

تنمية الرافدين

ملحق العدد ١٢٣ المجلد ٣٨ لسنة ٢٠١٩

استراتيجيات الشراء الاخضر وأثرها في متطلبات
التصنيع الاخضر
دراسة استطلاعية في الشركة الوطنية لصناعة الاثاث
المنزلي-الموصل

**Effect of Green Procurement Strategies in Green
Manufacturing Requirements: An Exploratory
Study on National Company for Furniture**

الدكتور أكرم احمد الطويل
أستاذ- قسم الادارة الصناعية
كلية الادارة والاقتصاد-جامعة الموصل

Akram Ahmed Al-Taweel
Akramahmadaltaweel@yahoo.com

حسن طلال احمد

Hassn talal ahmed alafandi

تأريخ قبول النشر ٢٠١٨/١٠/١

تأريخ استلام البحث ٢٠١٨/٨/١٩

المستخلص(*)

سعى هذا البحث إلى تحديد علاقات الارتباط والتأثير بين استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر في الشركة الوطنية لصناعة الاثاث المنزلي/الموصل. وقد سعى الباحثين لتضمين البحث هذه المتغيرات ضمن إطار شمولي، وبعامّة فإن طرح التساؤل الآتي يوضح مضامين مشكلة البحث:

ما طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر في الشركة قيد البحث؟ وقد عمل الباحثين على الإجابة عن هذه التساؤل من خلال تبني المنهجين الوصفي والتحليلي واعتماد مجموعة من الأدوات في جمع البيانات متمثلةً بالمقابلات الشخصية والزيارات الميدانية، فضلاً عن استمارة الاستبانة. وبهدف تحليل نتائج الجانب الميداني تم وضع مخطط افتراضي يعكس طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين هذه المتغيرات أوضحتها مجموعة من الفرضيات الرئيسة والفرعية التي تم اختبارها باستعمال عدد من الأساليب الإحصائية.

وتوصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات كان من أهمها: ١. تحقق وجود علاقات ارتباط معنوية بين متغيرات الدراسة على مستوى الشركة قيد البحث. ٢. تحقق وجود تأثير معنوي بين متغيرات الدراسة على مستوى الشركة قيد البحث.

الكلمات المفتاحية: الشراء الأخضر، التصنيع الأخضر.

Abstract

This research seeks to identify the correlation and impact between the green purchasing strategies and the green manufacturing requirements of the National Company for Household Furniture Industry / Mosul. The researchers seek to include these variables within the framework of the comprehensive, and in general, the next question raises the implications of the problem of research: What is the nature of the correlation and impact between green purchasing strategies and green manufacturing requirements in the company surveyed? The two researchers attempted to answer this question by adopting descriptive and analytical approaches and adopting a set of tools in collecting data, such as personal interviews and field visits, as well as the questionnaire. In order to analyze the results of the field side, a default scheme was developed that reflects the nature of the correlation and impact between these variables, as explained by a set of main and subsidiary hypotheses that have been tested using a number of statistical methods. The study reached a number of conclusions, the most important of which were:

1. There is significant correlation between study variables at the level of the company surveyed.
2. There is a significant effect between the study variables at the level of the company surveyed.

Key words: green purchasing ، green manufacturing

(*) بحث مستل من رسالة الماجستير الموسومة "التأثير التتابعي لاستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر في رضا الزبون: دراسة استطلاعية لأراء المدراء في مجموعة من منظمات صناعة الاثاث في الموصل.

المقدمة

تواجه الشركات عامةً والصناعية خاصةً تحديات كثيرة منها التطور التقني والمنافسة الشديدة، ومن أجل دخول عالم التنافس بنجاح يحتاج المديرون في كل الصناعات إلى التعاون مع المجهزين والزبائن في عمليات التخطيط والتنبؤ الدقيق لتحديد التجهيزات، وتحتاج الشركة إلى البحث عن أفضل الممارسات في عمليات الإنتاج بدءاً من الشراء مروراً بالتخزين والإنتاج وانتهاءً بالتوزيع والنقل، الأمر الذي دفع معظم الشركات اليوم إلى تطبيق مفاهيم وتقنيات إدارية حديثة مثل إستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر في محاولة للتكيف مع تحديات البيئة والتغيير والتطور السريع المستمر في أساليب وأدوات إدارتها. ويعد هذا البحث محاولة متواضعة لدراسة علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرين ذوي أهمية متزايدة وهما إستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر. ونظراً لمحدودية الدراسات التي تناولت متغيرات هذا البحث في العراق بعامه وفي محافظة نينوى بخاصة فقد وجد من المناسب تناول هذين المتغيرين ضمن إطار شمولي. وقد تضمن البحث المباحث الآتية: المبحث الأول: منهجية البحث. المبحث الثاني: الجانب النظري. المبحث الثالث: الجانب الميداني. المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول- منهجية البحث

تناول هذا المبحث المنهجية المستعملة في البحث وفق المحاور الآتية:

أولاً- مشكلة البحث

من خلال استعراض عدد من الأدبيات المتعلقة باستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر لم يجد الباحثين من تناول هذه المتغيرات بدراسة واحدة الأمر الذي حفزهما إلى تناول هذا الموضوع من جهة ومن جهة ثانية قام الباحثين بدراسة استطلاعية أولية لشركة الوطنية لصناعات الاثاث المنزلي /الموصل للمدة من (٢٦/٧/٢٠١٧-٣٠/٧/٢٠١٧)، وتوصل الباحثين إلى محدودية معرفة المدراء لديها بالمفاهيم الحديثة لهذه المتغيرات، فضلاً عن عدم معرفتهم بعلاقات الارتباط والتأثير بين إستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر، الأمر الذي زاد من اهتمام الباحثين لتناول هذا الموضوع.

وبناءً على ما تقدم فإن طرح التساؤل الآتي يمكن أن يسهم في إيضاح مضامين مشكلة الدراسة:

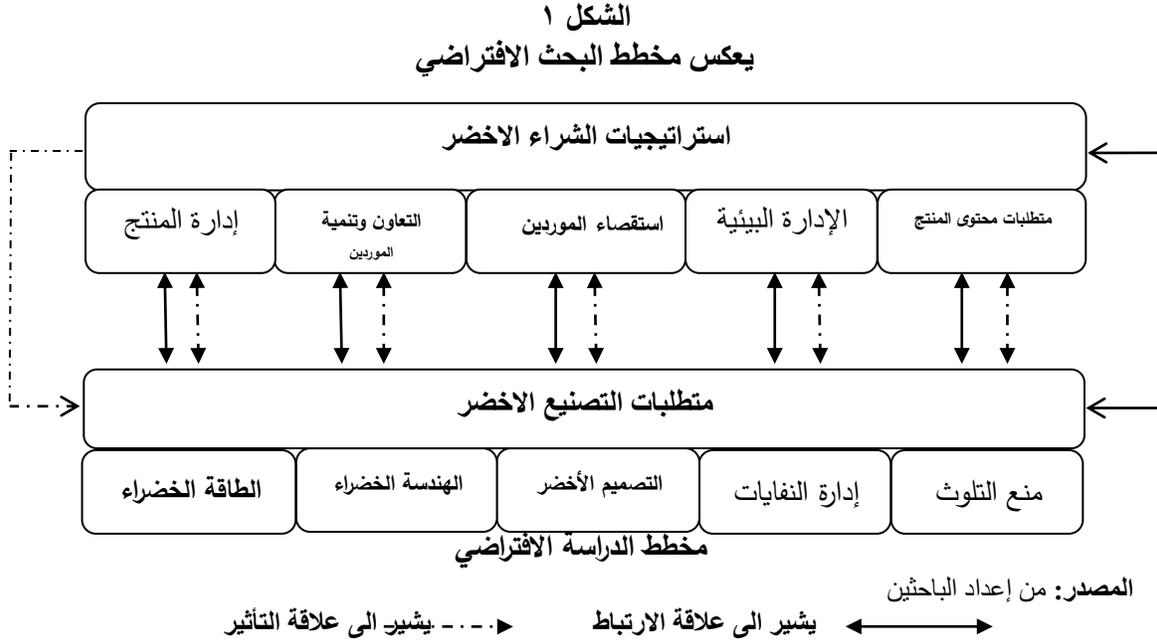
- ما طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين إستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر في الشركة قيد البحث؟

ثانياً- أهداف البحث

يسعى البحث الحالي الى تحقيق الآتي:

١. التعرف على واقع إستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر في الشركة قيد البحث.
٢. التعرف على طبيعة العلاقة بين إستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر.

ثالثاً- مخطط البحث الافتراضي



رابعاً- فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية الأولى:

هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعةً ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعةً في الشركة قيد البحث .
وتتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضية الفرعية الآتية :

هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين كل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعةً في الشركة قيد البحث .

الفرضية الرئيسية الثانية:

هناك تأثير ذو دلالة معنوية لاستراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعةً في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعةً في الشركة قيد البحث.

وتتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضية الفرعية الآتية :

هناك تأثير ذو دلالة معنوية لكل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الأخضر في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعةً في الشركة قيد البحث .

خامساً- منهج البحث

اعتمد الباحثين على المنهجين الوصفي والتحليلي في وصف مجتمع وعينة البحث، فضلاً عن دراسة وتحليل علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث وصولاً الى الاستنتاجات وتقديم المقترحات وآليات تنفيذها.

سادساً- حدود البحث

١. **الحدود الزمانية:** انحصرت حدود الدراسة في المدة الزمنية من (٢٠١٨/٦/١) إلى (٢٠١٨/٨/٥) .
٢. **الحدود البشرية:** تم اختيار عينة قصدية تمثلت بالقيادات الإدارية من شاغلي الوظائف الآتية (رئيس مجلس ادارة، المدير المفوض، اعضاء مجلس الادارة، مدير قسم، وكيل مدير قسم، مدير شعبة، وكيل مدير شعبة، مشرف على خط الانتاج).

سابعاً- أساليب جمع البيانات والمعلومات

اعتمد الباحثين في جمع البيانات والمعلومات التي ساعدتهم في كتابة الجانب النظري والميداني والوصول الى النتائج واستنتاجات البحث على الأساليب الآتية:
١. الاستعانة ببعض المصادر العربية والأجنبية التي تناولت موضوع البحث من كُتب ودوريات ودراسات ورسائل وأطاريح جامعية، كما تم الافادة من خدمات شبكة المعلومات (الإنترنت).
٢. استمارة الاستبانة(*) :اعتمد الباحثين على استمارة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالجانب الميداني للبحث. وقد تم اعداد العبارات المتعلقة بأستراتيجيات الشراء الاخضر بالاعتماد على اراء ودراسات بعض الكتاب ومنهم: (Khalid and Zainuddin, 2011) (Kim, 2011)(Mei et al., 2012)(Sarumathi, 2014) في حين تم أعداد العبارات المتعلقة بمتطلبات التصنيع الاخضر بالاعتماد على اراء ودراسات بعض الكتاب ومنهم: (Momanyi, 2013) (Contreras and Hallam, 2016) (Zakaria and (Moldavska and Welo, 2017) (Hasan, 2017).

ثامناً- الوسائل الاحصائية المستعملة

استخدم الباحثين الوسائل الاحصائية الآتية (التكرارات والنسب المئوية، معامل الارتباط البسيط والمتعدد، معامل التحديد R^2 ، والانحدار الخطي البسيط والمتعدد، اختبار F، واختبار T) وذلك لوصف الافراد المبحوثين وتحديد وعلاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث بهدف استخلاص النتائج اختبار ثبات الاستبانة

بهدف التعرف على مدى صلاحية المقياس وثبات الاستبانة تم استخدام مقياس (Alpha-Cronbach) وقد بلغت قيمة معامل المقياس المذكور (0.970) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) وتشير هذه النتيجة الى قوة ثبات الاستبانة المستعملة (Uma, 1992, 76-78)

* نموذج استمارة الاستبانة في الملحق (١)

المبحث الثاني- الجانب النظري

يتضمن هذا المبحث المحاور الآتية:

المحور الأول- الشراء الأخضر

يتضمن هذا المحور الفقرات الآتية:

أولاً- مفهوم الشراء الأخضر: قبل الولوج في مفهوم الشراء الأخضر لابد من التعرف على مفهوم الشراء التقليدي إذ إن عملية الشراء هي العملية المسؤولة عن توفير أو تدبير احتياجات الشركة من المواد والأجزاء والتجهيزات المختلفة التي تكون الشركة في حاجة إليها على وفق سياسات محدودة وواضحة بما يخدم النشاطات الأخرى في الشركة للوصول إلى الأهداف المرسومة لها دون الإخذ بنظر الاعتبار النواحي البيئية إذ أوضح (Moore et al, 2013, 2) إن مفهوم الشراء هو جميع الأنشطة اللازمة لتوفير احتياجات الشركة باختلاف أنواعها مع ضمان تدفقها إلى مواقع الإنتاج والتشغيل بالكمية التي تحتاجها وفي الوقت المناسب وبما يتناسب مع المواصفات المطلوبة وبأقل كلفة ممكنة ومن مصدر التوريد المناسب ويضمن توفير هذه الاحتياجات تحقيق استمرارية عمليات الإنتاج والتشغيل بما يمكن من تحقيق أهداف الشركة بفاعلية في ظل ظروف البيئة المحيطة. وبالرجوع إلى مفهوم الشراء الأخضر فقد أشار (Nizam et al, 2014, 181) إلى أن الشراء الأخضر هو عملية شراء المنتجات الخضراء كمنتجات لا تسبب تلوثاً للبيئة أو نفاذاً للموارد ومن ثم سوف تكون منتجات صديقة للبيئة أيضاً ويشار إلى المنتجات الصديقة للبيئة التي لها الحد الأدنى من التأثير في البيئة، مثل استعمال مكونات أقل سمية وتشمل هذه المنتجات الخضراء تلك التي يمكن إعادة تدويرها، وتحللها، ولديها حياة أطول. وإضافة (Chen et al, 2016, 8) هي عملية شراء المنتجات التي تسبب أثراً بيئياً سلبية ضئيلة، حيث يهتم بالأمور الصحية والبشرية والبيئية. **اتساقاً مع ما تقدم يرى الباحثين أن مفهوم الشراء الأخضر هو** العملية التي تسعى إلى دمج الاعتبارات البيئية بجميع الأنشطة والعمليات التي تقوم بها الشركة للحصول على ما تحتاجه من مواد ومنتجات إذ يتم تحديد تلك المواد والمنتجات واختيارها وشرائها والتي لها آثار بيئية سلبية أقل بكثير من المواد والمنتجات المنافسة، فضلاً عن ذلك، يجب مراعاة التكاليف والخصائص البيئية في جميع مراحل دورة حياتها، وتحديد محتوى المنتج والأجزاء الداخلة في صناعته والاشتراط على الموارد أن تكون ذات سمية قليلة وتأثير يكاد يكون صفرياً بالنسبة للبيئة.

ثانياً- استراتيجيات الشراء الأخضر

تباينت وجهات النظر المقدمة عن استراتيجيات الشراء الأخضر من حيث تأكيدها على بعض الاستراتيجيات دون الأخرى وذلك لكون الكُتّاب اختلفوا في تناول الاستراتيجيات كلاً حسب دراسته وأهمية كل استراتيجية في كل شركة دون الأخرى، إلا أن أغلب الكتاب ومنهم: (Zailani and Eltayeb, 2010, 8) (Zhang and Yang, 2013, 5) (العبادي، ٢٠١٣، ١٧) (الطويل والكيكي، ٢٠١٤، ٦) (Kosgei et al., 2015, 5) قد اتفقوا على أن استراتيجيات الشراء الأخضر تتمثل بـ: (استراتيجية متطلبات محتوى المنتج، استراتيجية الإدارة البيئية، استراتيجية وإدارة المنتج، و استراتيجية استقصاء الموردين، و استراتيجية التعاون وتنمية الموردين) **والآتي إيضاح مختصر لكل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الأخضر**

أ. استراتيجية متطلبات محتوى المنتج: اشار (Vaughan, et.al, 2013, 3) الى ان استراتيجية متطلبات محتوى المنتج هي مجموعة من الشروط التي تشترطها الشركة على الموردين لضمان حصولها على المنتجات على وفق المعايير والمتطلبات التي تحتاجها وهي إجراءات استباقية لمنع الضرر من بعض المنتجات ولإجراء تقييمات لأفضل البدائل المتاحة للوفاء بنفس المهام التي يقوم بها المنتج والتي سوف تليي الشروط والمعايير البيئية الموضوعه اذ تتميز بكونها أقل سمية، وأكثر كفاءة في استعمال الطاقة والتي سوف يتم صناعتها من مواد تم اعادة تدويرها.

ب. استراتيجية الادارة البيئية: يرى (Ambe et al., 2013, 244) أن استراتيجية الادارة البيئية مصطلح عام يدل على مجموعة من المبادرات ذات الاهتمام والصلة بالأمور الاقتصادية والاجتماعية مع الاخذ بنظر الاعتبار الاثار البيئية المترتبة جراء الاعمال التجارية والصناعية.

ت. استراتيجية ادارة المنتج: نقصد بـ استراتيجية ادارة المنتج جميع الانشطة التي تؤدي الى تحقيق الرقابة الفعالة على المنتج، اذ أوضح (Zuzana, 2016, 6) أن هذه الاستراتيجية هي وسيلة لتحسين الرقابة بشكل افضل على المنتج وأدارته بما يحقق اعلى اداء له اذ يتم توحيد الانشطة المتباينة في مختلف الاعمال والوظائف تحت مظلة واحدة بدءاً من تصميم المنتج وتخطيطه وتصنيعه والسيطرة على خطوط الانتاج واعطاء اكبر قيمة ممكنة للمنتج خلال دورة حياته.

ث. استراتيجية استقصاء الموردين: أوضح (Jawahar, 2013, 3) بأن استراتيجية استقصاء الموردين هي مجموعة من الخطوات المنطقية التي تقوم بها الشركة بهدف الحصول على البيانات والمعلومات التي تحتاجها عن الموردين التي تتعامل معهم الشركة وذلك لاختيار الافضل من بين الموردين والتعرف ما اذا كانوا يلبون الشروط والمعايير التي تتبعها الشركة اذ يتم فرز الموردين الذين يلبون الشروط والمعايير الموضوعه لغرض التعاقد معهم .

ج. استراتيجية التعاون وتنمية الموردين: نقصد بـ استراتيجية التعاون وتنمية الموردين مجموعة من الإجراءات التي تضمن زيادة كفاءة المورد اذ اوضح (Potter et al., 2015, 779) بأنها نشاط يتطلب التزام الشركة والموردين بتطوير العلاقة بينهم عن طريق عمليات الدعم والاسناد ونقل الخبرات والتفانة التي تقوم به الشركة لتحقيق قفزة بمستوى وكفاءة اداء المورد بما يحقق رضا الشركة وتلبية طموحاتها المستقبلية.

المحور الثاني- التصنيع الاخضر:

يتضمن هذا المحور الفقرات الاتية:

اولاً- مفهوم التصنيع الأخضر

أشار (Moldavska and Welo, 2017, 745) إلى أن التصنيع الاخضر هو مفهوم جديد للإنتاج اذ يستخدم أنموذج التصنيع الذي يتبنى الاستراتيجيات الخضراء والتقنيات المبتكرة، بما في ذلك المنتجات او النظم التي تستهلك مواد وطاقة اقل بما يسهم في خفض النواتج غير المرغوبة وتحويل تلك النواتج إلى مدخلات (إعادة تدوير) أو منتجات ثانوية جديدة لغرض الحد من النفايات. واكد (Kluczek, 1, 2017) ان التصنيع الاخضر هو جهود محددة تسهم في تعزيز استدامة التصنيع والاستهلاك الفعال للموارد، والحفاظ على الطاقة، والتقليل من الأثار البيئية، وتحسين نظم إدارة النفايات. واطاف (Kumar et al., 2017, 300) بأنه طريقة التصنيع التي تقلل من النفايات والتلوث اذ يعد نظاماً متكاملأ يهدف إلى القضاء على النفايات بشكل منهجي ومستمر وذلك عن طريق مجموعة من الممارسات

المختلفة والاستراتيجيات والتقنيات الخضراء لجعل النظام صديقاً للبيئة بصورة أكبر. **اتساقاً مع ما تقدم يرى الباحثين أن مفهوم التصنيع الأخضر هو مجموعة من الخطوات والعمليات المتجانسة والمنسقة التي تهدف الى القضاء على التلوث بشكل منهجي ومتسلسل عن طريق تحديد المصادر المحتملة للتلوث وتحييدها والتخلص منها باستعمال مجموعة من الاستراتيجيات الخضراء الجديدة والمبتكرة التي تجعل النظام الصناعي أكثر اماناً بالنسبة للبيئة اذ يتم استعمال الموارد بطريقة أكثر عقلانية. فضلاً عن المحافظة على مصادر الطاقة والاعتماد على مصادر الطاقة المتجددة.**

ثانياً- متطلبات التصنيع الأخضر

تباينت وجهات النظر المقدمة عن متطلبات التصنيع الأخضر من حيث تأكيدها على بعض المتطلبات دون الأخرى وذلك لكون الكُتاب اختلفوا في تناول المتطلبات كلاً حسب دراسته واهمية كل متطلبات في كل شركة دون الأخرى، إلا ان اغلب الكتاب ومنهم (Kumar et al., 2015, 265) (Kumar and Wathisri, 2016, 65) (Aleeswri et al., 2016, 4) قد اتفقوا على ان مطلب التصنيع الأخضر تتمثل بـ: (مطلب منع التلوث، مطلب ادارة النفايات، مطلب التصميم الاخضر، مطلب الهندسة الخضراء، مطلب الطاقة الخضراء) **والاتي ايضاح مختصر لكل مطلب من متطلبات الشراء الاخضر:**

- أ. **مطلب منع التلوث:** يرى (Ahmad and Mashhood, 2011, 5) بأن مفهوم منع التلوث هو مصطلح يصف الأنشطة التي تعمل على تقليل كمية التلوث الناتجة عن عملية ما.
- ب. **مطلب ادارة النفايات:** أشار (Selin, 2013, 7) الى أن إدارة النفايات هي كيفية التعامل مع القمامة المتولدة نتيجة العمليات التشغيلية اذ يمكن للشركة اما رميها أو الحفاظ عليها والتي يمكن إعادة استعمالها في وقت لاحق وأحراقها أيضاً لتلك التي ليست هناك حاجة لها مرة أخرى والتي تمثل خطر على البيئة ان استمرت على حالتها الكيميائية نفسها.
- ت. **مطلب التصميم الاخضر:** أشار (Peker and Kasap, 2011, 101) الى أن مفهوم التصميم الاخضر هو العملية التي يتم من خلالها التصميم بطريقة فعالة اذ يتم ضمان الكفاءة في استعمال الطاقة اثناء الانتاج وفي مرحلة الاستعمال فضلاً عن استعمال الموارد المتجددة اضافة الى ذلك يتطلب هذا التصميم الحد الأدنى من استعمال المواد الخطرة ويمكن بسهولة التخلص من المنتج والمساهمة في التخطيط والتصميم لإعادة التدوير.
- ث. **مطلب الطاقة الخضراء:** اوضح (Erinstickley, 2013, 8) بأن الطاقة الخضراء هي ذلك النوع من الطاقة التي يمكن استعمالها بشكل مستمر دون ان تنضب او نفاذ منبعها اذ ان هذه الطاقة تكرر وجودها في الطبيعة على نحو متكرر ودوري مثال على ذلك الاستفادة من طاقة الرياح والطاقة الشمسية وحرارة باطن الارض من أجل العيش المستدام واستعمال والموارد الطبيعية بصورة ممتازة أي يتم استعمال واستهلاك الطاقة دون الأضرار البيئية العالمية.
- ج. **مطلب الهندسة الخضراء:** أوضح (Ahmad & Mahmoud, 2013, 56) بأن مفهوم الهندسة الخضراء هو تطبيق النظريات العلمية لتصميم وتطوير الحلول التقنية التي تسهم في الحفاظ على البيئة مع التركيز على إدارة النفايات الخطرة ومعالجة مياه الصرف الصحي وتلوث الهواء ومراقبته وإدارة النفايات الصلبة وتلوث المياه الجوفية مما يؤدي الى تقليل التحدي الكمي للأثار البيئية للمنتجات والعمليات والنظم .

المبحث الثالث- الجانب الميداني

ويتضمن هذا المبحث المحاور الآتية:

أولاً- وصف الشركة قيد البحث ومبررات اختيارها

تم اختيار الشركة الوطنية لصناعات الاثاث المنزلي /الموصل لتطبيق الجانب الميداني من الدراسة وتمثل مجتمع الدراسة بالعاملين في الشركة قيد البحث، أما عينة الدراسة فقد تم اختيار عينة قصدية تمثلت بالمدراء بمختلف المستويات الادارية للشركة قيد البحث وهي عينة ممن لديهم الخبرة والدراية وعلى علم بنشاط الشركة ومهامها ضماناً لتحقيق الافادة من المعلومات الدقيقة والمفيدة المقدمة عنهم، فضلاً عن أن طبيعة البحث تتطلب قدراً مناسباً من الفهم والإدراك في التعامل مع فقرات الاستبانة، وقد جاء اختيار ميدان الدراسة الحالية في ضوء المبررات الآتية:

١. تتوافر لدى الشركة إمكانات فنية وبشرية جيدة .

٢. استمرار هذه الشركة في إنتاجها على الرغم من صعوبة الظروف التي يمر بها البلد.

موجز تاريخي للشركة قيد البحث: الشركة الوطنية لصناعات الاثاث المنزلي /الموصل

تأسست الشركة سنة (١٩٨٦) باسم (الشركة الوطنية لصناعات الاثاث المنزلي /الموصل) متخصصه بصناعة الاثاث المنزلي والمكتبي المتنوع وتتكون من مجموعة من المنشآت المتمثلة بالادارة العامة ومعملين منفصلين المعمل الاول مختص بصناعة الاثاث المسطح (غرف النوم، الدواليب، الاسرة، بوفيات) والمعمل الثاني يختص بصناعة الخشب الصلب (الكراسي، مناضد الطعام، اطخم الجلوس، الطبلات) .

ثالثاً- وصف الافراد المبحوثين

قام الباحثين بتوزيع (٧٠) استمارة على الأفراد المبحوثين في مواقع عملهم في الشركة قيد البحث وتم الحصول على (٦٧) استمارة، أي بلغت نسبة الاستجابة (95.71%) واستبعدت استمارتين لعدم اكتمال الاجابة عليهما ويوضح الجدول الآتي تفاصيل توزيع هذه الاستثمارات.

الجدول ١

عدد الاستثمارات الموزعة والمستلمة ونسبة الاستجابة

| عدد الاستثمارات الموزعة | عدد الاستثمارات المستلمة | نسبة الاستجابة | عدد الاستثمارات المستبعدة | عدد الاستثمارات الصالحة | نسبة الاستجابة |
|-------------------------|--------------------------|----------------|---------------------------|-------------------------|----------------|
| 70 | 67 | % 95.71 | 2 | 65 | % 92.85 |

والجدول ٢ يوضح خصائص الأفراد المبحوثين في الشركة قيد الدراسة وعلى النحو الآتي:

الجدول ٢

خصائص الأفراد المبحوثين في الشركة قيد البحث

| التحصيل الدراسي | | | | | | | | | |
|-----------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|------------|------|---------|------|
| إعدادية | | دبلوم فني | | بكالوريوس | | دبلوم عالي | | ماجستير | |
| العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % |
| 10 | 15.38 | 19 | 29.23 | 33 | 50.76 | 2 | 3.07 | 1 | 1.53 |

| سنوات الخدمة في الشركة | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------|---------|-------|----------------|-------|---------|------|-------------------|------|--------|------|-------|------|
| ٣١ فأكثر | | ٣٠ - ٢٦ | | ٢٥ - ٢١ | | ٢٠ - ١٦ | | ١٥ - ١١ | | ١٠ - ٦ | | ٥ - ١ | |
| العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % |
| 10 | 15.3 | 9 | 13.8 | 11 | 16.9 | 10 | 15.3 | 15 | 23.1 | 7 | 10.7 | 3 | 4.61 |
| المنصب الوظيفي | | | | | | | | | | | | | |
| الإدارة العليا | | | | الإدارة الوسطى | | | | الإدارة التنفيذية | | | | | |
| العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % | العدد | % |
| ١٥ | ٢٣,٠٧ | ٢٢ | ٣٣,٨٥ | ٢٨ | ٤٣,٠٩ | | | | | | | | |

الجدول من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الاستبانة.

١. **التحصيل الدراسي:** يتبين من الجدول ٢ أن نسبة حاملي شهادة البكالوريوس تتقدم على باقي النسب الأخر في الشركة إذ بلغت (50.76%) وهي أعلى نسبة، في حين بلغت نسبة الحاصلين على شهادة الدبلوم الفني (29.23%) من الأفراد عينة الدراسة، فيما شكّلت نسبة حاملي الشهادات العليا الماجستير والدبلوم العالي (1.53%)، وبلغت نسبة الحاصلين على شهادة الإعدادية (15.38%) فقط.

٢. **سنوات الخدمة في الشركة:** يتبين الجدول ٢ أن غالبية الأفراد المبحوثين تتراوح خدمتهم في الشركة بين (٢٥-٢١) إذ بلغت نسبتهم (23.1%) وهي أعلى نسبة من بين النسب الأخر، وتليها نسبة الأفراد الذين يمتلكون خدمة من (11-15) فقد بلغت (16.9%)، في حين بلغت نسبة الأفراد الذين يمتلكون خدمة من (16-20) و(1-5) (15.3%)، وبلغت نسبة الأفراد الذين يمتلكون خدمة من (6-11) (١٣,٨) أما الذين يتراوح اعمارهم (٢٦-٣٠) فبلغت نسبتهم (١٠,٧).

٣. **المنصب الوظيفي:** يظهر من الجدول ٢ المركز الوظيفي للأفراد المبحوثين إذ تبين ان الإدارة العليا للمنظمات تمثل (٢٣,٠٧) بينما شكّلت الإدارة الوسطى والدنيا شكّلت (٧٦,٩٤) من اجمالي الافراد المبحوثين ويدل مؤشر المركز الوظيفي للأفراد المبحوثين على انهم كانوا من مختلف المستويات الادارية وهذا مؤشر حسن يشير الى عدم حصر الاستبانة بمستوى اداري دون اخر اذ تم الحصول على اراء من مختلف المستويات الادارية.

رابعاً- علاقة الارتباط بين استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث

بهدف تحديد علاقة الارتباط بين استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث، خصص هذا المحور للتحقيق من إمكان قبول او رفض الفرضية الرئيسية الاولى والفرضية المنبثقة منها وعلى النحو الآتي:

أ. **علاقة الارتباط بين استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة** ويبين الجدول ٣ علاقات الارتباط المتعلقة باختبار هذه الفرضية.

الجدول ٣

نتائج علاقة الارتباط بين استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث

| متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة | المتغير المعتمد | |
|-------------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | المتغير المستقل | المتغير المعتمد |
| ٠,٨٤٥* | متطلبات محتوى المنتج | استراتيجيات الشراء الأخضر |
| ٠,٦١٠* | ادارة المنتج | |
| ٠,٧٦٣* | الادارة البيئية | |
| ٠,٨٥٥* | استقصاء الموردين | |
| ٠,٨٥٦* | تعاون وتنمية الموردين | |
| ٠,٨٩٩* | المؤشر الكلي | |

N = 65

*P ≤ 0.05

يبين الجدول ٣ وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة، إذ بلغ المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (*0.899) وهذا دليل على قوة العلاقة بين المتغيرين، إذ تشير هذه النتيجة إلى أنه كلما زادت إدارة الشركة قيد البحث من إهتمامها بـ استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة أدى ذلك إلى تحقيق متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة. وبناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الأولى على مستوى الشركة قيد البحث. أما بصدد العلاقة بين كل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الأخضر المعتمدة في الدراسة ومتطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة على مستوى الشركة قيد البحث فقد تم توضيحها في الجدول ٣ وعلى النحو الآتي :

١. العلاقة بين استراتيجية متطلبات محتوى المنتج ومتطلبات التصنيع الأخضر: يُشير الجدول ٣ إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين استراتيجية متطلبات محتوى المنتج بوصفها متغيراً مستقلاً ومتطلبات التصنيع الأخضر بوصفها متغيراً معتمداً، إذ بلغت قيمة الارتباط (*0.845) عند مستوى معنوية (0.05). وتفسر هذه العلاقة أنه إذا قامت الشركة بتطبيق هذه الاستراتيجية سوف تسهم في تعزيز متطلبات الإنتاج الأخضر.
٢. العلاقة بين استراتيجية ادارة المنتج ومتطلبات التصنيع الأخضر: يُشير الجدول ٣ إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين استراتيجية ادارته المنتج ومتطلبات التصنيع الأخضر، إذ بلغت قيمة الارتباط (*0.610) عند مستوى معنوية (0.05). وتفسر هذه النتيجة انه كلما زاد اهتمام ادارة الشركة بـ استراتيجية ادارة المنتج من خلال مراقبة دورة حياته أدى ذلك إلى التحسين في تطبيق متطلبات التصنيع الأخضر.
٣. العلاقة بين استراتيجية الادارة البيئية ومتطلبات التصنيع الأخضر: يُشير الجدول ٣ إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين استراتيجية الادارة البيئية ومتطلبات التصنيع الأخضر، إذ بلغت قيمة الارتباط (*0.763) عند مستوى معنوية (0.05). وتفسر هذه العلاقة أنه كلما كان تنفيذ استراتيجية الادارة البيئية منتظماً أدى ذلك إلى التحسين في متطلبات التصنيع الأخضر.
٤. العلاقة بين استراتيجية استقصاء الموردين ومتطلبات التصنيع الأخضر: يُشير الجدول ٣ إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين استراتيجية استقصاء الموردين ومتطلبات التصنيع الأخضر، إذ بلغت قيمة الارتباط (*0.855) عند مستوى معنوية (0.05). وتعني هذه العلاقة أنه

كلما زاد اهتمام ادارة الشركة. استراتيجية استقصاء الموردين أدى ذلك إلى تحسين متطلبات التصنيع الأخضر.

٥. العلاقة بين استراتيجية التعاون وتنمية الموردين ومتطلبات التصنيع الأخضر: يُشير الجدول ٣ إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين استراتيجية التعاون وتنمية الموردين ومتطلبات التصنيع الأخضر، إذ بلغت قيمة الارتباط (0.856^*) عند مستوى معنوية (0.05). وتفسر هذه العلاقة ما كان لدى الشركة من القدرة على تدريب وتطوير قدرات الموردين ويُسهّم ذلك في جعل تطبيق متطلبات التصنيع الأخضر بصورة أسهل. واتساقاً مع ما تقدم تقبل الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى على مستوى الشركة قيد البحث. وعلية تقبل الفرضية الرئيسية الاولى والفرضية المنبثقة عنها على مستوى الشركة قيد البحث

خامساً- علاقة التأثير بين استراتيجيات الشراء الأخضر في متطلبات التصنيع الأخضر في الشركة قيد البحث

حسب الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لاستراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث" تم تحديد هذا التأثير وكما موضح في الجدول ٤ وعلى النحو الآتي:

الجدول ٤

تأثير استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث

| اختبار F | | R ² | استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة | | المتغير المستقل | |
|----------|----------|----------------|----------------------------------|-----------|-------------------------------|---------------------|
| الجدولية | المحسوبة | | β_1 | β_0 | المتغير المعتمد | قيم معاملات β |
| 4.001 | 154.7* | 0.711 | 0.787* (١٢,٤٣٨) | 0.843 | متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة | قيم معاملات β |

*P≤0.05

DF=(1, 63)

N=65

يتبين من الجدول ٤ الخاص بنتائج تحليل الانحدار وجود تأثير معنوي موجب لمتغيرات استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة بوصفها متغيرات مستقلة (تفسيرية) في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة بوصفها متغيرات معتمدة (مستجيبة). إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (154.7) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.001) عند درجتي حرية (1, 63) وبمستوى معنوية (0.05). وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.711) وهذا يعني أن (71.1%) من الاختلافات المفسرة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة تعود إلى تأثير استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها. ومن متابعة معامل (B_1)

البالغة (0.787) واختبار (T) لها تبين أن قيمة (T) المحسوبة (12.438^*) وهي قيمة معنوية واكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1, 63)

• قيمة (F) الجدولية (4.001) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1, 63).

• قيمة (t) الجدولية (1.671) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1, 63).

واتساقاً مع ما تقدم تقبل الفرضية الرئيسية الثانية على مستوى الشركة قيد البحث كما يعرض الجدول ٥ علاقة التأثير بين كل استراتيجيات من استراتيجيات الشراء الأخضر منفردة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة وحسب ما جاء في الفرضية الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية فيمكن الوقوف عليها من خلال الآتي:

الجدول ٥

تأثير كل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الأخضر في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة على مستوى الشركة قيد البحث

| استراتيجيات الشراء الأخضر | | | | | | | | | | المتغير المستقل | |
|---------------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|------------------|-----------|----------------------|-----------|---------------------|------------------------|
| التعاون وتنمية المورد | | استقصاء المورد | | ادارة المنتج | | الادارة البيئية | | متطلبات محتوى المنتج | | قيم معاملات β | متطلبات التصنيع الأخضر |
| β_5 | β_0 | β_4 | β_0 | β_3 | β_0 | β_2 | β_0 | β_1 | β_0 | | |
| 0.619 (10.466) | 0.797 | 0.617 (8.250) | 0.721 | 0.492 (6.072) | 0.608 | 0.507 (9.269) | 0.760 | 0.535 (6.533) | 0.636 | | |
| 0.635 | | 0.519 | | 0.369 | | 0.577 | | 0.404 | | R^2 | |
| 109.543* | | 68.068* | | *36.866 | | 85.920* | | 42.682* | | اختبار F | |

N=65 *P<0.05 DF=(5 , 60)

يُشير الجدول ٥ إلى وجود تأثير معنوي لاستراتيجيات الشراء الأخضر المتبناة في الدراسة وهي (متطلبات محتوى المنتج، ادارة المنتج، استقصاء الموردين، التعاون وتنمية الموردين، الإدارة البيئية) بوصفها متغيرات مستقلة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة بوصفها متغيراً معتمداً على مستوى الشركة قيد البحث، ومن خلال متابعة معاملات بيتا (β) وقيم معامل التحديد (R^2)، تبين أن أعلى تأثير لتلك الأنشطة يعود إلى استراتيجية التعاون وتنمية الموردين، يليها بالدرجة الثانية استراتيجية استقصاء الموردين، ثم جاء تأثير استراتيجية متطلبات محتوى المنتج بالدرجة الثالثة، فاستراتيجية الادارة البيئية بالدرجة الرابعة وأخيراً استراتيجية ادارة المنتج بالدرجة الخامسة. وفيما يأتي توضيح لتأثير كل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الأخضر المتبناة في الدراسة وفق الأولوية في تأثيرها في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة.

١. تأثير استراتيجية التعاون وتنمية الموردين في متطلبات التصنيع الأخضر: يُبين الجدول ٥ أن هناك تأثيراً معنوياً لاستراتيجية التعاون وتنمية الموردين بوصفه متغيراً مستقلاً في متطلبات التصنيع الأخضر بوصفها متغيراً معتمداً، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (*109.543) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.368) عند درجتي حرية (5 , 60) وضمن مستوى معنوية (0.05). وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.635) وهذا يعني أن (63.5%) من الاختلافات المفسرة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة تفسرها استراتيجية التعاون وتنمية الموردين، ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. وتبين أيضاً من خلال الجدول ومن متابعة معامل (B^5) البالغة (0.619) واختبار (T) لها تبين أن قيمة (T) المحسوبة (*10.466) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى معنوية

- (0.05) ودرجتي حرية (60 , 5). ونستنتج من هذا ان استراتيجية التعاون وتنمية الموردين لها قدرة في التأثير على متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة.
٢. تأثير استراتيجية استقصاء الموردين في متطلبات التصنيع الأخضر يُبين الجدول ٥ أن هناك تأثيراً معنوياً لاستراتيجية استقصاء الموردين بوصفها متغيراً مستقلاً في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة بوصفها متغيراً معتمداً، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (*68.068) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.368) عند درجتي حرية (60 , 5) وضمن مستوى معنوية (0.05). وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.519) وهذا يعني أن (51.9%) من الاختلافات المفسرة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة تفسرها استراتيجية استقصاء الموردين، ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. وتبين أيضاً من خلال الجدول ومن متابعة معامل (B^4) البالغة (0.617) واختبار (T) لها تبين أن قيمة (T) المحسوبة (*8.250) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (60 , 5). ونستنتج من هذا إمكانية استراتيجية استقصاء الموردين من التأثير في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة.
٣. تأثير استراتيجية متطلبات محتوى المنتج في متطلبات التصنيع الأخضر: يُظهر الجدول ٥ أن هناك تأثيراً معنوياً لاستراتيجية متطلبات محتوى المنتج بوصفها متغيراً مستقلاً في متطلبات التصنيع الأخضر كمتغير معتمد، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (٦٨٢, ٤٢*) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.368) عند درجتي حرية (60 , 5) وضمن مستوى معنوية (0.05). وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.404) وهذا يعني أن (40.4%) من الاختلافات المفسرة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة تفسرها استراتيجية متطلبات محتوى المنتج، ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن متابعة قيمة معامل (B_1) البالغة (0.535) واختبار (T) لها تبين أن قيمة (T) المحسوبة (*6.533) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (60 , 5)، ونستنتج من هذا إمكانية تأثير استراتيجية متطلبات محتوى المنتج في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة.
٤. تأثير استراتيجية الإدارة البيئية في متطلبات التصنيع الأخضر: يوضح الجدول ٥ أن هناك تأثيراً معنوياً لاستراتيجية الإدارة البيئية بوصفها متغيراً مستقلاً في متطلبات التصنيع الأخضر كمتغير معتمد، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (*85.920) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.368) عند درجتي حرية (60 , 5) وضمن مستوى معنوية (0.05). وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.577) وهذا يعني أن (57.7%) من الاختلافات المفسرة في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة تفسرها استراتيجية الإدارة البيئية، ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن متابعة قيمة معامل (B^2) والبالغة (0.507) واختبار (T) لها تبين أن قيمة (T) المحسوبة (*9.269) أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (60 , 5). ونستنتج من هذا إمكانية استراتيجية الإدارة البيئية بالتأثير في متطلبات التصنيع الأخضر مجتمعة.

٥. تأثير استراتيجية ادارة المنتج في متطلبات التصنيع الاخضر: يُبيّن الجدول ٥ أن هناك تأثيراً معنوياً لاستراتيجية ادارة المنتج بوصفها متغيراً مستقلاً في متطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة كمتغير معتمد، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة البالغة (*36.866) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.368) عند درجتي حرية (60 , 5) وضمن مستوى معنوية (0.05). وبلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.369) وهذا يعني أن (36.9%) من الاختلافات المفسرة في متطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة تفسرها استراتيجية ادارة المنتج، ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. وتبين أيضاً من خلال الجدول ومن متابعة معامل (B^3) البالغة (0.492) واختبار (T) لها أن قيمة (T) المحسوبة (*6.072) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.671) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (60 , 5). ونستنتج من هذا إمكانية تأثير استراتيجية ادارة المنتج في متطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة .

وبناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الثانية والفرضية الفرعية المنبثقة عنها على مستوى الشركة قيد البحث .

المبحث الرابع- الاستنتاجات والمقترحات

اولاً- الاستنتاجات

١. تحقق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة ومتطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث. وهذا يشير إلى أن زيادة اهتمام ادارة الشركة باستراتيجيات الشراء الأخضر سيسهم في تحقيق متطلبات التصنيع الاخضر.
٢. تحقق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين كل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الأخضر منفرداً ومتطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث، وهذا يدل على الدور الذي تنهض به هذه الاستراتيجيات في تحقيق متطلبات التصنيع الاخضر.
٣. تحقق وجود تأثير ذي دلالة معنوية لاستراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة في تحقيق متطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة في الشركة قيد البحث، وهذا يشير إلى إمكانية تأثير استراتيجيات الشراء الأخضر مجتمعة في تحقيق متطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة في هذه الشركة.
٤. تحقق وجود تأثير ذي دلالة معنوية بين كل استراتيجية من استراتيجيات الشراء الاخضر منفردة في متطلبات التصنيع الاخضر مجتمعة. وأن أعلى تأثير معنوي كان لاستراتيجية التعاون وتنمية الموردين في متطلبات التصنيع الاخضر بينما كان أقل تأثير معنوي لاستراتيجية ادارة المنتج.

ثانياً- المقترحات

المقترح الاول: زيادة إهتمام إدارة الشركة قيد البحث بمضامين الفكر الإداري في مجالات استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الاخضر ورضا الزبون وتعميقها لدى المديرين والعاملين لديها لما لذلك من إسهام في تعزيز قدرة الشركة في البقاء والنمو في عالم الأعمال.

آليات التنفيذ:

١. إنشاء مكتبة خاصة بالأبحاث والدراسات الإدارية في الشركة قيد البحث التي تهتم باستراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الاخضر ورضا الزبون وتزويدها بأدبيات إدارة الشراء

الأخضر والتصنيع الأخضر ورضا الزبون من كتب ومجلات ورسائل وأطاريح وأدلة إرشادية ويمكن تزويد مواقع العمل الميداني في هذه الشركة بالأساس منها.

٢. إعداد برنامج ثقافي سنوي متكامل عن أنشطة استراتيجيات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر ورضا الزبون على أن يتضمن هذا البرنامج مجموعة من المحاضرات والحلقات النقاشية مع إستضافة مجموعة من المتخصصين في مجالات إدارة الشراء وإدارة الانتاج والعمليات وإدارة التسويق في الجامعات والمعاهد العراقية كجامعة الموصل/كلية الإدارة والإقتصاد.

المقترح الثاني: توجيه أنظار إدارة الشركة قيد البحث لستراتيجيات الشراء **آليات التنفيذ:**

١. استراتيجية متطلبات محتوى المنتج: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. تحديد مواصفات المواد الداخلة بالعملية الانتاجية وكذلك مكونات الاجزاء التي يتكون منها المنتج.
 - ب. يجب ان تكون مواصفات اجزاء المنتجات والمواد الداخلة في تصنيعه صديقة للبيئة .
٢. استراتيجية الادارة البيئية: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. وضع حدود لتقليل التأثيرات البيئية لسياسات الشراء الأخضر ومتطلبات التصنيع الأخضر في الشركة قيد البحث والعمل على الالتزام بتلك الحدود.
 - ب. اجراء عمليات فحص دوريه وشاملة للمكائن والمعدات و اجراء عمليات التحسين والتطوير عليها بما يضمن تقليل التأثير البيئي السلبي لها الى الحد الادنى.
٣. استراتيجية إدراء المنتج: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. التخلص من النمط القديم في ادارة الشركة بما يحقق اقصى افادة من موارد الشركة.
 - ب. القضاء على الازدواجية في العمل وتحسين عملية التخطيط والسيطرة على العمليات والعمل على تحديد وتوضيح الادوار والمسؤوليات في الاقسام الانتاجية.
٤. استراتيجية التعاون وتنمية الموردين: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. ادخال العاملين في دورات تدريبية لتعزيز كفاءة الموردين وخبرتهم.
 - ب. تبادل المعارف والخبرات بين الشركة والموردين.
٥. استراتيجية استقصاء الموردين: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. القيام بزيارة موقع عمل المورد للاطلاع على العمليات التي يقوم بها.
 - ب. وضع الموردين الذين لا يلتزمون بالشروط والمعايير الموضوعه من الشركة في القائمة السوداء وعدم التعاقد معهم مرة اخرى.

المقترح الثالث: زيادة إهتمام إدارة الشركة قيد البحث بمتطلبات التصنيع الأخضر . **آليات التنفيذ:**

١. **متطلب منع التلوث:** على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. توفير المقاييس المناسبة التي يمكن من خلالها قياس مستوى التلوث الناتج نتيجة العمليات التي تقوم بها الشركة .
 - ب. العمل على عدم استعمال المواد الملوثة للبيئة اذ يتم استبدالها بمواد صديقة للبيئة عن طريق التعاقد مع الموردين لتوريد المواد على وفق المعايير البيئية الموضوعه.

٢. متطلب ادارة النفايات: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. العمل على جمع النفايات والنواتج العرضية نتيجة العمليات الانتاجية والعمل على الافادة منها مرة اخرى في انتاج منتجات جديدة .
 - ب. استعمال اساليب حديثة في عمليات الانتاج التي تؤدي الى تقليل النفايات وتقليل العوادم الناتجة نتيجة العمليات الصناعية.
٣. متطلب التصميم الاخضر: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. العمل على ان تكون مكونات المنتج والاجزاء الداخلة في انتاجه صديقة للبيئة .
 - ب. تسهيل عمليات الانتاج والعمل على تقليل والتخلص من الفقرات والعمليات الزائدة والتخلص منها التي لا تعطي قيمة كبيرة للمنتج.
٤. متطلب الطاقة الخضراء: على إدارة الشركة قيد الدراسة اعتماد الآتي:
 - أ. التحول من استعمال مصادر الطاقة التقليدية الى مصادر الطاقة الخضراء.
 - ب. العمل على تقليل الهدر بالطاقة عن طريق استعمال مكائن ومعدات حديثة.
٥. متطلب الهندسة الخضراء: على إدارة الشركة قيد البحث اعتماد الآتي:
 - أ. تسهيل تنفيذ العمليات عن طريق تبسيط إجراءات العمل.
 - ب. وضع بدائل للمواد والأجزاء الداخلة في صنع المنتج اذ تسهم في تقليل التوقعات مما يقلل الهدر.

المصادر

اولاً- المصادر باللغة العربية

١. العبادي، شهلة سالم خليل، ٢٠١٣، إمكانية تبني أنشطة إدارة سلسلة التوريد الخضراء GSCM وأثرها في الإستدامة البيئية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الموصل.
٢. الطويل، أكرم أحمد والكيكي، غانم محمود، ٢٠١٤، إمكانية تبني الشراء الاخضر بالاعتماد على إستراتيجياته دراسة إستطلاعية في شركة الحكماء لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية/ نينوى، مجلة تنمية الرافدين، المجلد (٣٦)، العدد (١١٥)، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة الموصل.

ثانياً- المصادر باللغة الاجنبية

1. Sarumathi, S.,2014, Green Purchase Behavior–A Conceptual Framework of Socially Conscious Consumer Behavior , Global Journal of Finance and Management, Volume 6, Number 8.
2. Mei ,Ooi Jen, Ling, Kwek Choon , Hooi,Keoy Kay, 2012, The Antecedents of Green Purchase Intention among Malaysian Consumers, International Conference on Economics, Business Innovation IPEDR, IACSIT Press, Singapore, Vol.38.
3. Kim, Yeonshin ,2011, Understanding Green Purchase: The Influence of Collectivism, Personal Values and Environmental Attitudes, and the Moderating Effect of Perceived Consumer Effectiveness, Seoul Journal of Business Volume 17, Number 1.
4. Khalid, Iman , Zainuddin, Yuserrie ,2011, The Impact of Media Exposure on Intention to Purchase Green Electronic Products amongst Lecturers, International Journal of Business and Management, Vol. 6, No. 3.

5. Momanyi, Nyakundi bonface ,2013,adoption of green manufacturing practices by food processing firms in mombasa county kenya. Master's Thesis, Business administartion (mba), school of Business, university of Nairobi.
6. Contreras, Carolina Hallam ,Cory R.A,2016, The Interrelation of Lean and Green Manufacturing Practices: A Case of Push or Pull in Implementation, Technology Management for Social Innovation, Volume 16 , Number 2.
7. Moldavska , Anastasiia ,Welo Torgeir,2017, The concept of sustainable manufacturing and its definitions.
8. Zakaria ,Nur Syuhada binti, Hasan,Sulaiman bin Haji ,2017, Green Manufacturing Practices (GMP) Framework For Local Small and Medium Enterprises (SME) In Johor, Malaysia: A Review On Enablers And Barriers and Preliminary Findings on Critical Factors, Nur Syuhada binti Zakaria et al. / International Journal of Engineering and Technology, Vol 8 No.
9. Moore Christopher, Fernie Suzanne, Fernie John, 2013, Principles of Retailing,edinburch business school, heriot watt university RE-A1-engb 2/2013 (1031).
10. Nizam, Nurul Zarirah, Rajiani, Ismi , Mansor, Nusaibah, Siti Yahaya Norbaya ,2014, Understanding Green Purchasing Behavior among Gen Y in Malaysia by Examining the Factors Influenced, interdisciplinary journal of contemporary research in business Institute of Interdisciplinary Business Research181 ,Vol 6, no 2.
11. Chen, Yu-shan, lee ,yu-i ,lin, ching-ying, lai, pi-yu ,2016,the negative impact of greenwash on green purchase intention, International Journal of Management and Applied Science, ISSN: 2394-7926 Volume-2, Issue-2.
12. ZHENG, Shi-li ,LV,Ye-qing, WANG, Shao-na, DU ,Hao, ZHANG, Yi,2013, Application of METSIM in Process Design of the Cleaner Chromate Production Using Sub-molten Salt, ASTL, Vol.No 4.
13. Kosgei, David Kipkoech Chepkoech, Zurah Muhammed Chenuos, Nehemiah Kosgei ,2015, Green Procurement Strategies As Determinants Of Financial Performance: Evidence From Small And Medium Enterprises In Uasin-Gishu County, Kenya, International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research Vol.3,No.2.
14. Vaughan, Margaret•Noble, David , Andrew• Forrest,2013,Leading global excellence in procurement and supply, Ethical and Sustainable Procurement, © CIPS.
15. Zuzana ,Wroblowská, 2016, Requirements for Brand Managers and Product Managers Responsible for Competitiveness of Product and Brands, Journal of Competitiveness, Vol. 8, Issue 3.
16. Jawahar •Pandian,G Satish,N , Nachiappan,SP,2013, Questionnaire for the development of Environmental Regulation Management System for Indian Manufacturing Industries, G Satish Pandian et al./ Elixir Mgmt, Vol 56,No 1 .
17. Potter,Antony,Lawson,Benn,Krause, Daniel, 2015, ImprovingSupplier New Product Development Performance: The Role of Supplier Development, prod innov manag,Vol 32, No 5.
18. Moldavska , Anastasiia ,Welo Torgeir,2017, The concept of sustainable manufacturing and its definitions.

19. Kluczek ,Aldona ,2017, Quick Green Scan: A Methodology for Improving Green Performance in Terms of Manufacturing Processes, Sustainability , Vol 9, No 88.
20. Kumar S, Smith SR, Fowler, G, Veli0s C, Kumar SJ, Arya S, R, Kumar R, Cheeseman C, 2017, Challenges and opportunities associated with green management in India. R. Soc. Open Sci., Vol 4, No 3.
21. Kumar ,Jaipal, Sayeed, Saima, Ahmad, Shahzad, Mittal, Atishey, 2015, International Journal Of Engineering Sciences & Research Technology, IJESRT, Vol 4, No 6.
22. Kumar ,Darapu, Wathisri ,Satish., 2016, Green Manufacturing Technologies , the 6th conference of G Manufacturing, India .
23. Aleeswari, Martin ,Nivetha, Rani, Kaliga, 2016, A Study on Degree of Importance of Green Manufacturing Elements in Production Sectors using Statistical Approach, Middle-East Journal of Scientific Research , Vol, 24 , No 4.
24. Ahmad Khan, Mashhood and Ghouri, Arsalan, 2011, Environmental Pollution: Its Effects on Life and Its Remedies. J. Arts, Sci. Comm, Vol.– II, Issue 2.
25. Selin, Emma, 2013, Solid waste management and health effects - A qualitative study on awareness of risks and environmentally significant behavior in Mutomo, Kenya, Degree Thesis in Environmental and Health Protection 15 ECTS.
26. Peker ,Coskun, Kasapa ,Gulay, Deniz, 2011, Çevreci Bir Yaklaşım: Yeşil Tasarım, Business and Economics Research Journal Volume 2 . Number 2.
27. Erinstickley , 2013, A Final Recap – Green Energy: What is it, where does it come from, and why should we use it?, Green Energy, <https://erinstickley.wordpress.com/2013/11/19/gonzaga-oleary-lecture-with-dr-peter-kareiva/>.
28. Ahmad, Intiaz, Mahmoud ,Sara , 2013, A Green Model for Sustainable Software Engineering , International Journal of Software , Engineering and Its Applications Vol. 7, No. 4.