجها الشركة.	2.88	0.37	مرتفع
07	تمتيز المعلومات المتبادلة مع الموردين والزبائن بالدقة والمصدقية	2.76	0.46	مرتفع
08	يتم الحصول على المعلومات من الموردين والزبائن في الوقت المناسب	2.15	0.45	متوسط
09	نحصل دائما على المعلومات الكافية لإنجاز مختلف الأعمال والمهام	2.75	0.51	مرتفع
10	نحصل دائما على معلومات حديثة ومن مصدر موثوق	2.67	0.58	مرتفع
11	تتلاءم المعلومات المتبادلة مع الموردين والزبائن مع مستوى الأعمال في الشركة	2.92	0.26	مرتفع
	<b>المتوسط العام لبعء التكامل مع الوسطاء والموزعين</b>	<b>2.62</b>	<b>0.19</b>	<b>مرتفع</b>

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22

جاء هذا لبعء بترتيب 3، ومن الجدول رقم (25.2) نلاحظ ان بعد التكامل مع الوسطاء والموزعين جاء بمتوسط قدرة 2.62 و إنحراف معياري 0.19 وهذا ما يفسر أن علاقة الشركة مع الوسطاء والموزعين علاقة جيدة، تصدرت الفقرة 11 بمتوسط 2.92 و إنحراف 0.26 بدرجة مرتفعة جدا تدل على أن المعلومات المتبادلة بين الزبائن والموردين تتلائم مع مستوى الأعمال بالشركة، في حين جاءت الفقرة 1 بمتوسط 2.90 تفسر أن المعلومات المتبادلة بين الشركة وشركائها تكون منتظمة، كما جاءت الفقرة 6 بمتوسط 2.88 تدل على أن الموردون والزبائن يقدمون تسهيلات لحصول الشركة على مختلف المعلومات التي تحتاجها.

جدول رقم (26.2): متوسطات أبعاد إدارة سلسلة التوريد

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	مستوى الإجابة
01	الشراكة الإستراتيجية مع الموردين	2.65	مرتفع
02	إدارة علاقات الزبائن	2.81	مرتفع
03	التكامل مع الوسطاء والموزعين	2.62	مرتفع
	<b>المتوسط العام لأبعاد إدارة سلسلة التوريد</b>	<b>2.69</b>	<b>مرتفع</b>

المصدر: من اعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss 22

الفرضية الثالثة: هناك علاقة ارتباطية طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة.

اولا : العلاقة الارتباطية بين المتغيرين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج

الجدول رقم (27.2): العلاقة الارتباطية بين المتغير التابع والمستقل

### Corrélations

		إدارة سلسلة التوريد	جودة المنتج
إدارة سلسلة التوريد	Corrélation de Pearson	1	0.604
	Sig. (bilatérale)		0.000
	N	52	52
جودة المنتج	Corrélation de Pearson	0.604	1
	Sig. (bilatérale)	0.000	
	N	52	52

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss 22

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (27.2) أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج حيث بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين 60.4 % .

ثانيا : العلاقة الارتباطية بين جميع متغيرات الدراسة

الجدول رقم(28.2): يوضح العلاقة الارتباطية بين جميع متغيرات الدراسة

Spearman's rho				
إدارة سلسلة التوريد	أولا: التكامل الإستراتيجية مع الموردين	ثانيا: إدارة العلاقات مع الزبائن	ثالثا: التكامل مع الوسطاء والموزعين	المتغير المستقل إدارة سلسلة التوريد
معامل الارتباط	-0.053	0.509	0.535	0.337
مستوى الدلالة	0.709	0.000	0.000	0.015
المجموع	52	52	52	52

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss 22

من خلال الجدول رقم (28.2) نلاحظ مايلي أن :

1. التكامل الإستراتيجي مع الموردين: بلغت قيمة معامل الإرتباط بين المتغير المستقل " التكامل الاستراتيجي مع الموردين " والمتغير التابع " جودة المنتج " ( $r=0.053-$ ) وكان هذا الارتباط غير دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) حيث بلغت قيمة الدلالة المحسوبة ( $sig=0.709$ ) ويشير ذلك أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين التكامل الإستراتيجي مع الموردين وجودة المنتج.

2. إدارة العلاقات مع الزبائن بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل " إدارة العلاقات مع الزبائن " والمتغير التابع " جودة المنتج " ( $r=0.509$ ) وكان هذا الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) حيث بلغت قيمة الدلالة المحسوبة ( $\text{sig}=0.000$ ) ويشير ذلك لوجود علاقة دالة إحصائيا بين إدارة العلاقات مع الزبائن وجودة المنتج .
3. التكامل مع الوسطاء والموزعين: بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل " التكامل مع الوسطاء و الموزعين " المتغير التابع " جودة المنتج " ( $r=0.535$ ) وكان هذا الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) حيث بلغت قيمة الدلالة المحسوبة ( $\text{sig}=0.000$ ) ويشير ذلك لوجود علاقة دالة إحصائيا بين التكامل مع الوسطاء والموزعين وجودة المنتج

المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد): بلغت قيمة معامل الإرتباط بين المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) والمتغير التابع (جودة المنتج) ( $0.337$ ) وكان هذا الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) حيث بلغت قيمة الدلالة المحسوبة، ( $\text{sig}=0.015$ ) و هي اقل من مستوى الدلالة المعتمد ( $0.05$ ) ويشير ذلك الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين إدارة سلسلة التوريد بأبعادها وجودة المنتج الا انها طردية وضعيفة بناء على معامل ارتباط سبيرمان.

ثالثا: تحليل الانحدار لاختبار العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل إدارة سلسلة التوريد والمتغير التابع جودة المنتج: يمكن اختبار ذلك من خلال تحليل الانحدار الخطي باستخدام المربعات الصغرى Entry عند مستوى الدلالة  $0.05$  حيث المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) والمتغير التابع هو (جودة المنتج) فالجدول الموالي يوضح الارتباط الخطي بين المتغير المستقل والمتغير التابع .

الجدول رقم (29.2): نتائج تحليل الانحدار لاختبار العلاقة بين المتغير المستقل إدارة سلسلة التوريد والمتغير التابع جودة

#### المنتج

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى الدلالة	معامل التحديد ( $R^2$ )	معامل الارتباط ( $R$ )	Constant
الانحدار	0.932.	1	0.932	0.000	0.365	0.604	0.871
الخطأ	1.622	50	0.032				
المجموع	2.554	51					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS 22 \* دال عند مستوى ( $0.05$ )

من خلال الجدول رقم (29.2) قامت الطالبة بإجراء تحليل الانحدار الخطي وكانت النتائج التحليل التباين كما بينها الجدول أن مستوى دلالة قيمة sig تساوى ( $0.000$ ) وهي أقل من مستوى الدلالة ( $0.05$ ) وهذا يوجب قبول الفرضية التي تنص على " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة"، ويعزز هذا قيمة معامل الارتباط ( $R=0.604$ ) والعلاقة طردية ومتوسطة لأن معامل الارتباط إشارته موجبة، أما القوة التفسيرية للنموذج فقد

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

بلغت  $(R^2=0.365)$  مما يعني أن أبعاد المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) تفسر ما مقداره 36.5% من المتغير التابع (جودة المنتج) والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

كما يعني أيضا أن الزيادة في التركيز على إدارة سلسلة التوريد تؤدي إلى الزيادة في جودة المنتج ويفسر ما مقداره (36.5%) من التباين في المتغير (جودة المنتج) اعتمادا على قيمة معامل التحديد.

وبالتالي يمكن كتابة معادلة الانحدار التي تعبر عن علاقة المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد (X)) بالمتغير المستقل (جودة المنتج (Y)) كالآتي :

$$Y=a+bx$$
$$Y=0.871+0.694x$$

حيث:

X: المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد).

Y: المتغير التابع (جودة المنتج).

رابعا: تباين خط الانحدار :

يوضح الجدول الموالي تحليل تباين خط الانحدار حيث يدرس مدى ملائمة خط انحدار المعطيات وفرضيته الصفرية التي تنص على أن " خط الانحدار لا يلائم المعطيات المقدمة "

جدول رقم (30.2) يوضح تحليل تباين خط الانحدار

ANOVA<sup>p</sup>

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	.932	1	.932	28.744	.000 <sup>a</sup>
Résidu	1.622	50	.032		
Total	2.554	51			

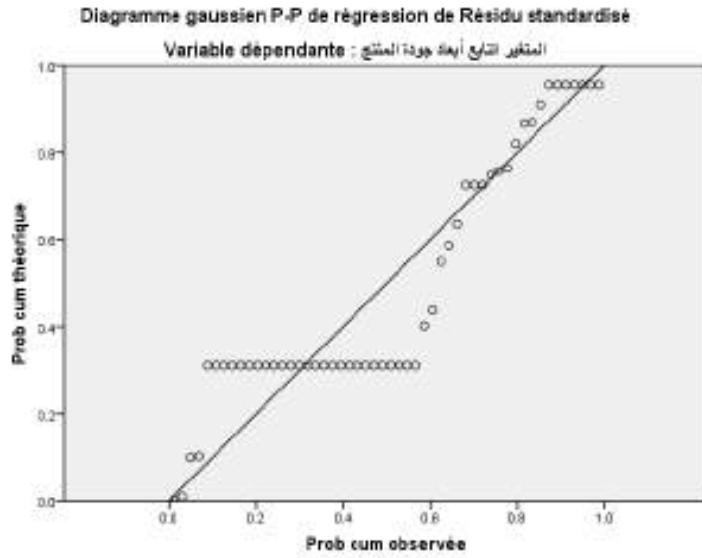
a. Valeurs prédites : (constantes), التوريد سلاسل إدارة المتغير,

b. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss 22

- مجموع مربعات الانحدار يساوي 0.932 ومجموع مربعات البواقي 1.622، مجموع مربعات الكلي يساوي 2.554؛
- درجة حرية الانحدار هي 1 ودرجة البواقي 50؛
- متوسط مربعات الانحدار هو 0.932 ومتوسط مربعات البواقي هو 0.032؛
- القيمة الإحصائية لاختبار فيشر (قيمة F المحسوبة) هي 28.744؛
- مستوى دلالة الاختبار 0.000 أقل من مستوى الدلالة الفرضية الصفرية 0.05 فنرفضها، وبالتالي خط الانحدار يلائم المعطيات. والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (2.2) مدى ملائمة خط الانحدار



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss 22

حسب الرسم لا توجد مشكلة فالتائج تتوزع وفق التوزيع الطبيعي  
تحليل النتائج باستخدام تحليل الانحدار المتعدد التدريجي .

الهدف من هذا التحليل هو معرفة تأثير كل بعد وأهميته بالنسبة للمتغير التابع، ولتحديد ترتيب دخول أبعاد إدارة سلسلة التوريد إلى معادلة خط الانحدار ومعرفة الأبعاد المستبعدة منها، وكذلك معرفة أثر كل بعد من أبعاد إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد التدريجي .

1. المتغيرات المتبقية في النموذج:

سنحاول في هذا النموذج توضيح علاقة المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) مع المتغير التابع (جودة المنتج) من خلال أبعاد المتغير المستقل (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، إدارة علاقات مع الزبائن) وهما دالة إحصائية. فالجدول الموالي يوضح المتغيرات المتبقية في نموذج الدراسة.

الجدول رقم(31.2) يوضح المتغيرات المتبقية في نموذج الدراسة

Variabes introduites/supprimées<sup>a</sup>

Modèle	Variabes introduites	Variabes supprimées	Méthode
1	البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين		Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire <= .050, Probabilité de F pour éliminer >= .100).

2	البعد الثاني: إدارة علاقات الزبائن	. Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire <= .050, Probabilité de F pour éliminer >= .100).
3	البعد الأول: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين	. Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire <= .050, Probabilité de F pour éliminer >= .100).

a. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات 22 spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31.2) أن المتغيرات المستقلة بقيت كما هي في نموذج الدراسة: بعد التكامل مع الوسطاء والموزعين، بعد إدارة علاقات مع الزبائن، الشراكة الإستراتيجية مع الموردين.

## 2. معاملات الارتباط الخطي للمتغيرات المستقلة المتبقية والمتغير التابع لنموذج الدراسة.

سيتم في الجدول الموالي عرض نتائج معاملات الارتباط الخطي للمتغيرات المستقلة المتبقية (بعد التكامل مع الوسطاء والموزعين، بعد إدارة علاقات مع الزبائن، الشراكة الإستراتيجية مع الموردين) والمتغير التابع (جودة المنتج) لنموذج الدراسة.

الجدول رقم (32.2) يوضح معاملات الارتباط الخطي للمتغيرات المستقلة المتبقية والمتغير التابع لنموذج الدراسة

### Récapitulatif des modèles<sup>a</sup>

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.731 <sup>a</sup>	.534	.525	.15422
2	.786 <sup>b</sup>	.618	.603	.14105
3	.823 <sup>c</sup>	.677	.657	.13113

a. Valeurs prédites : (constantes), الثالث البعد، والموزعين الوسطاء مع التكامل: الثالث البعد،

b. Valeurs prédites : (constantes), الثالث البعد، والموزعين الوسطاء مع التكامل: الثالث البعد، إدارة: الثاني البعد، علاقات الزبائن

c. Valeurs prédites : (constantes), الثالث البعد، والموزعين الوسطاء مع التكامل: الثالث البعد، الموردين مع الإستراتيجية الشراكة: الأول البعد، الزبائن علاقات

d. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات 22 spss.

من خلال الجدول رقم (32.2) نلاحظ أن استخدام طريقة الانحدار المتعدد التدريجي أدى إلى الاحتفاظ بالمتغيرات المستقلة من إدارة سلسلة التوريد (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، إدارة علاقات مع الزبائن) حيث بلغ معامل الارتباط الخطي بين المتغيرات المستقلة (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، إدارة علاقات مع الزبائن) والمتغير التابع (جودة المنتج) بنسبة (82.3%) وهو دليل على وجود ارتباط مرتفع بينهم، حيث أن (67.7%) من التغيرات التي تحدث في متغير جودة المنتج تعود إلى (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، التكامل مع الوسطاء والموزعين، إدارة علاقات مع الزبائن) والنسبة المتبقية (32.3%) ترجع لعوامل أخرى



3- تحليل تباين خط الانحدار بطريقة stepwise.

يوضح الجدول التالي تحليل التباين لخط الانحدار بطريقة stepwise.

جدول رقم (33.2) يوضح تباين خط الانحدار بطريقة stepwise.

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	1.365	1	1.365	57.405	.000 <sup>a</sup>
	Résidu	1.189	50	.024		
	Total	2.554	51			
2	Régression	1.579	2	.790	39.693	.000 <sup>b</sup>
	Résidu	.975	49	.020		
	Total	2.554	51			
3	Régression	1.729	3	.576	33.517	.000 <sup>c</sup>
	Résidu	.825	48	.017		
	Total	2.554	51			

a. Valeurs prédites : (constantes), والموزعين الوسطاء مع التكامل: الثالث البعد,

b. Valeurs prédites : (constantes), الزبائن علاقات إدارة: الثاني البعد, والموزعين الوسطاء مع التكامل: الثالث البعد,

c. Valeurs prédites : (constantes), مع الإستراتيجية الشراكة: الأول البعد, الزبائن علاقات إدارة: الثاني البعد, والموزعين الوسطاء مع التكامل: الثالث البعد, الموردین

d. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات 22 spss

- مجموع مربعات الانحدار يساوي 1.729 ومجموع المربعات البواقي 0.825 ومجموع المربعات الكلي يساوي 2.554؛
- درجة حرية الانحدار هي 3 ودرجة البواقي 48؛
- متوسط مربعات الانحدار هو 0.576 ومتوسط مربعات البواقي هو 0.017؛
- القيمة الإحصائية لاختبار فيشر (قيمة F المحسوبة) هي 33.517؛
- مستوى دلالة الاختبار 0.000 أقل من مستوى دلالة الفرضية الصفرية 0.05 فنرفضها، وبالتالي خط الانحدار يلائم المعطيات .

وما يمكن استنتاجه أيضا من الجدولين السابقين أن معامل الارتباط R Square لبعث التكامل مع الوسطاء والموزعين يقدر ب(0.731) وأن قيمة F قد بلغت (57.405) عند مستوى الدلالة (sig=0.000) وعند درجة حرية (df=1) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى (α≤0.05) وهذا يعني أن بعث التكامل مع الوسطاء والموزعين قد فسر ما مقداره (73.1%) من التباين في المتغير التابع جودة المنتج.

أما معامل التحديد R-Square لبعثي التكامل مع الوسطاء والموزعين و إدارة علاقات الزبائن معا قد بلغ (0.786) وأن قيمة (F=39.693) عند مستوى الدلالة (sig=0.000) وعند درجة حرية (df=2) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) وهذا يعني أن لبعدي التكامل مع الوسطاء والموزعين و إدارة علاقات الزبائن معا قد تفسر ما مقداره (78.6 %) من التباين في المتغير التابع جودة المنتج.

أما معامل التحديد R-Square لأبعاد التكامل مع الوسطاء والموزعين و إدارة علاقات الزبائن والشراكة الإستراتيجية مع الموردين معا قد بلغ (0.823) وأن قيمة ( $F=33.517$ ) عند مستوى الدلالة ( $sig=0.000$ ) وعند درجة حرية ( $df=2$ ) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) وهذا يعني أن لأبعاد التكامل مع الوسطاء والموزعين و إدارة علاقات الزبائن والشراكة الإستراتيجية مع الموردين معا قد تفسر ما مقداره (82.3 %) من التباين في المتغير التابع جودة المنتج.

### 4-معاملات خط الانحدار بطريقة stepwise:

سيتم عرض النتائج الخاصة بدرجة معاملات خط الانحدار فالجدول الموالي يوضح قيم معاملات خط الانحدار بطريقة stepwise فالجدول الموالي يوضح قيم معاملات خط الانحدار بطريقة stepwise

جدول رقم(34.2):يوضح قيم معاملات خط الانحدار بطريقة stepwise

#### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardizes		Coefficients standardizes	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	.512	.295		1.737	.089
البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين	.849	.112	.731	7.577	.000
2 (Constante)	.076	.301		.252	.802
البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين	.538	.139	.464	3.861	.000
البعد الثاني: إدارة علاقات الزبائن	.445	.136	.394	3.281	.002
3 (Constante)	.098	.280		.350	.728
البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين	.668	.137	.575	4.880	.000
البعد الثاني: إدارة علاقات الزبائن	.518	.129	.459	4.030	.000
البعد الأول: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين	-.214	.073	-.291	-2.949	.005

a. Variable dépendante : جودة أبعاد التابع المتغير :

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد لمخرجات spss 22

قامت الباحثة بإجراء وتحليل الانحدار المتعدد التدريجي لتحديد أهمية كل من متغير مستقل على حده في المساهمة في النموذج الرياضي الذي يمثل أثر إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج ويتضح من الجدول.....الذي يبين ترتيب دخول المتغيرات المستقلة (إدارة سلسلة التوريد في معادلة الانحدار ، فإن التكامل مع الوسطاء والموزعين قد احتلت المرتبة الأولى وفسرت ما مقداره (53.4%) من التباين في المتغير التابع (جودة المنتج) اعتمادا على قيمة معامل التحديد  $R^2$  وأن مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المحسوبة (0.05) وأن قيمة Beta لبعدي التكامل الإستراتيجي مع الموردين قد بلغت (0.731) أي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فهو يمثل أكبر قيمة إحصائية ( $t=7.577$ ) وبالتالي أكبر معامل ارتباط والذي يقدر (0.731).

ثم دخل متغير إدارة علاقات الزبائن في المرتبة الثانية، حيث فسر مع متغير إدارة علاقات الزبائن ما مقداره (61.8%) من التباين في جودة المنتج كمتغير تابع اعتمادا على قيمة معامل التحديد  $R^2$  وأن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل من (0.05) أي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) حيث كانت مستوى الدلالة لكلا البعدين أقل من مستوى الدلالة. وقد بلغت قيمة Beta لكلا البعدين (0.464) وأن قيمة (t=3.861) عند مستوى دلالة (sig=0.00).

ثم دخل متغير الشراكة الإستراتيجية مع الموردين في المرتبة الثالثة، حيث فسر مع متغير الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ما مقداره (67.7%) من التباين في جودة المنتج كمتغير تابع اعتمادا على قيمة معامل التحديد  $R^2$  وأن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل من (0.05) أي ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) حيث كانت مستوى الدلالة لكلا البعدين أقل من مستوى الدلالة. وقد بلغت قيمة Beta لكلا البعدين (0.575) وأن قيمة (t=4.880) عند مستوى دلالة (sig=0.00).

ومنه يمكن تحديد مقطع خط الانحدار بالنسبة لكل من إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج وفق المعادلة التالية :

$$Y=a+cx_1+bx_2$$

ومنه معادلة خط الانحدار تصبح من الشكل الموالي :

$$Y = 0.098+0.668x_1+0.518x_2+(-0.214)x_3$$

Y : المتغير التابع (جودة المنتج)

X1 : المتغير المستقل (التكامل مع الوسطاء والموزعين).

X2 : المتغير المستقل (إدارة علاقات الزبائن).

3X : المتغير المستقل (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين)

أما بالنسبة لقيم sig نجد أن جميع القيم مقبولة لكل الأبعاد لأنها أقل من 0.05 ومنه نستنتج أن كل الأبعاد مؤثرة على زيادة جودة المنتج هي (التكامل مع الوسطاء والموزعين، إدارة علاقات الزبائن، الشراكة الإستراتيجية مع الموردين).

## الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لواقع إدارة سلسلة التوريد على جودة المنتج في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد جودة المنتج تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة في العمل).

لاختبار هذه الفرضية تقوم الباحثة بتطبيق اختبار (T) Teste في حالة المتغير يحتتمل على إجابتين واختبار ANOVA في حالة المتغير يحتتمل أكثر من إجابتين.

أولاً: تحليل الإختبار (T) Teste لمتغير الجنس وديمومة الوظيفة: يقوم هذا الاختبار على أساس بيان العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات الشخصية التي لا تحتتمل إلا على إجابتين والهدف منه بيان هل العلاقة بين الجنس والمتغير التابع (جودة المنتج) ذات دلالة إحصائية أم لا.

الجدول رقم (35.2) يوضح إختبار (T) Teste لمتغير الجنس وديمومة الوظيفة

الرقم	المتغير	F	T	SIG
01	الجنس	25.517	-0.938-	0.000
02	ديمومة الوظيفة	5.872	-1.485-	0.019

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات spss 22

توضح نتائج الجدول رقم (35.2) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة المنتج في الشركة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة المنتج في الشركة محل الدراسة تعزى لمتغير ديمومة الوظيفة حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب 0.019 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد.

ثانياً: تحليل التباين الأحادي (One way Anova) لاختبارات تأثيرات المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

تقوم هذه الفرضية على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسطات نظرة العاملين حول إدارة سلسلة التوريد وفي مستوى جودة المنتج تبعاً للمتغيرات الأخرى المتبقية (العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة، المصلحة).

سيتم عرض النتائج في جدول يوضح نتائج تحليل التباين بين متوسطات نظرة العاملين حول إدارة سلسلة التوريد وفي مستوى جودة المنتج تبعاً للمتغيرات الأخرى المتبقية (العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة، المصلحة).

يوضح هذا الجدول نتائج الإختبار ANOVA

الجدول رقم (36.2) يوضح اختبار ANOVA.

الرقم	المتغير	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	SIG
01	العمر	0.917	3	0.306	8.966	0.000
02	المستوى التعليمي	0.190	2	0.095	1.974	0.150
03	سنوات الخبرة	0.791	3	0.264	7.176	0.000
04	الوظيفة	0.379	3	0.126	2.784	0.051
05	المصلحة	0.390	2	0.195	4.414	0.017

المصدر: من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات spss 22

من خلال الجدول رقم (36.2) نلاحظ أن كل من (العمر، سنوات الخبرة والمصلحة) كان مستوى دلالتهم أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وعليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة المنتج، (الوظيفة والمستوى التعليمي) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة المنتج كل من المتغيرات الشخصية ومن خلال ما توصلت إليه الدراسة يجب على المؤسسة أن تعزز من توظيف الفئة ذات الكفاءة والفعالية والتي تحرص على أن تقدم أفضل أداء لرفع إنتاجية الشركة وبالتالي تعمل على تطويرها وتفوقها عن منافسيها.

#### المطلب الثاني: مناقشة النتائج.

سيتم في هذا المطلب مناقشة النتائج المتوصل إليها.

#### أولا : اختبار صحة الفرضيات

##### اختبار صحة الفرضية الأولى:

أثبتت الدراسة أن هناك جودة منتج مرتفعة في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة، من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل بعد من أبعاد جودة المنتج والتي كانت على النحو التالي: (أداء المنتج بمتوسط حسابي 2.73)، (المعولية بمتوسط حسابي 2.71)، (المطابقة بمتوسط حسابي 2.92)، (المتانة بمتوسط حسابي 2.87)، (الشكل الجمالي بمتوسط حسابي 2.54)، (قابلية الخدمة بمتوسط حسابي 2.65)، (الجودة المدركة بمتوسط حسابي 2.73) وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته (2.74) وهو مستوى مرتفع، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى والتي تنص على وجود جودة منتج بمستوى مرتفع في الشركة محل الدراسة.

#### اختبار صحة الفرضية الثانية:

أثبتت الدراسة أن هناك إدارة سلسلة التوريد سائدة بدرجة مرتفعة في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل بعد من أبعاد إدارة سلسلة التوريد على النحو التالي: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين بمتوسط حسابي (2.65)، إدارة علاقات الزبائن بمتوسط حسابي (2.81)، التكامل مع الوسطاء والموزعين بمتوسط حسابي (2.62) وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته (2.69) وهو مستوى مرتفع ، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية والتي تنص على وجود مستويات مرتفعة من إدارة سلسلة التوريد في شركة محل الدراسة.

#### اختبار صحة الفرضية الثالثة:

أثبتت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في الشركة محل الدراسة، من خلال حساب الانحدار لاختبار العلاقة بين المتغير المستقل "إدارة سلسلة التوريد و"جودة المنتج" عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05) ويعزز هذا بقيمة ارتباط ( $=0.604R$ ) والعلاقة طردية متوسطة لأن إشارته موجبة ، أما القوة التفسيرية فقد بلغت ( $=0.365R^2$ ) مما يعني أن أبعاد المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) تفسر ما مقداره (36.5%) من المتغير التابع (جودة المنتج والباقي يرجع لعوامل أخرى، وهذه النتائج تتفق مع دراسة (Zahra Lotfi and al,2013)، توصلت الدراسة السابقة إلى أن كل بعد من تكامل سلسلة التوريد يؤثر على كل بعد من أبعاد جودة المنتج وركزت على بعدين من جودة المنتج "جودة التصميم ، جودة المطابقة"، بينما الدراسة الحالية ركزت على سبعة أبعاد لجودة المنتج

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة والتي تنص على وجود علاقة طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في الشركة محل الدراسة.

ولتحديد أبعاد المتغير المستقل الأكثر تأثيرا على المتغير التابع قامت الباحثة بإعادة التحليل الإحصائي باستخدام تحليل الانحدار المتعدد التدريجي:

- من خلال تحليل الانحدار المتعدد التدريجي يتضح لنا بقاء جميع الأبعاد في المتغير المستقل ( البعد الأول الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ،إدارة علاقات الزبائن، التكامل مع الوسطاء والموزعين) .
- كما تبين من نتائج هذا التحليل أن معامل الارتباط الخطي بين أبعاد المتغيرات المستقلة ( البعد الأول الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ،إدارة علاقات الزبائن، التكامل مع الوسطاء والموزعين) والمتغير التابع (جودة المنتج) بنسبة (82.3%) وهو دليل على وجود إرتباط مرتفع بينهما حيث أن (67.7%) من جودة المنتج تعود إلى(البعد الأول الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ،إدارة علاقات الزبائن، التكامل مع الوسطاء والموزعين) والنسبة المتبقية (32.3%) ترجع لعوامل أخرى.

- تبين نتائج أن قيمة Beta لبعد إدارة سلسلة التوريد قد بلغت (0.604) وأن قيمة  $t = 5.361$  عند مستوى الدلالة (sig=0.000). أما بعدي العدالة الإجرائية والعدالة التوزيعية معا قد بلغت قيمة Beta لكلا البعدين (0.424) وأن قيمة (sig=0.00) عند مستوى دلالة ( $t=3.739$ )

ومنه يمكن تحديد مقطع خط الانحدار بالنسبة لكل من إدارة سلسلة التوريد و جودة المنتج وفق المعادلة التالية :

$$Y=a+cx_1+bx_2$$

ومنه معادلة خط الانحدار تصبح من الشكل الموالي :

$$Y=0.098+0.668x_1+0.518x_2+(-0.214) x_3$$

Y: المتغير التابع (جودة المنتج).

X1: المتغير المستقل (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين).

X2: المتغير المستقل (إدارة علاقات الزبائن).

X3: المتغير المستقل (التكامل الوسيط والموزعين)

أما بالنسبة لقيم sig نجد أن جميع القيم مقبولة لأنها أقل من 0.05 ومنه نستنتج أن أهم الأبعاد المؤثرة على زيادة جودة المنتج هي (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، إدارة علاقات الزبائن، التكامل الوسيط والموزعين). وفي الأخير يمكن أن نستنتج أن هناك تأثير لأبعاد إدارة سلسلة التوريد (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، إدارة علاقات الزبائن، التكامل الوسيط والموزعين) على جودة المنتج.

#### اختبار صحة الفرضية الرابعة:

حيث تم اختبار صحة هذه الفرضية عن طريق استعمال اختبار ANOVA وTESTE(T) وأثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة المنتج في الشركة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة المنتج في الشركة محل الدراسة تعزى لمتغير ديمومة الوظيفة حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب 0.019 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد.

تقوم هذه الفرضية على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسطات نظرة العاملين حول إدارة سلسلة التوريد وفي مستوى جودة المنتج تبعا للمتغيرات الأخر المتبقية (العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة، المصلحة).

نتائج تحليل التباين بين متوسطات نظرة العاملين حول إدارة سلسلة التوريد وفي مستوى جودة المنتج تبعا للمتغيرات الأخرى المتبقية (العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة، المصلحة).

من خلال الجدول (2-36) نلاحظ أن كل من (العمر، سنوات الخبرة والمصلحة) كان مستوى دلالتهم أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وعليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة المنتج، (الوظيفة والمستوى التعليمي) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة المنتج كل من المتغيرات الشخصية ومن خلال ما توصلت إليه الدراسة يجب على المؤسسة أن تعزز من توظيف الفئة ذات الكفاءة والفعالية والتي تحرص على أن تقدم أفضل أداء لرفع إنتاجية الشركة وبالتالي تعمل على تطويرها وتفوقها عن منافسيها

### خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى واقع إدارة سلسلة التوريد ودورها في تعزيز جودة المنتج بشركة طيبة للتمور بولاية ورقلة، من خلال إعداد استبانة واقتصرت عملية التوزيع على عينة عشوائية بسيطة تقدر ب(55) عامل، وذلك من خلال تحليل الاستبيان باستعمال البرنامج الإحصائي (SPSS) تم تطرقنا إلى عرض النتائج ثم تحليلها وفي الأخير مناقشتها بغية التوصل إلى إثبات أو نفي فرضيات الدراسة .

- أثبتت الدراسة أن منتجات شركة طيبة للتمور تتميز بالجودة
- إثبات أن هناك إدارة سلسلة التوريد سائدة بدرجة مرتفعة في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة
- يوجد علاقة طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في الشركة محل الدراسة
- كل أبعاد المتغير المستقل تأثر في المتغير التابع جودة المنتج
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الشخصية وجودة المنتج (العمر، سنوات الخبرة والمصلحة).
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة المنتج كل من المتغيرات الشخصية (الوظيفة والمستوى التعليمي).



خاتمة

## الخاتمة :

يعد رضا الزبون من أحد الركائز الأساسية الذي تعتمد عليه الشركة لتلبية طلباته المتزايدة وتركيزه على المنتجات عالية الجودة في الأسواق خاصة الخارجية المتطورة ، حيث يجب على شركات التصنيع تحسين جهودها بشكل مستمر في العمليات الإنتاجية والجودة. كما ان توفر إدارة سلسلة التوريد في الشركة تركز على تعزيز على المنتج والعمليات الإنتاجية وتحسينات الجودة في الشركة. وهو ما دفعنا إلى طرح الإشكالية التالية : "ما مدى مساهمة إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج في شركة طبية للتمور بولاية ورقلة؟"، و التي سعيينا من خلال هذه الدراسة للإجابة عنها، حيث تبرز هذه الدراسة أبعاد إدارة سلسلة التوريد وأثرها على جودة المنتج في الشركة محل الدراسة وهي شركة طبية للتمور بولاية ورقلة، حيث تعتبر هذه الدراسة في منطلقها دراسة إحصائية وصفية لإدارة سلسلة التوريد في الشركة محل الدراسة من حيث التعرف على أهم أبعاده وكذا مستوى جودة المنتج فيها وهي دراسة إرتباطية كونها تكتشف عن مدى وجود علاقة بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج .

من خلال هذه المحاور تم طرح فرضيات لهذه الدراسة، وقد أظهرت نتائج الدراسة الإحصائية التي اعتمدت في تحليلها على مجموعة من المؤشرات والأساليب الإحصائية المتمثلة في ( المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، النسب المئوية، ومعامل الارتباط...)، بأن إدارة سلسلة التوريد في الشركة محل الدراسة جاءت بدرجة مرتفعة وبمتوسط حسابي (2.69) حيث تتميز بتوفر إدارة علاقات مع الزبائن بدرجة مرتفعة بلغت قيمتها (2.81)، تليها الشراكة الإستراتيجية مع الموردين بدرجة مرتفعة قيمتها (2.65)، وفي الأخير التكامل مع الوسطاء والموزعين بدرجة مرتفعة قيمتها(2.62)، وهي أضعف قيمة من بين القيم السابقة. أما الجانب الثاني من الدراسة فهو يتعلق بجودة المنتج فقد جاءت نتائجه مرتفعة وبمتوسط حسابي يقدر (2.74)، أما الدراسة الارتباطية بين أبعاد إدارة سلسلة التوريد وأثرها على جودة المنتج فقد بينت أنه كلما زدت إدارة سلسلة التوريد كلما زاد مستوى جودة المنتج من خلال توفر الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ، إدارة علاقات مع الزبائن، التكامل مع الوسطاء والموزعين. كما أظهرت النتائج الإحصائية بأن هناك علاقة طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في شركة طبية للتمور بولاية ورقلة، ويعزز هذا قيمة معامل الارتباط ( $R=0.604$ ) والعلاقة طردية لأن معامل الارتباط إشارته موجبة، أما القوة التفسيرية للنموذج فقد بلغت ( $R^2=0.365$ ) مما يعني أن أبعاد المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) تفسر ما مقداره 36.5% من المتغير التابع (جودة المنتج ) والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

## النتائج الخاصة باختبار صحة الفرضيات:

## اختبار صحة الفرضية الأولى:

أثبتت الدراسة أن هناك جودة منتج مرتفعة في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة، من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل بعد من أبعاد جودة المنتج والتي كانت على النحو التالي: (أداء المنتج بمتوسط حسابي 2.73)، (المعولية بمتوسط حسابي 2.71)، (المطابقة بمتوسط حسابي 2.92)، (المتانة بمتوسط حسابي 2.87)، (الشكل الجمالي بمتوسط حسابي 2.54)، (قابلية الخدمة بمتوسط حسابي 2.65)، (الجودة المدركة بمتوسط حسابي 2.73) وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته (2.74) وهو مستوى مرتفع ،

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى والتي تنص على وجود جودة منتج بمستوى مرتفع في الشركة محل الدراسة.

## اختبار صحة الفرضية الثانية:

أثبتت الدراسة أن هناك إدارة سلسلة التوريد سائدة بدرجة مرتفعة في شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل بعد من أبعاد إدارة سلسلة التوريد على النحو التالي: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين بمتوسط حسابي (2.65)، إدارة علاقات الزبائن بمتوسط حسابي (2.81)، التكامل مع الوسطاء والموزعين بمتوسط حسابي (2.62) وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته (2.69) وهو مستوى مرتفع ، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية والتي تنص على وجود مستويات مرتفعة من إدارة سلسلة التوريد في شركة محل الدراسة.

## اختبار صحة الفرضية الثالثة:

أثبتت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في الشركة محل الدراسة، من خلال حساب الانحدار لاختبار العلاقة بين المتغير المستقل "إدارة سلسلة التوريد و"جودة المنتج" عند مستوى دلالة أقل أو يساوي (0.05) ويعزز هذا بقيمة ارتباط  $(R=0.604)$  والعلاقة طردية متوسطة لأن إشارته موجبة ، أما القوة التفسيرية فقد بلغت  $(R^2=0.365)$  مما يعني أن أبعاد المتغير المستقل (إدارة سلسلة التوريد) تفسر ما مقداره (36.5%) من المتغير التابع (جودة المنتج) والباقي يرجع لعوامل أخرى، وهذه النتائج تتفق مع دراسة (Zahra Lotfi and al,2013)، توصلت الدراسة السابقة إلى أن كل بعد من تكامل سلسلة التوريد يؤثر على كل بعد من أبعاد جودة المنتج وركزت على بعدين من جودة المنتج "جودة التصميم ، جودة المطابقة"، بينما الدراسة الحالية ركزت على سبعة أبعاد لجودة المنتج وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة والتي تنص على وجود علاقة طردية بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج في الشركة محل الدراسة.

ولتحديد أبعاد المتغير المستقل الأكثر تأثيرا على المتغير التابع قامت الباحثة بإعادة التحليل الإحصائي باستخدام تحليل الانحدار المتعدد التدريجي:

- من خلال تحليل الانحدار المتعدد التدريجي يتضح لنا بقاء جميع الأبعاد في المتغير المستقل ( البعد الأول الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ،إدارة علاقات الزبائن، التكامل مع الوسطاء والموزعين) .

- كما تبين من نتائج هذا التحليل أن معامل الارتباط الخطي بين أبعاد المتغيرات المستقلة ( البعد الأول الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ،إدارة علاقات الزبائن، التكامل مع الوسطاء والموزعين) والمتغير التابع (جودة المنتج) بنسبة (82.3%) وهو دليل على وجود إرتباط مرتفع بينهما حيث أن (67.7%) من جودة المنتج تعود إلى(البعد الأول الشراكة الإستراتيجية مع الموردين ،إدارة علاقات الزبائن، التكامل مع الوسطاء والموزعين) والنسبة المتبقية (32.3%) ترجع لعوامل أخرى.
- تبين نتائج أن قيمة Beta لبعد إدارة سلسلة التوريد قد بلغت (0.604) وأن قيمة  $t = 5.361$  عند مستوى الدلالة (sig=0.000). أما بعدي العدالة الإجرائية والعدالة التوزيعية معا قد بلغت قيمة Beta لكلا البعدين (0.424) وأن قيمة  $t = 3.739$  عند مستوى دلالة (sig=0.00)

ومنه يمكن تحديد مقطع خط الانحدار بالنسبة لكل من إدارة سلسلة التوريد و جودة المنتج وفق المعادلة التالية :

$$Y = a + cx_1 + bx_2$$

ومنه معادلة خط الانحدار تصبح من الشكل الموالي :

$$Y = 0.098 + 0.668x_1 + 0.518x_2 + (-0.214) x_3$$

Y: المتغير التابع (جودة المنتج).

X1: المتغير المستقل (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين).

X2: المتغير المستقل (إدارة علاقات الزبائن).

X3: المتغير المستقل (التكامل الوسطاء والموزعين)

أما بالنسبة لقيم sig نجد أن جميع القيم مقبولة لأنها أقل من 0.05 ومنه نستنتج أن أهم الأبعاد المؤثرة على زيادة جودة المنتج هي (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، إدارة علاقات الزبائن، التكامل الوسطاء والموزعين). وفي الأخير يمكن أن نستنتج أن هناك تأثير لأبعاد إدارة سلسلة التوريد (الشراكة الإستراتيجية مع الموردين، إدارة علاقات الزبائن، التكامل الوسطاء والموزعين) على جودة المنتج.

#### اختبار صحة الفرضية الرابعة:

حيث تم اختبار صحة هذه الفرضية عن طريق استعمال اختبار ANOVA وTESTE(T) وأثبتت الدراسة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة المنتج في الشركة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب 0.000 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد، توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة المنتج في الشركة محل الدراسة تعزى لمتغير ديمومة الوظيفة حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب 0.019 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد. تقوم هذه الفرضية على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسطات نظرة العاملين حول إدارة سلسلة التوريد وفي مستوى جودة المنتج تبعا للمتغيرات الأخر المتبقية (العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة، المصلحة).

نتائج تحليل التباين بين متوسطات نظرة العاملين حول إدارة سلسلة التوريد وفي مستوى جودة المنتج تبعا للمتغيرات الأخرى المتبقية (العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، الوظيفة، المصلحة).

من خلال الجدول رقم (36.2) نلاحظ أن كل من (العمر، سنوات الخبرة والمصلحة) كان مستوى دلالتهم أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) وعليه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة المنتج، (الوظيفة والمستوى التعليمي) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة المنتج كل من المتغيرات الشخصية ومن خلال ما توصلت إليه الدراسة يجب على المؤسسة أن تعزز من توظيف الفئة ذات الكفاءة والفعالية والتي تحرص على أن تقدم أفضل أداء لرفع إنتاجية الشركة وبالتالي تعمل على تطويرها وتفوقها عن منافسيها.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الرابعة والتي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اجابات افراد عينة الدراسة حول ابعاد جودة المنتج تعزى للمتغيرات الشخصية(الجنس، العمر، المستوى التعليمي،الخبرة،الوظيفة،المصلحة) في شركة طبية للتمور بولاية ورقلة.

### اقتراحات الدراسة:

- في ضوء ما توصلت إليه النتائج واستكمالاً لمتطلبات الدراسة بغرض الاستفادة منها ، فإن الباحثة تقترح بعض التوصيات التي تتعلق إدارة سلسلة التوريد ، بإضافة إلى بعض الجوانب التي تساهم في تعزيز جودة المنتج لدى العاملين في شركة طبية للتمور بولاية ورقلة. وفقاً لرؤى إدارية سلمية يمكن تلخيص التوصيات فيما يلي:
- 1- يجب على الشركة أن تشرك الموردين في الأهداف الإستراتيجية للشركة وذلك بغية الحصول على عقود طويلة الاجل بين الشركة والموردين.
  - 2- ضرورة تعزيز طرق الإتصال والتواصل مع الزبائن .
  - 3- يجب على الشركة أن تعمل للوصول إلى المعلومة من الموردين والزبائن في الوقت المناسب.

### أفاق الدراسة:

من خلال التحليل النظري والميداني الذي تم التركيز عليه في هذه الدراسة، ظهرت العديد من المواضيع الجديدة بمواصلة البحث فيها لأهميتها النظرية والميدانية منها:

- ❖ دور إدارة علاقات الزبائن في تعزيز جودة المنتج في المؤسسات .
- ❖ دور الوسطاء والموزعين في تعزيز جودة المنتج.
- ❖ علاقة إدارة سلسلة التوريد بأداء المؤسسة.
- ❖ علاقة ممارسات إدارة سلسلة التوريد في تحقيق جودة المنتج .
- ❖ علاقة جودة المنتج بريادة الأعمال .

# قائمة المراجع



أولاً: المراجع باللغة العربية

### 1. المجالات العلمية

1. إسحاق محمود الشعار، أثر تكامل سلسلة التوريد من خلال استجابة سلسلة التوريد في الأداء التشغيلي في الشركات الصناعية الأردنية كبيرة ومتوسطة الحجم، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 10، العدد 3، الأردن، 2014 .
2. سحر أحمد، بشار محمد خليل العبيدي، كرجي العزاوي، الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج، دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الرابع والثمانون، 2010.
3. شيخي خديجة، عدمان مريزق، دور نظام معلومات الإنتاج في تحسين جودة المنتج دراسة تطبيقية على قطاع الصناعات الغذائية، جامعة تيزي وزو، المدرسة العليا للأساتذة، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد العاشر، 2011 .
4. علي عبود علي الرفيعي، عوامل نجاح إدارة سلسلة التوريد ودورها في تحسين أداء العمليات، دراسة حالة في مصفى النفط في النجف الأشرف، الكلية التقنية الإدارية /كوفة/ قسم تقنيات إدارة العمليات، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد الثالث//العدد الثاني عشر، 2014.
5. عمار عبد الأمير زوين، قياس رضا الزبون باستخدام أنموذج كانو لتحسين جودة المنتج دراسة استطلاعية لأراء عينة من زبائن شركة الألبسة الرجالية الجاهزة في النجف، قسم إدارة أعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، المجلد 3 العدد 5 كانون الأول 2009.
6. غسان قاسم داود اللامي، أثير عبد الله محمد السوداني، تأثير خصائص معرفة العمل في أبعاد جودة المنتج، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثامن والستون، 2008 .
7. كامل محمد الحواجرة، ممارسات سلسلة التوريد ودورها في لميزة التنافسية وتحسين أداء الأعمال في شركة الباطون الجاهز، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 9، العدد 4، الأردن، 2013 .
8. ماجد محمد صالح، تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة وتحقيق المنتج دراسة إستطلاعية لأراء المدراء، في معمل الألبسة الولادية بالموصل، تنمية الرافدين 88 (29) 2007.
9. محمد إبراهيم محمد حسين، أثر رقابة جودة على تحسين أداء العمليات دراسة حالة في معمل سمنت كركوك، قسم إدارة أعمال، كلية القلم، مجلة العلوم الاقتصادية، 2016.
10. محمد خير سليم أبو زيد، العلاقة السببية بين الأسبقيات التنافسية وإستراتيجية سلسلة التوريد وأثرهما في الأداء المؤسسي دراسة تطبيقية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 10، العدد 4، الأردن، 2014.

2. البحوث الجامعية

أ. أطروحة دكتوراه

1. ماجده عبده العززي، دور تبادل المعلومات في إدارة سلسلة التوريد لتعزيز قدرات شركات الصناعات الدفاعية في دولة الإمارات العربية المتحدة، مذكرة دكتوراء في إدارة الأعمال، قسم إدارة أعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2017.

2. عزوز منيرة، أثر فعالية إدارة سلسلة التوريد على أداء العمليات الإنتاجية في المؤسسات الصناعية، أطروحة دكتوراء في إدارة أعمال المؤسسات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، بسكرة، 2017-2018.

3. هاشم فوزي العبادي، دور جودة المنتج في إبحاج الزبون باستخدام نموذج كانو، أطروحة دكتوراء، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، بدون سنة نشر .  
ب. مذكرة الماجستير.

1. بودالي محمد، دور المورد البشري في الرقابة على جودة المنتج، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أمجد بوقرة بومرداس، بسكرة، 2011 .

2. تركي دهمان البرازي، أثر إدارة سلسلة التوريد على أداء المنظمة، مذكرة ماجستير في الإدارة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2012 .

3. محمد أحمد حسين عساف، أثر قدرات سلسلة التوريد في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير في تخصص إدارة أعمال، قسم إدارة أعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015 .

ج. مذكرة الماجستير

1. بشرى شاكر عبد الحسين، دور عوامل النجاح الحرجة لإدارة الجودة الشاملة في تحسين جودة المنتج السياحي دراسة تطبيقية في قطاع السياحة الدينية في النجف الأشرف، جامعة الكوفة، كلية الإدارة والاقتصاد، 2011 .

2. تافني عبد السلام، دور أنشطة إدارة سلسلة الإمداد في تعزيز الميزة التنافسية، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018 .

3. جمال الدين بوخالفة، تشخيص الإمداد على مستوى المؤسسات الجزائرية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010-2011 .

4. ناصر نوال، دور التسويق الداخلي في تحسين جودة المنتج، مذكرة ماستر، تخصص موارد بشرية، فرع تسيير المنظمات، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013.

1. **Arawati Agus :The Structural Influence of Supply Chain Management on Product Quality and Business Performance.** *International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 2, No. 4, August 2011*
2. **Flynn et al, The Impact of Supply Chain Integration on Performance: A contingency and configuration approach** *Journal of Operations Management*  
Volume 28, January 2010
3. **Hatani and al Competitive Advantage as Relationship Mediation between Supply Chain Integration and Fishery Company Performance In Southeast Sulawesi (Indonesia)**IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM). Volume 6, (Jan. - Feb. 2013).
4. **Jahanshahi and al Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer . Satisfaction and Loyalty** *International Journal of Humanities and Social Science* Vol. 1 No. 7 [Special –June 2011
5. **Karimi Analyzing the Impact of Supply Chain Management Practices on Organizational Performance through Competitive Priorities (Case Study: Iran Pumps Company)**International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences Vol. 4, No.1, January 2014
6. **Mansori The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry** *International Journal of Industrial Marketing* 2018, Vol. 3, No. 1
7. **PRABUSANKAR, A STUDY ON INFLUENCE OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES ON PRODUCT QUALITY AND PERFORMANCE OF ORGANIZED RETAIL SECTOR IN TAMIL NADU ,** *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)* Volume 9, July 2018
8. **Sundram et al ,Supply chain management practices in the electronics industry in Malaysia: Consequence for supply chain performance.** *this journal for their valuable comments.*2011
9. **Zahra Lotfi and al,The Relationships between Supply Chain Integration and Product Quality,** *The 4th International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICEEI 2013),* *Procedia Technology* 11 ( 2013 ).



الملاحق

الملحق رقم (01): الشهادات المتحصلة عليها شركة طيبة للتمور بولاية ورقلة



Fait à Alger, le 22 février 2018

General Manager

Abdelkarim DADDI HAMMOU

ETRI HALAL SERVICES ALGERIE  
101, Coopération El Mabrouk  
Birkhadem - Alger  
RC n° : 16/00-12 B 0989662  
Tél/Fax : +213 (0) 21 56 44 71



# SARL TAYBA DATTES

CAP : 10.000 000,00 DA

Siège social: Zone d'activité - OUARGLA 30000

Tel. / fax : 029/ 71-61-45 Email : [info@taybadattes.com](mailto:info@taybadattes.com)

RC N°: 30/00-0125225B15 FIS N°: 001530019011456 ART N°: 30010344 203

Ouargla, Algeria on.....

Liste de coulissage : ..... / 2019

Envoyer à :

.....

Facturer à :

.....

N°	Description	N° de Lot	Number Of Boxes	Net Weight (Kg)	Gross Weight (Kg)
01	.....	.....	.....	.....	.....
<b>Total</b>			.....	.....	.....

**LE GERANT**

1. Exportateur (nom, adresse complète, pays) 1. Exporter (name, address, country)		EUR. N° A 0072920 رقم أ. 0072920	
2. Adresse (nom, adresse complète, pays) 2. Address (name, address, country)		3. Pays d'origine (nom, adresse complète, pays) 3. Country of origin (name, address, country)	
4. Description relative au contenu 4. Description of contents		5. Informations 5. Information	
6. Numéro d'ordre, marque, numéro de série et autres données 6. Order number, brand, serial number and other data		7. Quantité 7. Quantity	
8. Valeur 8. Value		9. Nature et origine des marchandises 9. Nature and origin of goods	
10. Signature et tampon 10. Signature and stamp		11. Signature et tampon 11. Signature and stamp	

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

12. Signature et tampon  
 12. Signature and stamp

ABDES



## الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

مديرية المصالح الفلاحية

ولاية ورقلة

### بطاقة تقنية

### ش.ذ.م.م تمور طيبة



- دائرة : ورقلة
- البلدية : ورقلة.
- المشروع : معالجة و توضيب التمور .
- صاحب المشروع (المستثمر) : شركة تمور طيبة.
- الموقع : منطقة النشاطات ورقلة رقم 86 .
- التمويل (أرضية + بناء + تجهيزات): خاص 100 %.
- كلفة المشروع الإجمالية: 200 مليون دينار جزائري.
- تاريخ بداية الأشغال: ديسمبر 2014.
- تاريخ نهاية الإنتاج: ديسمبر 2016.
- بداية الإنتاج: فيفري 2017.
- عدد العمال: 10 إطارات (مهندسين ) + 190 عامل تقني و يدوي
- مساحة الأرضية : 4800 م<sup>2</sup>.
- المساحة المبنية: 3200 م<sup>2</sup>.
- مكونات المشروع:
- مبنى معالجة التمور: 900 م<sup>2</sup>
- مبنى الإنتاج: 1200 م<sup>2</sup>
- مبنى تخزين المنتج النهائي: 400 م<sup>2</sup>
- غرف التبريد: 1800 م<sup>3</sup>
- الإدارة: 300 م<sup>2</sup>
- النواحق: غرف تغيير الملابس, حمام, مطبخ, مطعم
- الطاقة الكهربائية: نعم.
- غاز المدينة : نعم .
- ماء المدينة : نعم.
- الطاقة الإنتاجية : 4000 طن سنويا .
- المعدات : تونسية, ألمانية , تركية
- شبكة التوزيع : مخصص بالتصدير (أوروبا, أمريكا)
- نوعية الإنتاج : تمور بيونوجية (خالية من المواد الكيميائية)
- تأثير المشروع:
- 1. فتح مناصب شغل: أكثر من 200 منصب دائم للشباب و الشبابات
- 2. تشجيع زراعة النخيل.
- 3. تطوير مداخل الدولة بالعملة الصعبة



## ATTESTATION PROVISOIRE

Nous soussignées, **SGS Qualitest Algérie Spa**, sise Rue Belle Vue, section 49, Tlot de propriétés n° 66, Hydra – Alger,

Attestons que L'entreprise **TAYBA DATES COMPANY** située à la zone d'activité, BP 30000 Wilaya Ouargla, Algérie, a été auditée du 13/02/2017 au 15/02/2017 selon la norme **ISO 22000 Version 2005**.

Sites concernés par la certification :

Un (01) site.

Adresse : zone d'activité, BP 30000 Wilaya Ouargla, Algérie

Domaine d'application :

Reception, desensitization if untreated product, cold storage, sorting, washing, hydration treatments and drying, destoned, packaging, storage and expedition of dates.

L'équipe d'audit recommande la certification du système de Management de la sécurité des denrées alimentaires (**ISO 22000 Version 2005**).

Fait pour servir et valoir ce que de droit.

Alger le 17/05/2017



1. Expéditeur (nom, adresse, pays de l'exportateur)		Référence <b>N° 075531 E</b>			
2. Destinaire (nom, adresse, pays)		<b>SYSTÈME GÉNÉRALISÉ DE PRÉFÉRENCES</b> <b>CERTIFICAT D'ORIGINE</b> (Déclaration et certificat) <b>FORMULE A</b> Délivré en <b>ALGERIE</b> (pays)			
3. Moyen de transport et itinéraire (si connus)		4. Pour usage officiel			
5. N° d'ordre	6. Marques et numéros des colis	7. Nombre et type de colis; description des marchandises	8. Critère d'origine (voir notes au verso)	9. Poids brut ou quantité	10. N° et date de la facture
<b>11. Certificat</b> Il est certifié, sur la base du contrôle effectué, que la déclaration de l'exportateur est exacte.		<b>12. Déclaration de l'exportateur</b> Le soussigné déclare que les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en ..... (nom du pays) et qu'elles remplissent les conditions d'origine requises par le système généralisé de préférences pour être exportées à destination de ..... (nom du pays importateur)			
Lieu et date, signature et timbre de l'autorité délivrant le certificat		Lieu et date, signature du signataire habilité			



## Certificate of Conformity

Audit Date  
11 Feb 2018

Re-audit due date  
from 14 Jan 2019  
to 11 Feb 2019

Certificate Expiry Date  
25 Mar 2019

Certificate Number  
C0370623

BRC Site Code  
1717265

BRC Auditor No  
207217

Date of Issue  
27 Mar 2018

Awarded to:  
**TAYBA DATTES**

Zone d'analyse d'origine  
Oukhaila  
30000  
Algérie

Standard:

**Global Standard for Food Safety  
Issue 7: January 2015**

Scope of Certification:

Preparation and treatment of dates, whole or pitted. Packing in  
cartons and plastic bags

Exclusions: None

Product Category Number:

- 5: Fruits, vegetables and nuts
- 15: Dried Foods and Ingredients

Audit Programme: Announced

**Certification Grade: B**

If you would like to withdraw comments on  
the BRC Global Standard or the audit  
process directly to BRC, please contact  
[enquiries@brcglobalstandards.com](mailto:enquiries@brcglobalstandards.com) or call  
the TELL BRC helpline +44 (0)20 7717 2600  
with the BRC Director to validate certificate  
authenticity

Signed on behalf of NSF Certification UK Ltd

Elaine Pether  
Certification Director, NSF Certification UK Ltd



This certificate is the property of NSF Certification UK Ltd and must be returned immediately on request  
to either its issuing office or NSF Certification UK Ltd, Waterhouse Business Park, Longwalk Road,  
Barnet, Middlesex, U.K. TN 11 9JH



## Certificate of Conformity

Audit Date  
11 Mar 2018

Re-audit due date  
from 14 Jan 2019  
to 11 Feb 2019

Certificate Expiry Date  
25 Mar 2019

Certificate Number  
C0370623

BRC Site Code  
1717265

BRC Auditor No  
207217

Date of Issue  
28 Mar 2018

Awarded to  
**TAYBA DATTES**

Food Grade Storage  
QUANGA  
1000  
Rajshahi

In conjunction with an audit for Global Standard for  
Food Safety Issue 7

**Has Successfully Completed  
The BRC Global Standards  
FSMA Preventive Controls Preparedness Module**

Scope of Certification:

Preparation and treatment of dates, whole or pitted. Packing in  
cartons and plastic bags.

**Certification Grade: PASS**

Signed on behalf of NSF Certification UK Ltd

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Elaine Murrell'.

Elaine Murrell  
Certification Director, NSF Certification UK Ltd



This certificate is the property of NSF Certification UK Ltd and must be returned immediately on request  
to either the works or NSF Certification UK Ltd, Hemel Hempstead, Bucks, UK, HP84 9JF  
Tels: 01296 851 100 E: [certification@nsf.org](mailto:certification@nsf.org)



## Certificate of Conformity

being an accredited certification body for IFS certification and having signed an agreement with the IFS owner, confirms that the processing activities of

Assessment Date:  
13 Feb 2018

Next Assessment Due:  
From 19 Dec 2018  
to 27 Feb 2019

Certificate Number:  
C0370623

Date of Issue:  
26 Mar 2018

Expiry Date:  
05 Apr 2019

COID Number:  
60769

**Certified Site:**  
**TAYBA DATTES**

Zone Industrielle Gueyebe  
Dakar  
20000  
Senegal

**Company Headquarters:**  
**TAYBA DATTES**

Zone Industrielle Gueyebe  
Dakar  
20000  
Senegal

**Product Scope:**

S: Fruits and vegetables

**Technology Scope:**

D, F

**Scope of Certification:**

Preparation and treatment of dates, whole or sliced. Packing in cartons and plastic bags.  
Traitement et conditionnement de dattes entières naturelles ou dénoyautées en cartons de plastique ou en en cartons

**Exclusions:** None

meet the requirements set out in:

**IFS Food Standard**  
Version 6, April 2014

**at Foundation Level**  
with a score of **94.72%**

Signed on behalf of NSF Certification (UK) Ltd

Elaine Matthews  
Certification Director, NSF Certification (UK) Ltd

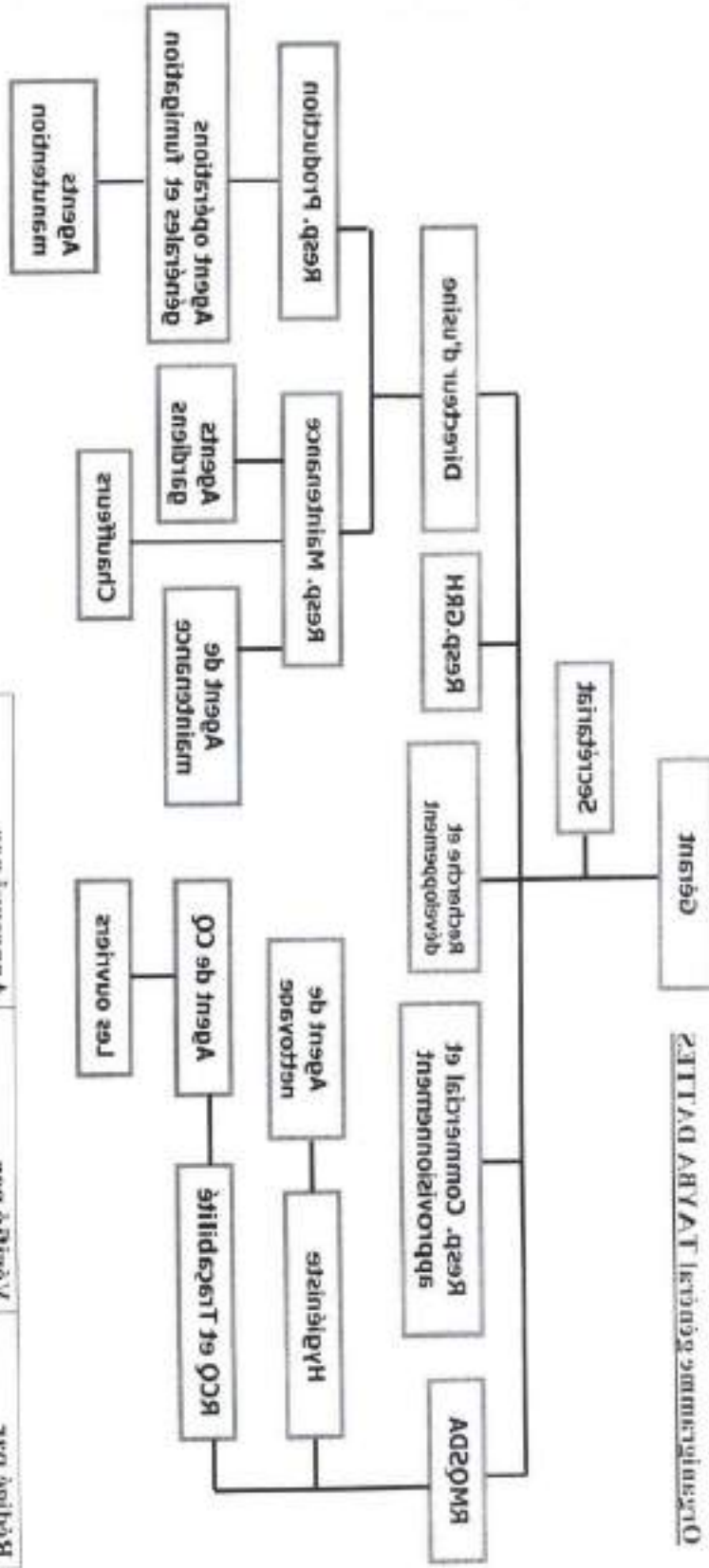


This certificate is the property of NSF Certification (UK) Ltd and must be returned immediately on request to the office address of NSF Certification (UK) Ltd, Marlborough House, Park Lane, London W1A 2PS. Tel: +44 (0)20 7596 9000. Email: [certification@nsf.co.uk](mailto:certification@nsf.co.uk)

الملحق (02): الهيكل التنظيمي لشركة طيبة للتعمير

Diffusion : Tous membres du T : modification

DYLE :	DYLE :
ΛΡΑ :	ΛΡΑ :
ΚΜΟΖΔΥ	ΚΜΟΖΔΥ
Κετίγγε βαλ	Λέτιγγε βαλ




  
 ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ
   
 Page 1 sur 2
   
 Date: 11/10/2018
   
 Ref : 38113

الملحق (03) قائمة الأساتذة المحكمين للإستبيان

الرقم	اسم الأستاذ	الدرجة العلمية	جهة العمل
01	حجاج عبد الرؤوف	أستاذ محاضر - أ-	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-
02	رشيد مناصريه	أستاذ محاضر - أ -	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-
03	بوخلوة باديس	أستاذ محاضر - أ -	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

الملحق (04) :استمارة الاستبيان

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

التخصص: ماستر إدارة أعمال

إشراف الأستاذة: أسماء يوسف

الطالبة: لعبيدي فطيمة

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

## استبيان

السادة والسيدات إيطارات، موظفو المؤسسة: يشرفني أن أتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة التي تدخل ضمن متطلبات إنجاز مذكرة الماستر تحت عنوان " دور إدارة سلسلة التوريد في تعزيز جودة المنتج "، و أعلمكم أن الإجابات المقدمة من طرفكم تحظى بالأهمية البالغة لدينا، وبالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. نشكركم شكرا جزيلا على مساهمتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة و بصراحة تامة. ولكم منا كل الشكر والتقدير.

البريد الإلكتروني: [fatma30lb@gmail.com](mailto:fatma30lb@gmail.com)

الرجاء وضع علامة X في الخانة التي ترى أنها مناسبة.





## المحور الأول: إدارة سلاسل التوريد

الرقم	الفقرات	موافق	محايد	غير موافق
<b>البعد الأول: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين</b>				
01	تشرك الشركة الموردين في تحديد الأهداف الإستراتيجية			
02	تتعامل الشركة مع الموردين من خلال عقود طويلة المدى			
03	جودة العلاقة مع مورديننا هي أساس استمرار عملنا			
04	يوفر مورديننا خدمات تتلاءم مع مستوى عملنا			
05	يلتزم مورديننا بتوفير احتياجات الشركة على المدى البعيد			
06	الثقة والالتزام أساس الحفاظ على العلاقة مع مورديننا			
<b>البعد الثاني: إدارة علاقات الزبائن</b>				
07	نتفاعل باستمرار مع زبائننا لتحسين مستوى الاستجابة لهم			
08	نعمل باستمرار على تحسين مستوى الموثوقية مع زبائننا			
09	نعمل دائما على قياس وتقييم رضا زبائننا			
10	نسعى دائما لتحسين طرق الاتصال والتواصل مع الزبائن			
11	دائما ما يحصل الزبائن على مساعدة منا			
12	نعمل كل ما يلزم للحفاظ على الزبائن الحاليين واستقطاب زبائن جدد			
<b>البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين</b>				
13	يتم تبادل المعلومات بين الشركة وشركائها بشكل منتظم			
14	تهتم الشركة بتفعيل نظام تبادل المعلومات مع الموردين والزبائن			
15	لا تجد الشركة أي صعوبة في الحصول على المعلومات من الزبائن			
16	تتشارك الشركة مع الموردين والزبائن كل المعلومات ذات العلاقة			
17	يلتزم مورديننا بتوفير كل المعلومات الضرورية			
18	يساعد مورديننا وزبائننا في تسهيل الحصول على مختلف المعلومات التي تحتاجها الشركة			
19	تتميز المعلومات المتبادلة مع الموردين والزبائن بالدقة والمصداقية			
20	يتم الحصول على المعلومات من الموردين والزبائن في الوقت المناسب			
21	نحصل دائما على المعلومات الكافية لإنجاز مختلف الأعمال والمهام			
22	نحصل دائما على معلومات حديثة ومن مصدر موثوق			
23	تتلاءم المعلومات المتبادلة مع الموردين والزبائن مع مستوى الأعمال في الشركة			

المحور الثاني: أبعاد جودة المنتج

الرقم	الفقرات	غير موافق	محايد	موافق
<b>ذوق المنتج</b>				
01	تتفوق منتجات الشركة على منتجات المنافسين في ذوقها .			
03	يفضل الزبائن منتجات شركتنا لذوقها عالي الجودة			
<b>المطابقة</b>				
07	تمتلك ادارة الشركة مواصفات مصنعية خاصة بما طورت في ضوء تجربتها بالعمل.			
08	تعتمد ادارة الشركة سياسات واضحة لجعل المنتج مطابق للمواصفات.			
09	تسعى الشركة لتأهيل خطوطها لتقديم منتجات مطابقة للمعايير المطلوبة			
<b>المتانة</b>				
10	صلاحية مدة إستهلاك منتجات الشركة لفترة طويلة من الزمن .			
11	منتجات الشركة ليس لها قدرة عالية على تحمل المؤثرات الخارجية يلزم ظروف حفظ خاصة			
<b>الشكل الجمالي</b>				
12	تعطي الشركة أهمية كبيرة للبعد الجمالي للتغليف			
13	تسعى الشركة في عملياتها الإنتاجية إلى إنتاج منتج قابل للتقليد			
14	تحرص الشركة على تحقيق جودة التصميم وتحقيق جاذبية لمنتجاتها			
15	تحرص الشركة على تقديم تشكيلة واسعة من المنتجات لتلبية حاجات ورغبات أكبر عدد ممكن من الزبائن			
16	تحرص الشركة على توفير منتجاتها بأنواع وأحجام مختلفة بناء على دراسة رغبات المشتريين			
<b>قابلية الخدمة</b>				
17	تعطي الشركة اهتماما واسعا لعملية البيع لكسب ولاء الزبائن			
18	يتم التعرف على مدى رضا الزبائن عن المنتجات المقدمة لهم من خلال الموظفين أنفسهم			
19	يتم التعرف على مدى رضا الزبائن عن المنتجات المقدمة لهم من خلال الزبائن أنفسهم			
20	تحرص الشركة على الاتصال المباشر مع الزبائن بقصد تقديم الخدمة في الوقت المناسب			
21	تسعى الشركة إلى التفرد في تقديم خدمات كمالية إضافية أكبر للمنتج			
<b>الجودة المدركة</b>				
24	تعتمد ادارة الشركة منهاج تدريبي يمنح العاملين وعي عام عن الجودة.			
25	تقوم ادارة الشركة على الدوام بدعوة خبراء عالميين وعقد ندوات وحلقات تدريبية للعاملين في الشركة ترمي الى			

			تطوير قدراتهم وامكانياتهم في مجال الجودة.
			توجه ادارة الشركة العاملين الى مخاطر الاهتمام بالكمية على حساب الجودة.

### المحور الثالث: معلومات متعلقة بالموظف:

		أنثى	ذكر	الجنس
		موظف متعاقد	موظف دائم	ديمومة الوظيفة
50 سنة و أكثر	من 40 إلى أقل من 50 سنة	من 30 إلى أقل من 40 سنة	أقل من 30 سنة	العمر
دكتوراه	ماستر أو ماجستير	شهادة دراسات أو ليسانس أو مهندس	دون الليسانس	مستوى التعليم
أكثر من 20 سنة	من 10 إلى أقل من 20 سنة	من 05 إلى أقل من 10 سنوات	أقل من 05 سنوات	الخبرة
عامل	إداري	رئيس مصلحة	مدير أو نائب مدير	الوظيفة
		جودة	إنتاج	المصلحة
			إدارة عامة	

شكرا جزيلاً لكم على حسن تعاونكم

الملحق رقم (05) نتائج التحليل الإحصائي SPSS

معامل الثبات ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.883	49

مقاييس الإحصاء الوصفي وذلك لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، وهذه الأساليب هي المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة وترتيب عبارات كل متغير تنازلياً

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide ذكر	11	21.2	21.2	21.2
أنثى	41	78.8	78.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

ديمومة الوظيفة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide موظف دائم	7	13.5	13.5	13.5
موظف متقاعد	45	86.5	86.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide أقل من 30 سنة	28	53.8	53.8	53.8
من 30 على أقل من 40 سنة	17	32.7	32.7	86.5
من 40 إلى أقل من 50 سنة	6	11.5	11.5	98.1
50 سنة فأكثر	1	1.9	1.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

بالمستوى التعليمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide دون الليسانس	34	65.4	65.4	65.4
شهادات دراسات أو ليسانس أو مهندس	6	11.5	11.5	76.9
ماستر أو ماجستير	12	23.1	23.1	100.0
Total	52	100.0	100.0	

بالخبرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide أقل من 5 سنوات	48	92.3	92.3	92.3
من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	1	1.9	1.9	94.2
من 10 إلى أقل من 20 سنة	2	3.8	3.8	98.1
أكثر من 20 سنة	1	1.9	1.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

الوظيفة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide مدير أو نائب مدير	2	3.8	3.8	3.8
رئيس مصلحة	3	5.8	5.8	9.6
إداري	3	5.8	5.8	15.4
عامل	44	84.6	84.6	100.0
Total	52	100.0	100.0	

المصلحة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumuli
Valide إدارة عامة	7	13.5	13.5	13.5
إنتاج	43	82.7	82.7	96.2
الجودة	2	3.8	3.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

اختبار فرضيات الارتباطات بين المتغيرات :

تحليل الانحدار الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى Entry عند مستوى دلالة 0.05 حيث المتغيرات المستقلة هي (إدارة سلسلة التوريد) والمتغير التابع هو (جودة المنتج) حيث الجدول الموالي يوضح الارتباط الخطي بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع:

Variables introduites/supprimées<sup>o</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	المتغير المستقل إدارة سلاسل التوريد		Entrée

- a. Toutes variables requises saisies.  
b. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

Récapitulatif des modèles<sup>o</sup>

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.604 <sup>a</sup>	.365	.352	.18011

- a. Valeurs prédites : (constantes), التوريد سلاسل إدارة المستقل المتغير,  
b. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

ANOVA<sup>o</sup>

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	.932	1	.932	28.744	.000 <sup>a</sup>
	Résidu	1.622	50	.032		
	Total	2.554	51			

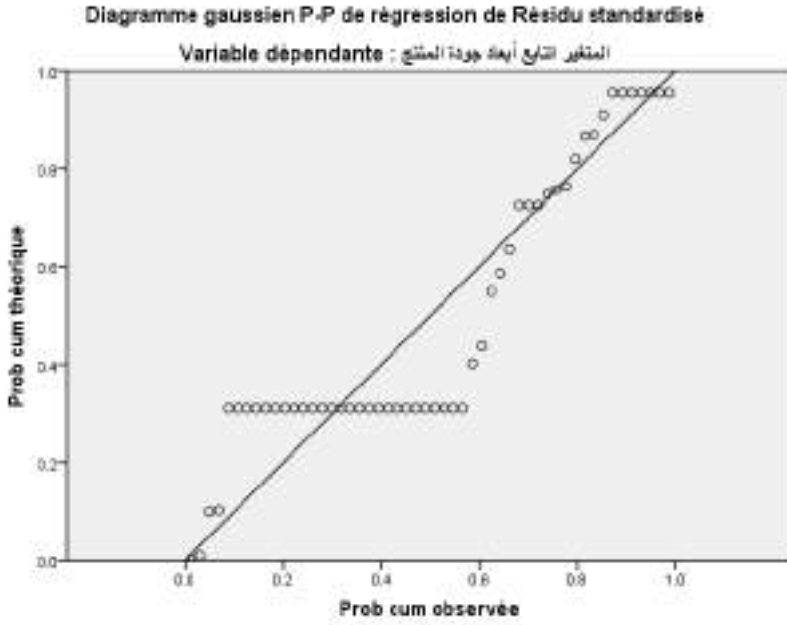
- a. Valeurs prédites : (constantes), التوريد سلاسل إدارة المستقل المتغير,  
b. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		

1	(Constante)	.871	.350		2.489	.016
	المتغير المستقل إدارة سلاسل التوريد	.694	.129	.604	5.361	.000

a. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :



حسب الرسم لا توجد مشكلة فالنتائج تتوزع وفق التوزيع الطبيعي  
مصفوفة الارتباطات

		المتغير التابع أبعاد جودة المنتج	
Rho de Spearman	البعد الأول: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين	Coefficient de correlation	-.053-
		Sig. (bilatérale)	.709
		N	52
	البعد الثاني: إدارة علاقات الزبائن	Coefficient de corrélation	.509
		Sig. (bilatérale)	.000
		N	52
	البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين	Coefficient de corrélation	.535
		Sig. (bilatérale)	.000
		N	52
	المتغير المستقل إدارة سلاسل التوريد	Coefficient de corrélation	.337
		Sig. (bilatérale)	.015
		N	52
	اداء المنتج	Coefficient de correlation	.822
		Sig. (bilatérale)	.000
		N	52
	المعولية	Coefficient de correlation	.674
		Sig. (bilatérale)	.000
		N	52
	المطابقة	Coefficient de correlation	.547
		Sig. (bilatérale)	.000
		N	52
	المتانة	Coefficient de correlation	.439
		Sig. (bilatérale)	.001
		N	52
	الشكل الجمالي	Coefficient de correlation	.694
		Sig. (bilatérale)	.000
		N	52
	قابلية الخدمة	Coefficient de correlation	.492
		Sig. (bilatérale)	.000
		N	52
الجودة المدركة	Coefficient de correlation	.897	
	Sig. (bilatérale)	.000	
	N	52	

## Variables introduites/suppriméesa

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين		Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire $\leq$ .050, Probabilité de F pour éliminer $\geq$ .100).
2	البعد الثاني: إدارة علاقات الزبائن		Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire $\leq$ .050, Probabilité de F pour éliminer $\geq$ .100).
3	البعد الأول: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين		Pas à pas (critère : Probabilité de F pour introduire $\leq$ .050, Probabilité de F pour éliminer $\geq$ .100).

a. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

## Récapitulatif des modèlesd

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.731 <sup>a</sup>	.534	.525	.15422
2	.786 <sup>b</sup>	.618	.603	.14105
3	.823 <sup>c</sup>	.677	.657	.13113

a. Valeurs prédites : (constantes), والبعد الثالث: التكامل مع الوسطاء مع الموزعين

b. Valeurs prédites : (constantes), والبعد الثالث: التكامل مع الوسطاء مع الموزعين، والزبائن علاقات إدارة: البعد الثاني

c. Valeurs prédites : (constantes), والبعد الثالث: التكامل مع الوسطاء مع الموزعين، والموردين مع الإستراتيجية الشراكة: الأول البعد، والزبائن علاقات إدارة: الثاني البعد

d. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

ANOVA<sup>d</sup>

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	1.365	1	1.365	57.405	.000 <sup>a</sup>
	Résidu	1.189	50	.024		
	Total	2.554	51			
2	Régression	1.579	2	.790	39.693	.000 <sup>b</sup>
	Résidu	.975	49	.020		
	Total	2.554	51			
3	Régression	1.729	3	.576	33.517	.000 <sup>c</sup>
	Résidu	.825	48	.017		



Total	2.554	51			
-------	-------	----	--	--	--

- a. Valeurs prédites : (constantes), الثالث البعد, والتكامل مع الوسطاء مع التكامل : الثالث البعد,  
 b. Valeurs prédites : (constantes), الثالث البعد, والموزعين الوسطاء مع التكامل : الثاني البعد,  
 c. Valeurs prédites : (constantes), الثالث البعد, والموزعين الوسطاء مع التكامل : الثالث البعد,  
 الموردین مع الإستراتيجية الشراكة : الأول البعد  
 d. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

#### Variables exclues<sup>c</sup>

Modèle	Bêta dans	T	Sig.	Corrélation partielle	Statistiques de colinéarité
					Tolérance
1	-0.215 <sup>ad</sup>	-1.935-	.059	-.266-	.716
	.394 <sup>ad</sup>	3.281	.002	.424	.540
2	-.291 <sup>u</sup>	-2.949-	.005	-.392-	.689

- a. Valeurs prédites dans le modèle : (constantes), الثالث البعد, والتكامل مع الوسطاء مع التكامل : الثالث البعد,  
 b. Valeurs prédites dans le modèle : (constantes), الثالث البعد, والموزعين الوسطاء مع التكامل : الثاني البعد,  
 c. Variable dépendante : المنتج جودة أبعاد التابع المتغير :

#### اختبار TESTE\_T المتغير الجنس

Test d'échantillons indépendants										
		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes					Intervalle de confiance 95% de la différence	
		F	Sig.	t	Ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Inférieure	Supérieure
المتغير التابع أبعاد جودة المنتج	Hypothèse de variances égales	25.517	<b>.000</b>	-.938-	50	.353	-.07140-	.07608	-.22421-	.08141
	Hypothèse de variances inégales			-.561-	10.616	.586	-.07140-	.12718	-.35256-	.20975

#### Test d'échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	T	Ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence	
									Inférieure	Supérieure
المتغير التابع أبعاد جودة المنتج	Hypothèse de variances égales	5.872	<b>.019</b>	-1.485-	50	.144	-.13347-	.08987	-.31398-	.04705
	Hypothèse de variances inégales			-.928-	6.500	.387	-.13347-	.14380	-.47887-	.21194

تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للاختبار تأثيرات المتغيرات المستقلة الأخرى على المتغير التابع.  
ثانياً: علاقة العمر توجد فروق بين إجابات العمال تبعا للعمر.

#### ANOVA

المتغير التابع أبعاد جودة المنتج

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.917	3	.306	8.966	<b>.000</b>
Intra-groupes	1.637	48	.034		
Total	2.554	51			

ثالثاً: علاقة بالمستوى التعليمي لا توجد فروق بين إجابات العمال تبعا للمستوى التعليمي.

#### ANOVA

المتغير التابع أبعاد جودة المنتج

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.190	2	.095	1.974	.150
Intra-groupes	2.364	49	.048		
Total	2.554	51			

رابعا: علاقة بالخبرة لا توجد فروق بين إجابات العمال.

#### ANOVA

المتغير التابع أبعاد جودة المنتج

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.791	3	.264	7.176	<b>.000</b>
Intra-groupes	1.763	48	.037		
Total	2.554	51			

رابعا علاقة الوظيفة لا توجد فروق بين إجابات العمال

#### ANOVA

المتغير التابع أبعاد جودة المنتج

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	.379	3	.126	2.784	.051
Intra-groupes	2.176	48	.045		
Total	2.554	51			

الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
III	الإهداء .....
IV	الشكر .....
V	ملخص الدراسة .....
VI	قائمة المحتويات .....
VII	قائمة الجداول .....
VIII	قائمة الأشكال .....
VIII	قائمة المختصرات .....
VIII	قائمة الملاحق .....
أ	مقدمة عامة .....
<b>الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية حول إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج</b>	
02	تمهيد .....
03	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لإدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج .....
03	المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لجودة المنتج .....
03	أولاً: مفهوم جودة المنتج .....
04	ثانياً: أبعاد جودة المنتج .....
05	ثالثاً: أهمية جودة المنتج .....
06	المطلب الثاني : مدخل لإدارة سلسلة التوريد.....
06	أولاً: مفهوم إدارة سلسلة التوريد.....
07	ثانياً : أبعاد إدارة سلسلة التوريد .....
08	المطلب الثالث: العلاقة بين إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج.....
09	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية حول جودة المنتج وإدارة سلسلة التوريد.....
09	المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة (العربية والأجنبية) .....
09	أولاً: الدراسات الأجنبية .....
12	ثانياً: الدراسات العربية .....
16	المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية .....
16	أولاً : أوجه التشابه .....
16	ثانياً: أوجه الاختلاف .....
17	المطلب الثالث: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة .....
18	خلاصة الفصل.....

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
20	تمهيد .....
21	المبحث الأول: منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة .....
21	المطلب الأول: طريقة الدراسة .....
21	أولاً: منهج الدراسة .....
21	ثانياً : التعريف بالشركة محل الدراسة .....
21	1- معلومات حول الشركة.....
22	2- شرح الهيكل التنظيمي .....
23	3- التعقيب على الهيكل التنظيمي.....
23	ثالثاً: مجتمع وعينة الدراسة .....
23	1- مجتمع الدراسة .....
23	2- عينة الدراسة .....
24	رابعاً: خصائص عينة الدراسة .....
24	1- متغير الجنس.....
24	2- متغير السن .....
25	3- متغير المستوى التعليمي.....
25	4- متغير الخبرة.....
26	5- متغير الوظيفة.....
26	6- متغير المصلحة .....
27	7- متغير ديمومة الوظيفة .....
27	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة .....
27	أولاً: أداة الدراسة .....
28	ثانياً: صدق أداة الدراسة .....
28	ثالثاً: ثبات أداة الدراسة .....
29	رابعاً: أساليب المعالج الإحصائية .....
30	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة .....
30	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة .....
30	النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى.....
30	البعد الأول: أداء المنتج .....
30	البعد الثاني: المعولية.....
31	البعد الثالث: المطابقة.....
31	البعد الرابع: المتانة .....

32	البعد الخامس: الشكل الجمالية.....
32	البعد السادس: قابلية الخدمة.....
33	البعد السابع: الجودة المدركة .....
34	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لأبعاد جودة المنتج
34	النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية.....
34	البعد الأول: الشراكة الإستراتيجية مع الموردين.....
34	البعد الثاني: إدارة العلاقة مع الزبائن.....
35	البعد الثالث: التكامل مع الوسطاء والموزعين.....
35	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لأبعاد إدارة سلسلة التوريد
36	النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة.....
36	أولاً: العلاقة الإرتباطية بين المتغيرين .....
37	ثانياً: العلاقة الإرتباطية بين جميع المتغيرات.....
38	ثالثاً: تحليل الانحدار الخطي لاختبار العلاقة الإرتباطية بين المتغير المستقل إدارة سلسلة التوريد وجودة المنتج.....
39	رابعاً: تبين خط الانحدار.....
40	تحليل النتائج باستخدام تحليل الانحدار المتدرج.....
40	1- المتغيرات المتبقية في النموذج .....
41	2- معاملات الإرتباط الخطي للمتغيرات المستقلة المتبقية والمتغير التابع لنموذج الدراسة.....
41	3- تحليل تبين خط الانحدار بطريقة stepwise.....
43	4- معاملات خط الانحدار بطريقة stepwise.....
44	النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة.....
44	أولاً: تحليل اختبار ( T) لمتغير الجنس وديمومة الوظيفة.....
45	ثانياً: تحليل التباين الأحادي one way anova لاختبارات تأثيرات المتغيرات الشخصية المتبقية.....
45	المطلب الثاني: مناقشة النتائج.....
45	اختبار صحة الفرضية الأولى.....
46	اختبار صحة الفرضية الثانية .....
47	اختبار صحة الفرضية الثالثة.....
48	اختبار صحة الفرضية الرابعة .....
49	خلاصة الفصل.....
50	خاتمة .....

57	قائمة المراجع.....
61	قائمة الملاحق.....
80	فهرس المحتويات.....