

THE ACTIVITIES OF GREEN LOGISTICS MANAGEMENT AND THEIR IMPACT ON COMPETITIVE ADVANTAGES: AN EXPLORATORY STUDY OF THE OPINIONS OF MANAGERS IN THE STATE COMPANY FOR ELECTRICAL AND ELECTRONIC INDUSTRIES/BAGHDAD

Akram Ahmad Altaweel ¹ , Balsam Saad Ismail ² , Ali Mohammed Khalel Al-Shawaf ³

akramahmadaltaweel@uruk.edu.iq

^{1,2,3} Management Department, College of Business and Economics, Uruk University. Baghdad. Iraq.

Abstract The current research aims to determine the correlation and impact relationship between the activities of green logistics management and the competitive advantages in the State Company for Electrical and Electronic Industries in Baghdad. State Company for Electrical and Electronic Industries. The researchers prepared a hypothetical chart that includes the research variables and formulating hypotheses and sub-hypotheses Statistical methods and the questionnaire was used as the tool for collecting data and information from the members of the research sample and the research limitation which dealt with the relationship and influence between these variables in the Iraqi environment within the limits of the researchers' acquaintance. Their current research included these variables in a modest attempt to determine the relationship and the impact between them. The research reached a set of conclusions, the most important is the existence of a significant correlation and impact relationship between the activities of the Green Logistics and the competitive priorities in the company. In light of this, the researchers presented a number of recommendations compatible with these conclusions.

 Crossref  [10.36371/port.2022.2.1](https://doi.org/10.36371/port.2022.2.1)

Keywords: Green Logistics Management Activities Competitive Advantages



انشطة ادارة اللوجستيك الاخضر وتأثيرها في الاسبقيات التنافسية: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية /بغداد

أكرم احمد الطويل، بلسم سعد إسماعيل علي محمد خليل الشواف

^{3, 2, 1} قسم ادارة الاعمال، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة اوروك، بغداد، العراق

الخلاصة:

يهدف البحث الحالي الى تحديد علاقة الارتباط والتأثير بين انشطة ادارة اللوجستيك الاخضر والمزايا التنافسية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية في بغداد ولتحقيق ذلك قام الباحثون بأعداد مخطط افتراضي يتضمن متغيرات البحث، فضلاً عن صياغة عدد من الفرضيات الرئيسية والفرعية واختبرت من خلال عدد من الاساليب الاحصائية، واستعملت استمارة الاستبانة كأداة وحيدة لجمع البيانات والمعلومات من افراد عينة البحث لمحدودية الابحاث التي تناولت العلاقة والتأثير بين هذه المتغيرات في البيئة العراقية في حدود اطلاع الباحثين، فقد تضمن بحثهم الحالي هذه المتغيرات في محاولة متواضعة لتحديد العلاقة والتأثير بينهما ، وبشكل عام حاول الباحثون خلال هذا البحث الاجابة على التساؤل الاتي :ما طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر والمزايا التنافسية في الشركة المبحوثة؟ وقد توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها تحقق وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية بين أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر والاسبقيات التنافسية في الشركة المبحوثة. وفي ضوء ذلك قدم الباحثون عدد من التوصيات المنسجمة مع تلك الاستنتاجات.

الكلمات الدالة: الفضاء الحضري أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر، المزايا التنافسية.

المقدمة

قبل المدراء في الشركات بعامة والصناعية بخاصة، ونظرا لقلّة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في العراق فقد وجدنا من المناسب تناول هذه المتغيرات من وجهة نظر المدراء في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والإلكترونية / بغداد.

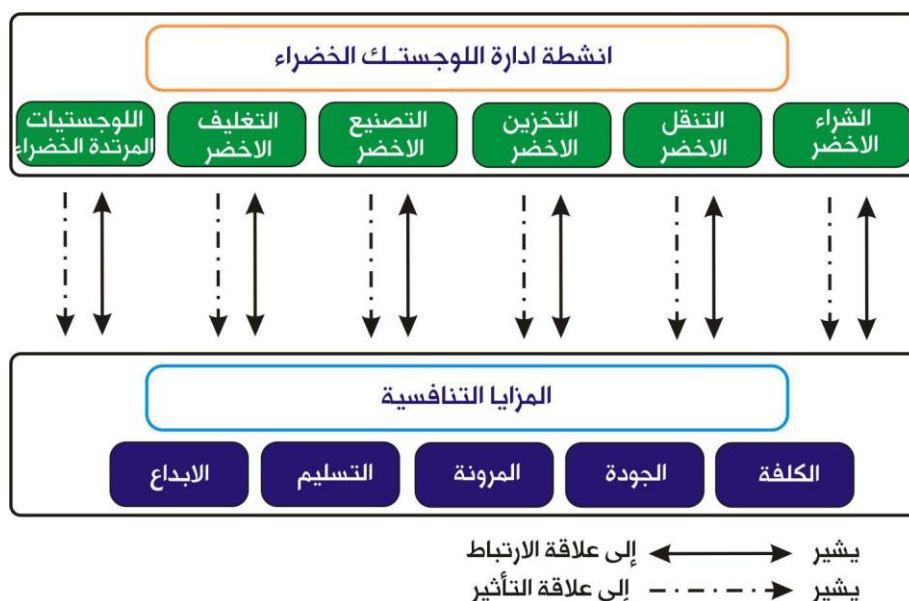
اذ قام الباحثون بدراسة استطلاعية أولية في الشركة المبحوثة للفترة من 2020/12/17 ولغاية 2021/2/15 واجراء مقابلات مع عدد من المدراء فيها، وقد تبين لنا محدودية معرفتهم بطبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الخضراء والمزايا التنافسية مما حفز ذلك الباحثين على تناول هذا الموضوع. وبشكل عام يمكن التعرف على مشكلة البحث من خلال طرح التساؤل الاتي
ما طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر والمزايا التنافسية في الشركة المبحوثة؟

• اهداف البحث:

- (1) زيادة المعرفة لدى المدراء والعاملين في الشركة المبحوثة حول أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر والمزايا التنافسية.
- (2) تحديد طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر والمزايا التنافسية في الشركة المبحوثة.

• مخطط البحث الافتراضي:

يعكس الشكل (1) مخطط البحث الافتراضي



شكل رقم (1) مخطط البحث الافتراضي

يهدف البحث الحالي الى بناء أطار فكري وميداني لتأثير أنشطة ادارة اللوجستك الاخضر والمتمثلة ب (الشراء الاخضر، النقل الاخضر، التخزين الاخضر، التصنيع الاخضر، التعبئة الخضراء والتغليف الاخضر واللوجستيات الخضراء) في ابعاد المزايا التنافسية والمتمثلة ب (الكلفة، الجودة، المرونة، التسليم والابداع).

ويكتسب الموضوع اهمية كبيرة لما له من دور جوهري في تحديد الاتجاه العام لأنشطة الشركة المبحوثة. ونظرا لقلّة الدراسات المحلية المتعلقة بأنشطة ادارة اللوجستك الاخضر وتأثيرها في ابعاد المزايا التنافسية – في حدود اطلاع الباحثين الامر الذي تطلب تناول هذين المتغيرين ضمن إطار شمولي. وقد تضمن البحث المباحث الآتية:

المبحث الاول: منهجية البحث، المبحث الثاني: الجانب النظري،
المبحث الثالث: الجانب الميداني، المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات. المبحث الاول: منهجية البحث يتضمن هذا المبحث المحاور الآتية:

• مشكلة البحث:

تعد أنشطة إدارة اللوجستك والمزايا التنافسية من الموضوعات الحديثة نسبيا والتي حظيت باهتمام متزايد من قبل الكتاب في مجال إدارة اللوجستك وإدارة الانتاج والعمليات من جهة ومن

2) استمارة الاستبانة: اعتمد الباحثون على استمارة الاستبانة كأداة رئيسة للحصول على البيانات والمعلومات المتعلقة بالجانب الميداني للبحث، وقد تم اعداد العبارات الخاصة بأنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر بالاعتماد على دراسات واءاء بعض الكتاب ومنهم [1] [2] [3].

وقد تم اعداد العبارات المتعلقة بالمزايا التنافسية على اراء ودراسات بعض الكتاب ومنهم [4] [5] [6] [7] [2].

• الوسائل الاحصائية المستعملة

استعملت مجموعة من الوسائل الاحصائية في وصف الافراد المبحوثين وتحديد علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث بهدف استخلاص النتائج باستعمال الحاسوب من خلال البرنامج الاحصائي spss (التكرارات والنسب المئوية، معامل الارتباط البسيط والمتعدد، معامل التحديد 2R، الانحدار الخطي البسيط والمتعدد، اختبار F، واختبار T

تاسعا: اختبار ثبات الاستبانة: بهدف التعرف على مدى صلاحية المقياس وثبات الاستبانة ثم استعمال مقياس (Alpha-Cronback) وقد بلغت قيمة معامل المقياس المذكور (0.895) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوية (0.05) تشير هذه النتيجة الى قوة ثبات الاستبانة المستعملة [8].

المبحث الثاني: الجانب النظري

المحور الاول: أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر

يتضمن هذا المحور الفقرات الاتية:

اولا: مفهوم اللوجستيك الاخضر

اشار [9] الى ان مفهوم اللوجستيك الاخضر يتضمن الانشطة التي تهدف الى خفض الاثار البيئية من خلال ادخال ادارة بيئية فاعلة للتدفق الامامي والعكسي للمنتجات التي تنتجها منظمة ما.

واكد [10] على انه اللوجستيك الاخضر هو عملية منهجية ومستدامة لتخفيض استهلاك الموارد والانبعاثات الناجمة عن

• فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية الاولى:-

الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط معنوية بين أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر مجتمعة والمزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة. وانبثقت منها الفرضية الفرعية الاتية: توجد علاقة ارتباط معنوية بين كل نشاط من أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر منفردا والمزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة.

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير معنوي لأنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر مجتمعة في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة، وانبثقت منها الفرضية الفرعية الاتية: يوجد تأثير معنوي لكل نشاط من أنشطة اللوجستيك الاخضر منفردا في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة.

• منهج البحث

اعتمد الباحثون على المنهجين الوصفي والتحليلي في وصف مجتمع وعينة البحث، فضلا عن دراسة وتحليل علاقة الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث وصولا الى الاستنتاجات وتقديم التوصيات.

• حدود البحث

1) الحدود المكانية: اقتصر البحث على الشركة العامة للصناعات الكهربائية والالكترونية / بغداد بسبب تعاون ادارة هذه الشركة العامة مع الباحثين.

2) الحدود الزمانية: حددت مدة البحث بمدة البدء بالبحث والمقابلات التي اجراها الباحثين، فضلا عن توزيع استمارة الاستبيان على الافراد المبحوثين واستلامها منهم ولحين انجاز البحث وهذه المدة استمرت من 2020/12/17 ولغاية 2021/2/15

• اساليب جمع البيانات والمعلومات

1) اعتمدت اساليب جمع البيانات والمعلومات على الاستفادة من عدد من المصادر العربية والاجنبية التي لها علاقة بموضوع البحث.

- (10) تقليص النفقات.
- (11) تطوير المفاهيم الانتاجية.
- (12) خفض المخاطر البيئية الى أدنى مستوى ممكن.
- (13) الحفاظ على الطبيعة من خلال انتاج منتجات خضراء تستهلك مواد اقل وتكون مستدامة بصنع والتخلص والاسترداد.
- (14) زيادة كفاءة سلسلة التجهيز.
- (15) تساعد المنظمة على الدخول الى اسواق جديدة.

ثالثاً: أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر

تباينت وجهات نظر الكتاب عن أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر من حيث تركيزها على عدد من الأنشطة دون اخرى [14] [15].

قد اتفق على ان أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر هي (الشراء الاخضر، النقل الاخضر، التخزين الاخضر، التصنيع الاخضر، التعبئة الخضراء، والتغليف الاخضر، واللوجستيات المرتدة الخضراء) وسوف نتناول كل نشاط من هذه الأنشطة باختصار وكالاتي:

(1) نشاط الشراء الاخضر: يشير نشاط الشراء الاخضر الى اتخاذ ادارة المنظمة لقرارات بيئية واعية خلال عملية الشراء، بدأ من اعداد التصاميم لكل من المنتجات والعمليات وصولاً الى التخلص من المنتجات، فضلاً عن عوامل الشراء الاخرى كالجودة والسعر والمكان والوقت [12] واكد [16] بأن الشراء الاخضر يعكس شراء منتجات صديقة للبيئة او منتجات مستدامة والتي تكون قابلة لإعادة التدوير ومفيدة للبيئة وتجنب المنتجات المضرة بالبيئة والمجتمع، ان الاسباب التي تدعو المنظمات لتبني ممارسات نشاط الشراء الأخضر [12]

- أ- الاستجابة لحاجات ورغبات الزبائن في الممارسات والمنتجات الصديقة للبيئة.
- ب- تميز المنظمة ومنتجاتها على المنافسين، وتبادل المعلومات والبحوث البيئية.

الأنشطة اللوجستية للمنظمة. وبين، [11] بأن ادارة اللوجستيك الاخضر تهتم بدراسة جميع الأنشطة المنفذة في المنظمة من اجل خفض التلوث الناجم عنها الى البيئة وبشكل خاص انبعاثات غازات الاحتباس الحراري والحوادث، فضلاً عن تقليل الضوضاء الناجمة عن الأنشطة اللوجستية.

واوضح [12] بأن الامدادات العكسية هي عملية تخطيط وتنفيذ ورقابة التدفق الفاعل والكفوء للمواد الاولية والمخزون تحت التشغيل والمنتج النهائي والمعلومات من نقطة الاستهلاك الى نقطة الاصل لغرض استرداد القيمة او التصرف السليم، التي تمثل مؤشرات الامدادات العكسية.

ثانياً: مزايا ادارة أنشطة اللوجستيك الاخضر:

تهتم ادارة أنشطة اللوجستيك الاخضر بخفض الاثار البيئية لجميع أنشطة المنظمة من مرحلة تجهيز المواد الخام الى مرحلة الاستهلاك النهائي وبشكل خاص النتائج في اعادة التدوير، واعادة الاستعمال الى مرحلة التخلص من النفقات [13] على ان مزايا ادارة أنشطة اللوجستيك الاخضر تتلخص بالنقاط الاتية:

- (1) خفض كلفة الأنشطة اللوجستية الخضراء.
- (2) تحسين مستوى المعيشة للمواطنين من خلال تنفيذ الأنشطة اللوجستية الخضراء.
- (3) تحسين صورة المنظمة من خلال تعزيز المسؤولية الاجتماعية لكل من المنظمات والزبائن للحصول على سمعة أفضل.
- (4) زيادة العائد على الاستثمار.
- (5) تحسين التدفق للأنشطة اللوجستية.
- (6) خفض المخاطر التي تترتب على المنظمة نتيجة القيام بأداء أنشطتها والمتمثلة بالالتزام البيئي.
- (7) تحسين العلاقات العامة بعدها جزء من جدول اعمال مسؤولية المنظمة.
- (8) اعتماد المنظمة للأنشطة اللوجستية الخضراء يساهم في خفض التلوث البيئي فضلاً عن تحسين بيئة الحياة للأفراد.
- (9) امتثال المنظمة للقوانين والتعليمات الحكومية المتعلقة بحماية البيئة من التلوث.

ت- السعي لتخفيض التكاليف.

- (2) نشاط النقل الأخضر: اوضح [17] بأن هذا النشاط يعكس نوع الوقود الذي يكون له اقل تأثير ممكن في التلوث البيئي والسعي نحو تخفيضه الى أدنى حد ممكن من خلال استخدام النقل المتعدد والتخصيص المتعدد، وبين [16] بأن نشاط النقل الأخضر يهدف الى خفض الاثر السلبي للنقل على البيئة الطبيعية وصحة الكائنات الحية بالمقارنة مع خدمات النقل التي تقدمها المنظمات المنافسة التي تخدم ذات الغرض. نشاط التخزين الأخضر: بموجب هذا النشاط يتم اعتماد الاتمة في عمليات التخزين للمواد الخام والنصف مصنعة والمنتجات تامة الصنع فضلا عن التركيز على اسلوب، الخزن المركزي لتقليل الانتشار الى المحيط من جهة وتقليل التأثير السلبي للتأثير على البيئة [18]
- (3) واكد [19] على ان ادارة التخزين الفعالة تسهم في خفض الهدر والضياع الى حد كبير. واوضح [20]، بأن ادارة نشاط التخزين الأخضر الاستفادة من تصميم المخازن واستراتيجية التخزين لخفض تكلفة اللوجستيات فضلا عن خفض تلوث البيئة تخفيض التكاليف، النجاح في تحقيق التكامل مع المجهزين ومشاركتهم في عملية اتخاذ القرارات التي تؤدي الى تحقيق الابداع البيئي [21]
- (4) نشاط التصنيع الأخضر: التصنيع الأخضر هو ممارسة المحافظة على المواد والطاقة ومنع استعمال المواد الخطرة وتقليل انتاج النفايات، ويكون طريقة فعالة لخفض الدمار اللاحق بالبيئة خلال عمليات التصنيع، وهو ايضا نهج متقدم يشمل مفاهيم دورة حياة المنتج، والوعي البيئي والادارة المستدامة [22].
- ووجد [23] بأن عمليات الابداع في المنتج الأخضر والتصنيع الأخضر ترتبطان بتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، اذ ان اتباع التصنيع الأخضر للمنتجات هو مفيد جدا في تحقيق الاعباء البيئية، فالتصنيع الأخضر هو نمط صناعي لتقليل الاثر البيئي للعمليات التصنيعية للمنتجات وتبني التصنيع الأخضر يساعد على تقليل النفايات [22] واوضح [24] بأن نشاط التصنيع الأخضر يهدف الى:

أ- تخفيض كلفة المواد الخام من خلال تقليل استعمال الطاقة واعادة استعمال النفايات المعاد تدويرها بدلا من شراء مواد جديدة للإنتاج.

ب- تقليل التأثيرات السلبية المصاحبة لعملية تصنيع المنتجات على البيئة والمجتمع وهذا يسهم في تحسين وضع المنظمة ومن ثم زيادة قدرتها التنافسية، تقوية العلاقات مع العاملين، تحسين العلاقة مع المجهزين [25].

(5) نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر: على ان نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر يشير الى التعبئة والتغليف التي تلبي اقتصاديا المتطلبات الوظيفية للمنتجات طوال دورة حياة حياتها دون ان تسبب بأي ضرر على البيئة الايكولوجية وصحة الانسان، اشار [26].

الى اهمية هذا النشاط الى اهمية التعبئة والتغليف الصديقة للبيئة والتي تعمل ضمن أنشطة ادارة اللوجستيات الأخضر وتسهم في توفير الكلف وتعزيز الميزة التنافسية للمنظمة والعمل على التحسين البيئي للتعبئة والتغليف من اجل استمرار العبوات والاغلفة [12]

(6) اللوجستيات العكسية الخضراء: ان من الاسباب التي دفعت المنظمات نحو نشاط اللوجستيات البيئية والتي بدأت تظهر في اوائل 1990 م عندما لاحظ الناس تكدرس المنتجات على الطريق، وفي ارضية الموانئ والمطارات، والبنية التحتية لابنية النقل، والانبعاثات من العربات اصبحت مصدر اساسي للتلوث وبعدها اطلق عليها باللوجستيات العكسية (المرتدة) وهي تعد المحتوى المهم في اللوجستيات الخضراء وكانت السبب في لفت الانتباه لمشكلة زيادة المنتجات عن حاجة الزبائن في العالم سواء كانت منتجات مستعملة او غير مستعملة والمنتجية دورة حياتها لأسباب عديدة [23].

(7) وبهذا الصدد فأن بناء نظام فعال للوجستيات العكسية الخضراء يتضمن الحلقات الاتية [23]

أ- اعادة تدوير المنتجات القديمة.

ب- نقل المنتجات المعاد تدويرها.

اتفق العديد من الكتاب على أن أبعاد المزايا التنافسية [33][18]
[32][34] على أن أبعاد المزايا التنافسية للمنظمة هي: الكلفة،
والجودة، والمرونة، والتسليم، الإبداع.

والآتي ايضاح مختصر لكل بُعد من أبعاد المزايا التنافسية:
بُعد الكلفة: يرى [35] أن الكلفة تُعد أداة مؤثرة في أداء المنظمة
ونموها والدخول بها إلى صراع المنافسة بهدف كسب حصة
سوقية، إلا أن اعتماد هذا البُعد بهدف تعظيم أداء المنظمة
واهمل الأبعاد الأخرى كالجودة وسرعة التسليم قد يشكل نقطة
مظلمة في حياة المنظمة وأدائها ومن ثم فقد تعكس العملية
سلباً على أداء المنظمة كما حدث للكثير من المنظمات الغربية
التي اهتمت بهذا الجانب وأهملت الأبعاد الأخرى مما أدى إلى
توقف العمليات وانسحابها من حلقة المنافسة بسبب ارتكازها
على بُعد واحد من هذه الأبعاد.

وأشار [36] إلى أن بُعد الكلفة يُعد بمثابة الركيزة الأساسية في
نجاح المنظمة من خلال تمكينها من الوقوف أمام المنظمات
المنافسة والدخول إلى أسواق جديدة وتوسيع حصتها السوقية،
فضلاً عن أن عدم اهتمام المنظمة بتخفيض تكاليفها قد يكون
السبب وراء تدهورها وانسحابها من الأسواق، وأن الكلفة تمثل
المبالغ النقدية التي تدفعها المنظمة من أجل حصولها على
عوامل الإنتاج الضرورية لتحقيق الأهداف التي قامت من أجلها
الشركة. ويبيّن [34] بأن كلفة العملية الإنتاجية تتوزع على
الجوانب الآتية: [37]

كلف القوى العاملة: هي المال المنفق على الأفراد العاملين في
المنظمة.

كلف المعدات والتقنيات والتسهيلات: هي المال المنفق على
الشراء والتشغيل واستبدال العمليات والمعدات والتسهيلات.

كلف المواد: هي المال المنفق على المواد المستهلكة أو المحولة
في عمليات الإنتاج تتمكن المنظمة من تخفيض التكاليف من
خلال الاستخدام الكفوء للطاقة الإنتاجية المتاحة، فضلاً عن
عملية تصميم المنتجات، ويعد ذلك من الأمور المهمة لخفض

ت- تصليح أو استرداد المنتجات المعاد تدويرها.

ث- المعالجة والتخلص من المنتجات المعاد تدويرها.

ج- بيع المنتجات المعاد تدويرها.

واوضح [28] بأن اللوجستيات العكسية الخضراء يستعمل
كمصطلح في اغلب الاحيان للإشارة الى دور اللوجستيات في
ارجاع المنتجات، وتخفيض الموارد، واعادة التدوير، واستبدال
المواد، واعادة استعمالها، والتخلص من النفايات واعادة
التصنيع والاصلاح، تعمل على تناقص استهلاك الموارد،
والسيطرة على المواد الخطرة، وتناقص استهلاك الطاقة من
خلال التكنولوجيا الكفوء وزيادة نسبة الطاقة الخضراء، ودمج
اشكال مختلفة من المواد المعاد استخدامها خلال عملية
التصنيع والتفكيك، والتجديد، واعادة التصنيع او اعادة
الاستخدام [16].

المحور الثاني: المزايا التنافسية

يتضمن هذا المحور الفقرات الآتية:

أولاً: مفهوم المزايا التنافسية:

أوضح [28] بأن المزايا التنافسية تشير إلى أن المنظمة تمتلك
ميزة فريدة أكثر من المنافسين، أن المزايا التنافسية التي يمكن
الحصول عليها من خلال ايجاد استراتيجيات هجومية إبداعية لا
يمكن للمنافسين أن يهددوها. المزايا التنافسية تهدف بشكل
أساسي إلى مقابلة حاجات ورغبات الزبائن. وأشار [31].

إلى أن المزايا التنافسية هي الأبعاد الحرجة التي يجب على
العملية أو سلسلة التوريد امتلاكها لإرضاء الزبائن الداخليين أو
الخارجيين سواء الآن أو في المستقبل. وبين [18].

بأن المزايا التنافسية تمثل الخصائص التي يمكن للمنظمة
التميز من خلالها، ومن ثم جعل المنظمة متميزة ومتمفردة عن
الآخرين، الأمر الذي ينعكس على زيادة الربحية وحصتها
السوقية.

ثانياً: أبعاد المزايا التنافسية:

سلاحاً تنافسياً للدخول إلى الأسواق العالمية . العديد من المنظمات تُعد الجودة هي من أهم أولوياتها وذلك لأن الزبائن يبحثون عن الجودة في المنتجات التي يشترونها. وبين [18] بأن الجودة تشير إلى القيمة التي ينبغي على المنظمات تقديمها للزبائن لقاء ما تتقاضاه منهم، ويتم ذلك من خلال الاستعمال الأفضل للموارد التي تمتلكها المنظمة وتحقيق الكفاءة والفاعلية في عمليات الإنتاج والتخزين والنقل والتوزيع من جهة، فضلاً عن ارتباط الجودة بمنظور الزبائن من جهة ثانية، وذلك لأنه يمثل الجهة التي تتولى مسؤولية الحكم على جودة المنتج ورداءته.

بُعد ميزة المرونة: تُعد قدرة المنظمات الصناعية على الاستجابة للتنوع أداة مهمة للتنافس إذ أصبحت المرونة سلاحاً تنافسياً، فهي تشمل القدرة على إنتاج مدى واسع من المنتجات وإدخال منتجات جديدة وتعديل المنتجات الحالية والاستجابة إلى حاجات الزبائن. ويرى [6] بأن نجاح المنظمة في الأسواق التنافسية يتطلب منها المرونة لتلبية الطلبات، لذا فإن المنظمات التي تعتمد المرونة كميزة تنافسية عليها تصنع منتجات مختلفة في خط التجميع نفسه وفي الوقت ذاته يمكنها مواجهة الطلبات المتغيرة، وتكون قادرة على البيع بربح وبأحجام قليلة. وأوضح [29] بأن ميزة المرونة تُعد أحد المراكز المهمة التي تعتمد عليها المنظمة في نجاح استراتيجياتها، إذ تتمثل بقدرة المنظمة على الاستجابة للتغيرات الحاصلة في السوق والتكيف السريع للانتقال من منتج إلى آخر وبالتالي عرض تشكيلة واسعة من المنتجات التي تلي حاجات الزبائن ورغباتهم. وأشار [31] بأن ميزة المرونة تتضمن التخصيص والتنوع ومرونة الحجم، وأن التخصيص هنا يعني إشباع الاحتياجات المتغيرة لكل زبون من خلال تغيير تصميمات الخدمة أو السلعة أما التنوع فيعني معالجة تشكيلة واسعة من السلع والخدمات بكفاءة لتلبية احتياجات ورغبات الزبائن. وتشير مرونة الحجم إلى تسريع أو تقليل سرعة معدل إنتاج السلع والخدمات للتعامل مع التقلبات الكبيرة في الطلب. وبين [42] بأن ميزة المرونة هي قدرة المنظمة على الاستجابة إلى تغييرات السوق وهذه التغييرات قد تكون على المنتج نفسه أو

التكاليف، فضلاً عن مساعدة المدراء في دعم استراتيجية المنظمة لجعلها قائدة في مجال خفض التكاليف [38]

وأشار [18] إلى إمكانية النظر إلى ميزة الكلفة بكونها تمثل الركيزة الأساسية في تفوق المنظمات والوسيلة التي تساعد في المحافظة على حصتها السوقية ونموها وذلك من خلال تخفيض معدلات التخزين، فضلاً عن استخدام الأساليب العلمية في عمليات إنتاج ونقل المنتجات وتوزيعها.

بُعد الجودة: أن الجودة المناسبة للمنتجات تسهم في تحقيق رضا زبائن المنظمة وتحسين سمعتها. وأشار [39] إلى بُعد ميزة الجودة يُعد أحد الأبعاد البالغة الأهمية في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الأسواق العالمية، إذ إنها لا تقتصر على الأنشطة الوظيفية والمستويات التنفيذية، وإنما تمتد لتشمل المجالات التخطيطية والتنفيذية كافة في المنظمة. وأكد [32] على أن ميزة الجودة تُعد أحد المزايا التي تستعملها المنظمة لمواجهة منافسيها، إذ تتمثل بمجموعة من الخصائص التي تختص بها المنتجات، فضلاً عن تخفيض نسب العيوب فيها وذلك لغرض تلبية متطلبات الزبائن ومن خلال بُعد ميزة الجودة يمكن لأية منظمة من الدخول إلى الأسواق العالمية. وبين [40] بأن الجودة هو مصطلح يستعمل من قبل الزبائن لوصف رضاهم عن المنتجات عموماً، ويتحقق ذلك الرضا للزبائن الداخليين والخارجيين عند تلبية أداء المنتجات توقعات الزبون والجودة مفهوم يمتلك أبعاداً متعددة في ذهن الزبون يتحدد رضاه من خلالها، وأوضح [31] أن بُعد ميزة الجودة يُعد أحد الأبعاد الجوهرية المهمة لأداء العمليات التي تتمكن المنظمات من خلاله تحقيق النجاح في أعمالها وذلك بالاعتماد على قدراتها في معرفة توقعات ورغبات وحاجات الزبائن وقابليتها على تضيق الفجوة بين توقعاتهم ورغباتهم وحاجاتهم وإمكانياتها العملياتية والمادية والشرية بما يلبي توقعاتهم ورغباتهم وحاجاتهم من خلال العمل الجاد والصحيح لتقليل الأخطاء أثناء العمليات الإنتاجية إلى أدنى مستوى ممكن ومن ثم تخفيض العيوب والوحدات المعيبة إلى أدنى مستوى ممكن وتقديم منتجات وفقاً للمواصفات المحددة من قبل المنظمة لإرضاء الزبائن ومن ثم استعمال بُعد ميزة الجودة بوصفها

متطلبات زبائنها في الوقت المحدد، فضلاً عن تحقيقها للعديد من المنافع التي تنعكس على تعزيز موقعها في السوق مقارنة بمنافسيها. بعد الإبداع: يرى [41] بأن المنظمات المتميزة في مجال عملها لا تكون جامدة ولكنها تستمر بالإبداع، حيث يحقق بعد الإبداع كأسبقيات تنافسية عدد من المزايا ومنها تلبية حاجات ورغبات الزبائن من المنتجات، وتحسين إنتاج المنظمة، وتحقيق الكفاءة والفاعلية في الأداء وإنجاز الأهداف بشكل صحيح فضلاً عن الاستعمال الصحيح للموارد. وبين [40] بأن الإبداع يشير إلى تقديم منتج جديد إلى السوق، فهو عملية مزج جديدة للموارد الموجودة لغرض ابتكار منتج أو عملية فريدة، أو خدمة كانت غير موجودة سابقاً. وأشار [33] إلى أن بعد الإبداع يسهم في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة من خلال التركيز على الجهود العملية والفنية التي تعمل على تلبية حاجات ورغبات الزبائن من خلال الاستعمال الصحيح للموارد المتاحة وتطبيق الأساليب العلمية المتطورة في العمل من أجل تقديم منتجات جديدة للزبائن. يتضمن الإبداع يتمثل في جانبين هما: جانب العملية وجانب المنتج والاثنتان معاً يمكنان المنظمة من زيادة حصتها السوقية ومن ثم كسب الميزة التنافسية. والإبداع قد يكون يشكل جذري من خلال تغيير شامل في العملية أو في المنتج وقد يكون بشكل تحسين مستمر بإجراء تحسينات طفيفة ومستمرة في العملية والمنتج معاً. ويرى [18] بأن الإبداع يمثل الأفكار والمهارات والقدرات الجديدة التي تفرضها المتغيرات البيئية المحيطة بالمنظمة والتي لا تقتصر على تقديم منتجات جديدة أو تطوير منتجات موجودة وإنما تمتد لتشمل جميع أوجه أنشطة المنظمة الإنتاج والتسويق والإمداد وغيرها بأسلوب من تجنب التهديدات البيئية وحل المشكلات التي تواجهها المنظمة واقتناص الفرص المتاحة أمامها في البيئة الخارجية الأمر الذي يعزز من المزايا التنافسية للمنظمة.

المبحث الثالث: الجانب الميداني

يتضمن هذا المبحث المحاور الآتية:

أولاً: وصف مبسط للشركة المبحوثة: تمت المباشرة في تنفيذ مشروع باسم الشركة العامة للأجهزة والمعدات الكهربائية في شهر اذار من عام 1963 على ارض مساحته (108) الف متر في

بعض خصائصه المكونة له أو على مجموعة المنتجات التي تقدمها للزبائن. وأكد [39] على أن المرونة تتعلق بقدرة المنظمات وفقاً لمتطلبات السوق التي تفرضها المتغيرات البيئية الأمر الذي يتطلب توافر جميع الموارد اللازمة لتحقيق هذا التغيير. بعد التسليم: يرى [33] بأن بعد ميزة التسليم يشير إلى توفير المنتجات في المكان والزمان المطلوبين، وحسب جدولة زمنية معينة، وتعتبر ميزة التسليم عن قدرة العمليات على مواجهة طلبات الزبائن وتسليمها لهم في الوقت المحدد في ظل تزايد أهمية الوقت للزبون. وأشار [38] إلى أن السرعة في تسليم المنتجات إلى الزبائن أصبحت في الوقت الحاضر مصدراً جديراً بالاهتمام للمزايا التنافسية، وهي سرعة الحركة والتوجه السريع نحو متطلبات الزبون [41] على أن بعد ميزة التسليم يعد أحد الركائز الأساسية لأداء العمليات إذ أصبحت المنظمات اليوم تتنافس على أساس وقت التسليم من خلال قدرتها على تسليم المنتج للزبون بأسرع وقت ممكن ويتم ذلك من خلال خبرة العاملين ومهاراتهم ومعرفتهم بتقليل زمن دورة الإنتاج وتقليص المهل الزمنية إلى أدنى مستوى ممكن، فالمنظمات الرائدة هي التي تلتزم بمواعيدها المحددة مع الزبائن، فضلاً عن أن هذه المواعيد تُعد أسرع وقت يستطيع فيه الزبون استلام المنتج الذي طلبه مقارنة بالمنظمات المنافسة. وأشار [39] إلى أن ميزة التسليم تشير إلى مقدرة العمليات في المنظمة على تسليم المنتج إلى الزبون بالوقت والمكان الذي يطلبه وبين [30] بأن بعد ميزة التسليم يُعد من أبعاد أداء العمليات الأساسية الذي تقوم المنظمة بموجبه بتلبية حاجات زبائنها من المنتجات وفقاً للمواعيد المحددة بينهما أي حصول الزبائن على المنتجات المطلوبة في الوقت المناسب والمحدد لهم من قبل المنظمة. وبين [27] بأن بعد التسليم يتضمن سرعة التوصيل والتوصيل في الوقت المحدد وسرعة التطوير. وتشير سرعة التوصيل إلى تحقيق طلب الزبون بسرعة، أما التوصيل في الوقت المحدد فتشير إلى الوفاء بوعود التوصيل، أما سرعة التطوير فتشير إلى تقديم سلعة أو خدمة مطورة سريعاً حسب حاجات ورغبات الزبائن. وأكد [18] على أن بعد ميزة التسليم يُعد أحد أبعاد المنافسة المهمة والتي تعطس قابلية المنظمة على تلبية

الصناعية، والمراوح بمختلف أنواعها، وقواطع الدورة واجهزة الحماية، وتراكيب انارة الشوارع، والمصابيح الوهاجة، وساحبات الهواء المنزلية والصناعية ومولدات كهربائية مختلفة القدرات ومضخات الماء المنزلية والمحولات الكهربائية والمحولات الصندوقية وصندوق المقياس، والمطافئ ومقدرات السلامة وغيرها.

ثانيا: وصف الافراد المبحوثين: اختار الباحثون عينة قصدية من الافراد المبحوثين ممن لديهم خبرة ومعرفة بمهام وانشطة الشركة قيد الدراسة وذلك لضمانة تحقيق الافادة من المعلومات الدقيقة والمفيدة المقدمة من قبلهم، فضلا عن امكانية الحصول على افكار ومقترحات تعزز من اهمية الدراسة ووفقا لذلك قام الباحثون بتوزيع (80) استمارة استبانة شملت المدير العام واعضاء مجلس الادارة ومديري مصانع الشركة ومدراء الاقسام والشعب والتشكيلات الرئيسية ومشرفي خطوط الانتاج. وتم الحصول (75) استمارة صالحة للتحليل اي انه نسبة الاستجابة بلغت (93%). ويوضح الجدول (1) بعض خصائص الافراد المبحوثين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية والالكترونية /بغداد

بغداد / جانب الرصافة /منطقة الوزيرية وقد تم افتتاح الشركة رسمياً في (18/4/1976) بعد تم تغيير اسم الشركة الى الشركة العامة للصناعات الكهربائية بعد الغاء المؤسسات العامة واصبح ارتباطها بالوزارة الصناعات الثقيلة عام (1987)، ثم انتقلت ملكيتها الى هيئة التصنيع العسكري ، ثم انتقلت ملكيتها الى هيئة التصنيع العسكري من (26/11/1987) ، وبعد ذلك اكتفت الشركة بوزارة الصناعة والمعادن بعد فك ارتباطها من هيئة التصنيع العسكري بتاريخ (20/10/1997) ، وفي عام (1997) اعتمد عقد تأسيس الشركة على وفق قانون الشركات العام باسم الشركة العامة للصناعات الكهربائية برأس مال قدر (285) مليون دينار وسجل استنادا لأحكام المادة (6) من قانون الشركات العام ذي العدد (22) لسنة (1997) ، بعدها تم دمج الشركة العامة للصناعات الكهربائية وشركة العز العامة بقرار من وزارة الصناعة والمعادن عام (2016) وتحت اسم الشركة العامة للصناعات الكهربائية والالكترونية/بغداد .

وتهدف الشركة المبحوثة الى تزويد السوق العراقية بالمنتجات المنزلية والصناعية لتلبية احتياجات الزبائن بمواصفات وجودة مناسبة وتشمل المنتجات الاتية:

قواعد الفلورسنت، ومحركات ومضخات ماء المبرزة والمكيفات بمختلف انواعها، وبرادات ماء بأحجام مختلفة، والمحركات

الجدول (1) بعض خصائص الافراد المبحوثين المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على استمارة الاستبانة

المركز الوظيفي للأفراد والمبحوثين											
أدارة عليا				أدارة وسطى				أدارة تنفيذية			
عدد		%		عدد		%		عدد		%	
15		20%		35		47.7%		25		33.3%	
التحصيل الدراسي											
اعدادية		دبلوم فني		بكالوريوس		دبلوم عالي		ماجستير			
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
8	10.67%	6	8%	55	73.33%	3	4%	3	4%		
سنوات الخدمة (سنة)											
5-1		10-6		15-11		20-16		24-20		25 فأكثر	
عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%
8	10.67%	6	8%	55	73.33%	3	4%	3	4%	9	12%

وهي سنوات يكتسب من خلالها المديرون الخبرة والمعرفة في كيفية صنع واتخاذ القرارات وكيفية التعامل مع المشاكل التي تواجههم.

ثالثاً: علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية: بهدف تحديد علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة فقد خصص هذا المحور للتحقق من امكانية قبول او رفض الفرضية الرئيسية الاولى والفرضية الفرعية المنبثقة منها وكالاتي:

لُ علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر مجتمعة وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: يعرض الجدول (2) نتائج علاقات الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر وابعاد المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة الجدول (2) نتائج علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة

الجدول (2) نتائج علاقة الارتباط بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة (p*≤0.05 N=75)

الجدول من اعداد الباحثين في ضوء نتائج الحاسبة الالكترونية (spss)

المتغير المستقل							المتغير المعتمد
انشطة ادارة اللوجستيك الاخضر							
المؤشر الكلي	اللوجستيات العكسية	التعبئة الخضراء والتغليف الاخضر	التصنيع الاخضر	التخزين الاخضر	النقل الاخضر	الشراء الاخضر	
0.810 *	0.710*	0.640*	0.880*	0.660*	0.590*	0.720*	تحقيق ابعاد المزايا التنافسية

واستنادا مع ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الاولى على مستوى الشركة المبحوثة .

ب ـ علاقات الارتباط بين كل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر منفردا وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: يعرض الجدول (2) السابق الذكر علاقات بين كل نشاط من أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر منفردا وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة وبموجب ما جاء في الفرضية الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى والتي يمكنه التحقق منها كما في الجدول (2) السابق الذكر وكالاتي

يظهر من الجدول (1) الاتي: المركز الوظيفي للأفراد المبحوثين : تبين ان نسبة الادارة العليا للشركة تمثل (13.33 %) من الافراد المبحوثين بحيث بلغت نسبة الافراد المبحوثين من الادارة الوسطى (37.33%)، اما نسبة الافراد المبحوثين من الادارة التنفيذية من اجمالي افراد عينة الدراسة فقد بلغت (49.34 %) ويشير مؤشر المركز الوظيفي للأفراد المبحوثين على انهم كانوا من المستويات الادارية المختلفة وهذا مؤشر حسن وجيد ويدل على عدم مصدر استمارة الاستبانة به مستوى اداري محدد دون افراد اذ تم الحصول على اراء المدراء في المستويات الادارية المختلفة للشركة قيد الدراسة .

التحصيل الدراسي للأفراد المبحوثين:-

تبين ان (89.33%) من الافراد المبحوثين يحملون مؤهل علمي جيد يمكنهم من فهم مكونات الاستبانة والتعامل معها بالشكل الصحيح. سنوات الخدمة في الشركة: تبين ان (96%) من الافراد المبحوثين لديهم خبرة لأكثر من خمس سنوات للدراسة

نلاحظ من الجدول (2) وجود علاقة ارتباط معنوية بين أنشطة إدارة اللوجستك الاخضر مجتمعة: وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة على مستوى الشركة المبحوثة اذ بلغت قيمة مؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.810*) عند مستوى معنوية (0.05)، وهذا يشير الى قوة العلاقة بين المتغيرين وتبين هذه النتيجة بأنه كلما زادت ادارة الشركة المبحوثة من اهتمامها بأنشطة إدارة اللوجستك الاخضر مجتمعة ادى ذلك الى تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة.

قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.880)، تشير ذلك الى ان اهتمام ادارة الشركة المبحوثة بنشاط التصنيع الاخضر لديها سيسهم في تحقيق المزايا التنافسية مجتمعة لذا يعد نشاط التصنيع الاخضر نشاط هام لتحقيق المزايا التنافسية.

العلاقة بين نشاط التعبئة والتغليف الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة:

يشير الجدول (2) الى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط التعبئة والتغليف الاخضر بوصفه متغيراً مستقلاً وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة بوصفها متغير معتمد إذا بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.640)، وهذا يشير الى ان اهتمام ادارة الشركة المبحوثة بنشاط التعبئة والتغليف ليها سيسهم في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة. وعليه يعد هذا النشاط من الانشطة الهامة لتحقيق ابعاد المزايا التنافسية.

العلاقة بين نشاط اللوجستيات وتحقيق المزايا التنافسية مجتمعة: يبين الجدول (2) وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط اللوجستيات بوصفه متغيراً مستقلاً وابعاد المزايا التنافسية مجتمعة بوصفها معتمداً وقد بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.710) وهذا يدل على ان اهتمام الشركة المبحوثة بنشاط اللوجستيات لديها سيسهم في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية لذا يعد اللوجستيات نشاط هام لتحقيق ابعاد المزايا التنافسية.

واتساقاً مع ما تقدم تقبل الفرضية الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الاولى على مستوى الشركة المبحوثة. وعليه تقبل الفرضية الرئيسية الاولى والفرضية الفرعية المنبثقة منها على مستوى الشركة المبحوثة.

رابعا: علاقة التأثير بين أنشطة ادارة اللوجستيك الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة: خصص هذا المحور للتحقق من امكانية قبول او رفض الفرضية الرئيسية الثانية والفرضية الفرعية المنبثقة منها وكالاتي:

العلاقة بين نشاط الشراء الاخضر وتحقيق المزايا التنافسية مجتمعة:

يوضح الجدول (2) وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط الشراء الاخضر كمتغير مستقل وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة كمتغير معتمد وقد بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.720)، وهذا يشير الى اهتمام ادارة الشركة المبحوثة بنشاط الشراء الاخضر لديها سيسهم في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة لذا يعد نشاط الشراء الاخضر نشاط هام لتحقيق المزايا التنافسية.

العلاقة بين نشاط النقل الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة:

يعكس الجدول (2) وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط النقل الاخضر بوصفه متغير مستقل وابعاد المزايا التنافسية بوصفها متغير معتمد بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.590)، وهذا يشير الى انه اهتمام ادارة الشركة المبحوثة بنشاط النقل الاخضر لديها سيسهم في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة لذا فأن نشاط النقل الاخضر يعد نشاط هام لتحقيق ابعاد المزايا التنافسية.

العلاقة بين نشاط التخزين الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة:

يبين الجدول (2) وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط التخزين الاخضر كمتغير مستقل وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية بوصفها متغير معتمد اذ بلغت قيمة المؤشر الكلي لمعامل الارتباط (0.660)، وهذا يدل على ان اهتمام ادارة الشركة المبحوثة بنشاط التخزين الاخضر لديها سيسهم في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية لذا يعد نشاط التخزين الاخضر أحد الانشطة المهمة في تحقيق المزايا التنافسية.

العلاقة بين نشاط التصنيع الاخضر وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: يشير الجدول (2) الى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين نشاط التصنيع الاخضر كمتغير مستقل وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة كمتغير معتمد اذ بلغت

أ- علاقة التأثير بين أنشطة اللوجستيك الأخضر مجتمعة وتحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: يعرض الجدول (3) وابعاد المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة

الجدول (3) نتائج تأثير أنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر مجتمعة في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة . المصدر: من اعداد الباحثين في ضوء نتائج برنامج (spss)

F		R ²	انشطة ادارة اللوجستيك الأخضر مجتمعة		المتغير المستقل المتغير المعتمد
الجدولية	المحسوبة	0.821	B1	B0	ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة
0.217	175.232*		0.824 (13.891*)	0.703	

يتضح من الجدول (3) المتعلق بنتائج تحليل الانحدار وجود تأثير معنوي لأنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر مجتمعة بوصفها متغيرا مستقلا في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة بوصفها متغيرا معتمدا.

اذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (175.232*) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (0.217) عند درجتي حرية (1، 73) وبمستوى معنوية (0.05) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.821) (R²) وهذا يشير الى ان (82.1٪) من الاختلافات المفسرة في ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة تعود الى تأثير أنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر مجتمعة ويعود الباقي الى متغيرات عشوائية لا توجد في نموذج الدراسة.

ومن متابعة قيمة معامل (B1) البالغة (0.824) واختبار (T) لها تبين ان قيمة t المحسوبة بلغت (13.891*) وهي قيمة معنوية

وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.990) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1، 73) وتشير هذه النتيجة الى ان تحسين أنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر سيسهم في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية.

اتساقا مع ما تقدم تقبل الفرضية الرئيسية الثانية على مستوى الشركة المبحوثة .

ب- تأثير كل نشاط من أنشطة اللوجستيك الأخضر منفردا في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: يعرض الجدول (4) علاقات تأثير لكل نشاط من أنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر منفردا في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة وحسب ما جاء في الفرضية الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية وكما يأتي:

الجدول (4) تأثير كل نشاط من أنشطة اللوجستيك الأخضر منفردا في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة.

الجدول من اعداد الباحثين في ضوء نتائج برنامج (SPSS)

انشطة ادارة اللوجستيك الأخضر								المتغير المستقل المتغير المعتمد
F		R ²	اللوجستيات العكسية	التعبئة والنقل الأخضر	التصنيع الأخضر	التخزين الأخضر	النقل الأخضر	الشراء الأخضر
الجدولية	المحسوبة	0.899	B6	B5	B4	B3	B2	B1
0.217	80.221		0.310 (*2.90)	0.390 (*3.95)	0.600 (*13.50)	0.390 (*3.10)	0.290 (*2.10)	0.480 (*5.61)

(تفسيرية) في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة باعتبارها متغيرا معتمدا (مستجيباً).

يتضح من الجدول (4) وجود تأثير معنوي لأنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر مجتمعة: بوصفها متغيرات مستقلة

(0.390) في حين بلغت قيمة T المحسوبة (*3.95) عند درجتي حرية (6.68) وبمستوى معنوية (0.05).

4) تأثير نشاط التخزين الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية: جاء تأثير نشاط التخزين الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة بالمرتبة الرابعة اذ بلغت قيمة (3B) (0.390) في حين بلغت قيمة T المحسوبة (*3.10) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.990) عند درجتي حرية (6.68) وبمستوى معنوية (0.05).

5) تأثير نشاط اللوجستيات العكسية في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: بالمرتبة الخامسة اذ بلغت قيمة (6B) (0.310) في حين بلغت قيمة T (*2.90) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.990) عند درجتي حرية (6.68) وبمستوى معنوية (0.05).

6) تأثير نشاط النقل الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: اذ بلغت قيمة (2B) (0.290) في حين بلغت قيمة T (*2.10) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.990) عند درجتي حرية (6.68) وبمستوى معنوية (0.05).

اتساقا مع ما تقدم تقبل الفرضية الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الثانية على مستوى الشركة المبحوثة وعليه تقبل الفرضية الرئيسة الثانية والفرضية الفرعية المنبثقة منها على مستوى الشركة المبحوثة.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

اولا: الاستنتاجات

اهتم العديد من الكتاب في مجالي ادارة اللوجستيك وادارة الانتاج والعمليات بأنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر وابعاد المزايا التنافسية، الا ان كتاباتهم لم تعكس علاقة الارتباط والتأثير بين أنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر وابعاد المزايا التنافسية وبخاصة في البيئة العراقية.

يتمتع غالبية الافراد المبحوثين بالآتي

ويعدم هذا التأثير قيمة f المحسوبة البالغة (80.221) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (0.217) عند درجتي حرية (6.68) وبمستوى معنوية (0.05).

وقد بلغت قيمة معامل التحديد ($2R$) (0.899) وهذا يشر الى ان (89.9%) من الاختلافات المفسرة في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة تفسره أنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر، ويعود الباقي الى متغيرات عشوائية غير داخلية في نموذج الانحدار.

ومن متابعة معاملات (B) واختبار (T) لها وجد ان هنالك تأثيرا معنويا لكل نشاط من أنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر منفردا في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة ويمكن الوقوف على تسلسل اولوية هذا التأثير من خلال الاتي

1) تأثير نشاط التصنيع الأخضر في تحقيق المزايا التنافسية مجتمعة: يشير الجدول (4) الى ان أعلى تأثير لأنشطة ادارة اللوجستيك الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة يتمثل في نشاط التصنيع الأخضر والذي جاء بالمرتبة الاولى من حيث التأثير، اذ بلغت قيمة (4B) (0.600) وبلغت قيمة T المحسوبة (*13.50) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.990) عند درجتي حرية (6.68) وبمستوى معنوية (0.05).

2) تأثير نشاط الشراء الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: جاء تأثير نشاط الشراء الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة بالمرتبة الثانية من حيث التأثير، اذ بلغت قيمة (1B) (0.480) وكانت قيمة T المحسوبة (*5.61) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.990) عند درجتي حرية (6.68) وبمستوى معنوية (0.05).

3) تأثير نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة: جاء تأثير نشاط التعبئة الخضراء والتغليف الأخضر في تحقيق ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة بالمرتبة الثالثة اذ بلغت قيمة (5B)

الاخضر يؤثر معنويا في المزايا التنافسية مجتمعة وان اعلی
تأثير لأنشطة ادارة اللوجستیک الاخضر كان لنشاط التصنيع
الاخضر فيما كان أدنی تأثير معنوي لنشاط النقل الاخضر.

ثانيا: التوصيات

زيادة اهتمام ادارة الشركة المبحوثة بأنشطة ادارة اللوجستیک
الاخضر وابعاد المزايا التنافسية وفي جميع اقسام وشعب
وحدات الشركة المبحوثة ولتحقيق ذلك نقترح دعم المكتبة
الرقمية والورقية للشركة بالمصادر الحديثة المتعلقة بأنشطة
ادارة اللوجستیک الاخضر فضلا عن المصادر المتعلقة بالمزايا
التنافسية.

تعميق الوعي لدى متخذي القرار في الشركة المبحوثة حول
علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة ادارة اللوجستیک الاخضر
والمزايا التنافسية وذلك من خلال تحديد هذه العلاقات باستمرار
ولتحقيق ذلك نقترح توسيع افاق المديرين والعاملين في
الشركة من خلال توفير ما هو جديد في هذين المجالين لمواكبة
التطورات الحاصلة فيها ولزيادة معرفتهم وادراكهم لهذين
المتغيرين.

ترصين جوانب القوة في الشركة المبحوثة فيما يتعلق بأنشطة
ادارة اللوجستیک الاخضر وابعاد المزايا التنافسية ولتحقيق ذلك
نقترح تحديد نقاط القوة والعمل على تنميتها من خلال زيادة
معرفة العاملين وتدريبهم على استخدامات وفوائد أنشطة
ادارة اللوجستیک الاخضر.

العمل على تذليل الصعوبات التي تواجه الشركة المبحوثة في
تبني أنشطة ادارة اللوجستیک الاخضر والمزايا التنافسية
باستمرار ولتحقيق ذلك نقترح توفير المستلزمات المادية
والمالية والبشرية والمعلوماتية المناسبة لتذليل هذه الصعوبات
باستمرار على ادارة.

على ادارة الشركة المبحوثة تطوير مهارات وقدرات ومعارف
المديرين والعاملين لديها حول أنشطة ادارة اللوجستیک الاخضر
وابعاد المزايا التنافسية عن طريق زجهم بدورات تدريبية في
مجال استخدام التقنيات والاساليب الحديثة كالتحسين المستمر

(1) لديهم خبرة فعلية في أنشطة الشركة لأكثر من خمس
سنوات يكتسب بها العاملين المعرفة التي تساعد على
تقديم الافكار التي تتعلق بتطوير أنشطة اللوجستیک
الاخضر والابعاد المزايا التنافسية.

(2) يتمتع الافراد الذين تم استطلاع آرائهم بمؤهل علمي جيد
مكثف من فهم استمارة الاستبانة: والتعامل معها بشكل
ايجابي.

نستنتج من نتائج تحليل علاقات الارتباط بين متغيرات البحث الاتي:

(1) تحقق وجود علاقة ارتباط معنوية بين أنشطة ادارة
اللوجستیک الاخضر وابعاد المزايا التنافسية مجتمعة في
الشركة المبحوثة. وهذا يدل على الدور المهم الذي تمتلكه
هذه الأنشطة في تحقيق المزايا التنافسية. وعلى الرغم من
قدرة جميع الأنشطة للارتباط بأبعاد المزايا التنافسية الا ان
القدر الاكبر يعود لنشاط التصنيع الاخضر حيث كانت قيمة
الاکبر هذا النشاط هي القيمة الاكبر من بين قيم معاملات
الارتباط.

(2) تحقق وجود علاقة ارتباط معنوية بين كل نشاط من
الأنشطة ادارة اللوجستیک الاخضر منفردا وابعاد المزايا
التنافسية مجتمعة وهذا يشير الى ان زيادة اهتمام ادارة
والشركة المبحوثة بكل نشاط من أنشطة ادارة اللوجستیک
الاخضر قد أسهم في تحقيق علاقة الارتباط مع ابعاد المزايا
التنافسية مجتمعة.

نستنتج من نتائج تحليل علاقات التأثير بين متغيرات الدراسة الاتي:

(1) تحقق وجود تأثير معنوي لأنشطة ادارة اللوجستیک الاخضر
في ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة
مما يجيز لنا القول ان أنشطة ادارة اللوجستیک الاخضر تؤثر
معنويا في ابعاد المزايا التنافسية مجتمعة.

(2) تحقق وجود علاقة تأثير معنوي ي لكل نشاط من أنشطة
ادارة اللوجستیک الاخضر منفردا في ابعاد المزايا التنافسية
وهذا يشير الى ان كل نشاط من أنشطة ادارة اللوجستیک

اعادة تدريب المديرين والعاملين في الشركة المبحوثة على كل ما هو جديد في مجالي انشطة ادارة اللوجستيك الاخضر وابعاد المزايا التنافسية لتحسين ادائهم ومن خلال التنسيق مع الجهات ذات.

لمدخلات وعمليات ومخرجات الشركة من اجل المحافظة على البيئة من التلوث فضلا عن تحسين ابعاد المزايا التنافسية ومعالجة نقاط الضعف فيهما من خلال تطبيق الوسائل المناسبة لذلك كالعصف الذهني وحلقات الجودة.

REFERENCES

- [1] Wittenbrink, P. (2015). Carbon Footprint – Konzept und Ansätze zur Messung der CO2-Emissionen (pp. 5–)11. https://doi.org/10.1007/978-3-658-10692-8_2
- [2] Al-Sabagh, R. S., & Al-Taweel, A. A. R. (2018). Role Of Entrepreneurship Strategies In Promoting Technical Innovation Dimensions -Prospective Study Of The Opinions Of A Sample Of Employees In The General Company of The Manufacture Of Ready-Made Clothes In Mosul. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 37(119), 514–527. <https://doi.org/10.33899/tanra.2018.159443>
- [3] Khan, H., Sureda, A., Belwal, T., Çetinkaya, S., Süntar, İ., Tejada, S., ... Aschner, M. (2019, July 1). Polyphenols in the treatment of autoimmune diseases. *Autoimmunity Reviews*. Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.autrev.2019.05.001>
- [4] Slack, N., & Brandon-Jones, A. (2019). *Operations Management Ninth edition*. Pearson Education Limited (pp. 76–)77
- [5] Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2016). *Operations Management: Processes and Supply Chains: Global Edition*. Operations Management (p. 675). ryerson.ca. Retrieved from <https://www-dawsoneracom.proxy.library.lincoln.ac.uk/abstract/9780273766841>
- [6] Sushil, G., & Starr, M. (2014). *Production and operations management systems*. *Production and Operations Management Systems* (pp. 1–475). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.1201/b16470>
- [7] Cetinkaya, A., Ishii, H., & Hayakawa, T. (2019, February 1). An overview on denial-of-service attacks in control systems: Attack models and security analyses. *Entropy*. MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/e21020210>
- [8] Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Method for Business Textbook: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons Ltd., 1–420.
- [9] Prasetya, R. G. (2017). FACTORS INFLUENCING THE CHOICE OF CAREER PATHWAYS AMONG HIGH SCHOOL STUDENTS IN MIDLANDS PROVINCE, ZIMBABWE. همایش بین المللی افق های نوین در علوم انسانی (January), 6–18.
- [10] Weeratunge, R. A. D. D., & Herath, R. (2017). THE DIMENSIONS OF GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES (pp. 123–132). TIIKM. <https://doi.org/10.17501/wcosm.2017.2111>
- [11] Qazi, F. H. (2016). *Effect of Green Supply Chain Management Practice on Sustainability Performance of ISO14001 SMEs*. Uthm. Retrieved from <http://eprints.uthm.edu.my/id/eprint/9090>
- [12] Adelina, W., & Kusumastuti, R. D. (2017). Green supply chain management strategy selection using analytic network process: Case study at PT XYZ. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 166). Institute of Physics Publishing. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/166/1/012026>
- [13] Heizer, J., & Render, B. (2006). *Principles of Operations Management*. Genes Genetic Systems.
- [14] Al Khattab, S. A., Abu-Rumman, A. H., & Massad, M. M. (2015). The Impact of the Green Supply Chain Management on Environmental-Based Marketing Performance. *Journal of Service Science and Management*, 08(04), 588–597. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.84059>
- [15] Gábel, M. (2016). Green Supply Chain Management - Motivation, Methods and Expectations - in Hungarian Automotive Oems. *Theory, Methodology, Practice*, 12(1). <https://doi.org/10.18096/tmp.2016.01.05>

- [16] Chin, T. A., Tat, H. H., & Sulaiman, Z. (2015). Green supply chain management, environmental collaboration and sustainability performance. In *Procedia CIRP* (Vol. 26, pp. 695–699). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2014.07.035>
- [17] Sun, X., & Feng, Y. (2012). Analysis of Barriers and Strategies for China's Green Power Market. *Energy Procedia*, 17, 1401–1407. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2012.02.259>
- [18] Khouri, S., Rosova, A., Straka, M., & Behun, M. (2018). Logistics performance and corporate logistic costs, their interconnections and consequences. *Transformations in Business and Economics*, 17(2A), 426–446.
- [19] Zhang, G., Dehua, L., Zhiping, W., & Chenglin, M. (2010). Research on green packaging of circular economy. In *Proceedings - 2010 International Conference on Optoelectronics and Image Processing, ICOIP 2010* (Vol. 2, pp. 229–232). <https://doi.org/10.1109/ICOIP.2010.238>
- [20] Kadam, S. D., Karvekar, A. A., & Kumbhar, V. J. (2017). Traditional & Green Supply Chain Management – A Review. *IARJSET*, 4(1), 38–41. <https://doi.org/10.17148/iarjset/ncdmte.2017.11>
- [21] Sugandini, D., Muafi, M., Susilowati, C., Siswanti, Y., & Syafri, W. (2020). Green supply chain management and green marketing strategy on green purchase intention: SMEs cases. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(1), 79–92. <https://doi.org/10.3926/jiem.2795>
- [22] Latorre, F., Guest, D., Ramos, J., Gracia, F. J., Nishanthi, H. M., Kailasapathy, P., ... Benson, J. (2013). 濟無No Title No Title. *Strategic Management Journal*, 26(2), 1689–9961
- [23] Nukman, Y., Farooqi, A., Al-Sultan, O., Alnasser, A. R. A., & Bhuiyan, M. S. H. (2017). A Strategic Development of Green Manufacturing Index (GMI) Topology Concerning the Environmental Impacts. In *Procedia Engineering* (Vol. 184, pp. 370–380). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.04.107>
- [24] Dou, J. S. & Y. (2017). *Green Supply Chain Management A concise Introduction*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, p. 188). Routledge.
- [25] Dheeraj, N., & Vishal, N. (2012). An Overview of Green Supply Chain Management in India. *Research Journal of Recent Sciences*, 1(6), 77–82.
- [26] Port, E. S., & Session, R. P. (2014). *3rd Erasmus Smart Port Rotterdam / Port Research Centre Rotterdam-Delft Poster Session*. *3rd Erasmus Smart Port Rotterdam / Port Research Centre Rotterdam-Delft Poster Session* (p. 126). Retrieved from http://www.irim.eur.nl/fileadmin/centre_content/smart_port/book_3rd_poster_session_web_version.pdf
- [27] Slack, N., Brandon-Jones, A., & Jhonston, Ro. (2013). *Operations Management, Seventh Edition*. Pearson Education.
- [28] Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2016). *Operations Management: Processes and Supply Chains: Global Edition*. *Operations Management* (p. 675). ryerson.ca. Retrieved from <https://www-dawsoneracom.proxy.library.lincoln.ac.uk/abstract/9780273766841>
- [29] Sugandini, D., Muafi, M., Susilowati, C., Siswanti, Y., & Syafri, W. (2020). Green supply chain management and green marketing strategy on green purchase intention: SMEs cases. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(1), 79–92. <https://doi.org/10.3926/jiem.2795>
- [30] Al-Taweel, dr. A., & Al--Dabbag, M. (2009). Possibility of Applying World-Class Manufacturing An Investegation Study For The Opinon Of Many Managers In Samra and Ninavah Drugs Companies. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 31(93), 144–162. <https://doi.org/10.33899/tanra.2009.161833>
- [31] Brown, S., Bessant, J., & Jia, F. (2020). Introduction to Operations Management. In *Strategic Operations Management* (pp. 3–41). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315123370-1>
- [32] Al-Taweel, Dr. A., & Al-Kecky, G. (2010). Relationship between the Activities of Materials Management and the Dimensions of Operations performance A Case Study in the Factory of Ready-Made Clothes at Mosul City. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 32(97), 280–309. <https://doi.org/10.33899/tanra.2010.161917>

- [33] Al-Taweel, dr. A., & Kashmoola, N. (2009). The Relationship between Suitable Quality Purchasing Dimensions and Operation Performance Dimensions: A Pilot Study on the General Com-pany of Ready-Made Clothing at Mosul. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 31(96), 222–250. <https://doi.org/10.33899/tanra.2009.161790>
- [34] Al-Taweel, Dr. A., & AL-Samak, B. (2010). The Relationship between Intellectual Capital Components and Establishing the Essentials of Mass Customization Technique. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 32(98), 168–189. <https://doi.org/10.33899/tanra.2010.161895>
- [35] Al-Taweel, Dr. A., & Al-Keeky, G. (2010). Relationship between the Activities of Materials Management and the Dimensions of Operations performance A Case Study in the Factory of Ready-Made Clothes at Mosul City. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 32(97), 280–309. <https://doi.org/10.33899/tanra.2010.161917>
- [36] Krajewski, L. J., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2016). *Operations Management: Processes and Supply Chains: Global Edition*. Operations Management (p. 675). ryerson.ca. Retrieved from <https://www-dawsoneracom.proxy.library.lincoln.ac.uk/abstract/9780273766841>
- [37] Al-taweel, Dr. A., & Al-Rawi, S. (2006). The Impact of Task Environmental Factors on the Possibility of Applying of Introducing New Product: An Investigation Study of Managers Opinions in a Sample of Industrial Companies/Nineveh. *TANMIYAT AL-RAFIDAIN*, 28(83), 71–88. <https://doi.org/10.33899/tanra.2006.161641>
- [38] Roberta S.Russell, B. W. T. (2010). *Operations Management: Creating Value Along the Supply Chain, Seventh Edition*. wiley (Vol. 7th editio, p. 834).
- [39] Brown, S., Bessant, J., & Jia, F. (2020). Strategic Operations Management. In *Strategic Operations Management* (pp. 43–99). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315123370-2>
- [40] The Open University. (2015). *Book1: Exploring management*. The Open University (pp. 1–)211.
- [41] Martinsuo, M. (2013). Project portfolio management in practice and in context. *International Journal of Project Management*, 31(6), 794–803. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2012.10.013>
- [42] Ruiz, E., Sanchez De Pablo, J. D., Muñoz, R. M., & Peña, I. (2018). The influence of Total Quality Management on firms' intellectual capital. *South African Journal of Business Management*, 49(1). <https://doi.org/10.4102/sajbm.v49i1.396>