



اختبار علاقة سلسلة التجهيز الرقمي في تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة

أ.د عادل هادي البغدادي

الباحثة حليمة جاسم محمد

كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الكوفة

DOI: <https://doi.org/10.36322/jksc.v1i72.15696>

الملخص:

تهدف الدراسة الى اختبار سلسلة التجهيز الرقمية وعلاقتها في تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة وذلك عن طريق استطلاع مجتمع العينة من مالكين او أصحاب متاجر التجزئة والجملة في النجف الاشرف وجاءت الدراسة لتسد الفجوة المعرفية المتمثلة بندرة الدراسات العربية او الأجنبية على حد علم الباحثة التي تناولت العلاقة بين متغيرات الدراسة الحالية في انموذج فرضي واحد.

واستهدفت أسلوب الحصر الشامل على مجتمع الدراسة المتمثلة بمتاجر التجزئة والجملة اذ تم توزيع (٩٥) استبانة وبعد فرز البيانات وتدقيقها تبين أن الاستبيانات الصالحة للتحليل هي (٨٥) استبانة من أصل (٩٥) استبانة مسترجعة، وتم تحليلها وفقاً لأسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية / طريقة المربعات الصغرى

وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج وأهمها وجود علاقة تأثير وارتباط بين سلسلة التجهيز الرقمي وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة ،

الكلمات المفتاحية: سلسلة التجهيز الرقمي، تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة

Abstract:

Purpose: The current study aims to test the digital supply chain and its relationship to the implementation of the retail management strategy, by surveying the sample population of the owners or owners of retail and wholesale stores in Najaf



Authenticity/Value: The study came to fill the knowledge gap represented by the scarcity of Arab or foreign studies to the knowledge of the researcher, who dealt with the relationship between the variables of the current study in one hypothetical model.

Method/Methodology: The current study targeted a comprehensive inventory method on the study population represented by retail and wholesale stores, as (95) questionnaires were distributed and after sorting and checking the data, it was found that the valid questionnaires for analysis are (85) questionnaires out of (95) retrieved questionnaires, and they were analyzed according to the method Structural Equation Modeling / Least Squares Method.

Practical results: The study reached a set of results, the most important of which is the existence of an influence and correlation relationship between the digital supply chain and the implementation of the retail management strategy.

Keywords digital supply chain, Implementation of retail management strategy

المقدمة :

لقد وصل العالم الى نقطة التحول في تاريخه من حيث التغيرات ونعيش في عصر تكون فيه الأسواق أكثر ديناميكية ودورات حياة المنتجات أقصر عصر تكون فيه مفاهيم مثل التصنيع الذكي والتكتيف الشامل جزءً من الحياة اليومية في الصناعات وحيث تزداد مستويات استهلاك المنتجات والخدمات كل هذا يؤدي



إلى سلاسل تجهيز أكثر ديناميكية وعالمية وتعقيداً وحساسية. تؤثر الاضطرابات على استمرارية العمليات سلباً في المنظمات وعندما تتأثر سلسلة التجهيز بالاضطرابات ، لا توجد سوى طريقة واحدة للتعامل مع التحديات التي تنشأ وذلك من خلال القدرة على الصمود تقدم هذه الرسالة إطاراً لوضع الحلول الرقمية للمخزون المدار من البائع لتوفير رؤية كاملة في سلسلة التوزيع وتحسين قدرات التنقل والمرنة في المؤسسات لتصبح أكثر مرنة بعد الاضطرابات الهائلة مثل COVID-19 شهدنا اضطرابات بجميع الأشكال حن بحاجة إلى إدراك أن الاضطرابات ستحدث دائمًا بعضها قصير الأجل وبعضها طويل الأجل في في هذا العصر نمت التجارة الإلكترونية بسبب وجود تكنولوجيا الكمبيوتر مع قوة العملية تشير التجارة الإلكترونية إلى منصة المعاملات التجارية التي يتم إجراؤها إلكترونيًا على الويب البيع بالتجزئة عبر الإنترنت بأنه عملية تسوق عبر الإنترنت يشتري فيها الزبون السلع أو الخدمات ويقبل الدفع وتسلم البضائع عبر الإنترنت. تحاول المزيد من المنظمات استخدام التجارة الإلكترونية كمنصة أعمال لأعمالهم بالإضافة إلى ذلك مع التطور السريع للأعمال التجارية المستندة إلى الويب ، تخوض شركات البيع بالتجزئة عبر الإنترنت معركة لجذب العملاء والاحتفاظ بهم في هذا السوق الإلكتروني المركّز بشكل استثنائي.

المبحث الأول: مراجعة الأدبيات:

أولاً:- سلسلة التجهيز الرقمية :

١- المفهوم:

سلسلة التجهيز الرقمي (DSCs) تعرف على أنها نموذج منصة مرتكز على الزبون يلتقط ويزيد من استخدام البيانات في الوقت الحقيقي القادمة من مجموعة متنوعة من المصادر. إنه يتيح تحفيز الطلب والمطابقة والاستشعار والإدارة لتحسين الأداء وتقليل المخاطر. وهناك العديد من الاعتبارات الرئيسية في تحويل سلسلة التجهيز إلى سلسلة التجهيز الرقمية. أولاًً وقبل كل شيء فهم زبونك والمستهلك النهائي بطريقة أكثر تعقيداً من خلال استخدام تحليلات البيانات والتقنيات المتقدمة 2019 (Queiroz,...)

جدول (1) بعض المفاهيم للسلسلة التجهيز الرقمية من وجهة نظر مجموعة من الباحثين والمفكرين



| المفهوم | الكاتب / السنة / الصفحة | ت |
|--|---------------------------------|----|
| هي عملية ذكية ذات قيمة وفاعلية لتوثيد أشكال جديدة من الإيرادات وقيمة الأعمال للمؤسسات والاستفادة من الأساليب الجديدة بأساليب تكنولوجية وتحليلية جديدة | (Büyüközkan,G.,&Göçer,2018:157) | -1 |
| يمكن تعريف سلسلة التجهيز الرقمية على أنها تطوير أنظمة المعلومات واعتماد تقنيات مبتكرة تعزز تكامل سلسلة التجهيز وسرعتها وبالتالي تحسين خدمة الزبائن والأداء المستدام للمؤسسة. | Ageron.,&Gunasekaran,2020:133) | -2 |
| أنها مشاركة المعلومات بين المجهزين من خلال منصة استراتيجية وتشغيلية. تتم عمليات تبادل المعلومات هذه بشكل أساسي بين الجهات الفاعلة في سلسلة نظام التجهيز | (Yıldırım,2019: 9) | -3 |

يلاحظ من خلال المفاهيم الواردة في الجدول (١) ان اغلب الباحثين والمفكرين فقد اتفقوا على مجموعة من الأمور في تحديد مفهوم سلسلة التجهيز الرقمية والتي يمكن ايجازها كما يلي :

١- منصة متصلة بالإنترنت للأشياء الذكية المنتشرة التي يمكنها تحديد البيانات والاستشعار اجل تنسيق العمليات بين منظمات المنتجة والمجهزة ومتاجر التجزئة .



٢- نظام تكنولوجي ذكي ومتكيف مع الحفاظ على القدرات الهائلة للتعاون والاتصال من أجل المعدات واللوجستيات والأرقام المتوفقة مع التوزيعات والمزامنة "التفاعل مع المنظمات والخدمات.

٣- عبارة عن مجتمع إنترنت عالمي مكتمل للغاية من الزبائن والموزعين والمنتجين والمجهزين الذين ترتبط إشارات الطلب وأنظمة الإنتاج المستودعات وأجهزة الاستشعار الميدانية لتبني المخزون التسلیم معاً عبر شبكة مشتركة.

ويلاحظ من خلال مراجعة المفاهيم الواردة في الجدول (1) أعلاه انه يمكن ان نبني مفهوم الذي قد ذكره (Yıldırım, 2019)

() وهو الأقرب الى دراستنا الحالية فعلى هذا الأساس فيمكن ان تعرف الباحثة سلسلة التجهيز الرقمية هي أنظمة معلوماتية رقمية عبر الانترنت تساعد المنظمة في كيفية التسليم واستلام المنتجات من المجهزين الى الزبائن بتكلفة اقل وسرعة الوصول الى الزبائن النهائيين .

٤- أهمية وخصائص سلسلة التجهيز الرقمي

The importance and characteristics of the digital processing chain

أدت عملية تلبية طلبات الزبائن من خلال التتبع الفعال وتسلیم المنتجات والخدمات إلى ظهور رؤية في سلاسل التجهيز أدى اعتماد التكنولوجيا الرقمية والتجارة الإلكترونية كنموذج لعمليات الأعمال واستخدام سلسلة التجهيز الرقمية إلى نتائج إيجابية في الأداء التنظيمي

١- أتاح توافر البيانات وتبادل البيانات الذي يوفره الإنترت للمنظمات التنسيق والتعاون الفعال والفعال بين اللجان الفرعية الخاصة بهم.

٢- جعلت التكنولوجيا وسلسلة التجهيز الرقمية من الممكن تبادل السلع والخدمات والمعلومات بين المجهزين والمستهلكين وأصحاب المصلحة الآخرين.

٣- ساهمت في تقديم العمليات التجارية من المهم ملاحظة أن تكاليف الدعم المباشر هي أحد العناصر الإستراتيجية



4- تساعد في تحسين أداء البيئة العالمية التنافسية يكفي أن نقول إن DSC لا يتعلق فقط بالتغيير التكنولوجي ولكنه مهم أيضاً في مقاييس أداء المنظمات ، والهيكل والسياسات ، والعمليات التشغيلية داخل سلسلة التجهيز وتشجيع الصناعة .

(Khan, & Kazmi, 2021:404-418).

5- زيادة وضوح تدفقات المواد على طول سلسلة القيمة وكذلك الحاجة إلى المعلومات في الوقت الفعلي للمديرين لاتخاذ قرارات دقيقة وفي الوقت المناسب تتوافق مع تحقيق أهداف الشركة.

(Artinčević,.., & Žunac. 2021)

6-إنشاء قيمة مضافة جديدة واستدامة المنظمات في التجارة العالمية .

digital supply chain resources مصادر سلسلة التجهيز الرقمي

(Ivanov,.., & Schönberger,.. 2017:497)

ان الكتالوجات الإلكترونية أو الفواتير الإلكترونية أو المزادات الإلكترونية في أنشطة التجهيز بان المشتريات الإلكترونية هي عملية أساسية داخل eSCM نظراً لأنها تستخدم تقنية الإنترن特 (IT) وذلك لتسهيل عمليات الشراء التي تدعم المشتريات الإلكترونية من خلال المنظمات التي تقوم بتحسين الشفافية فيما يتعلق بقاعدة المجهزين أو المفاوضات والمواءمة في داخل المنظمة أوانها تدعم مهام التجهيز المكثفة للتکافلة طويلة الأمد من خلال تبادل أفضل للمعلومات وعلاوة على ذلك قد تساعد تقنية المعلومات في الحصول على معلومات أكثر دقة وسرعة وحداثة فيما يتعلق باحتياجات الزبائن .

2- بوابات تعاون المجهزين وهي تكون لتسهيل عمليات SC مع التركيز بشكل خاص الى الإشارة إلى SCPs كنهج لإدارة التدفق الداخلي والخارجي للمواد بكفاءة ، لإدارة الأداء وصف كيف يمكن تضمين SCPs في استراتيجية SCOM الرقمية التي تسعى جاهدة لتحقيق التميز تعد حلولاً ناجحة لربط المجهزين ومقدمي الخدمات والزبائن بكفاءة عبر منصة تدعم عمليات المجهزين الشفافة بشكل عام .

3الاتجاهات الرقمية تعتبر التقنيات الجديدة للتجهيز لتحقيق التميز في المشتريات ذات إمكانات مستقبلية هائلة حيث من المحتمل جداً أن تكون الرقمنة عامل النجاح المستقبلي للتوصل الفعال للمهام على وجه



الخصوص يتمأخذ التقنيات الرقمية التالية في الاعتبار عند تحديد المصادر الواقع المعزز استخدامه في زيارة المجهزين نتيحة تقنية Blockchain إدارة المستندات التعاونية وعمليات الدفع والتقييمات الرقمية والتوثيق.

4- تم تطويره في سلسلة التجهيز الرقمي وذلك لتأمين المعاملات المالية للعملة المشفرة. التي بدأت تطبيقات تقنية Blockchain في إحداث ثورة في جوانب مختلفة من SCOM. الفكرة المركزية هي زيادة الرؤية والكفاءة بناءً على حفظ السجلات في سلاسل التجهيز . أصبحت تطبيقات Blockchain الخاصة ب SCOM أكثر أهمية لتعزيز حجم ونطاق العمليات الرقمية جنباً إلى جنب مع إنشاء أنظمة خطوط أنابيب المعلومات وتطبيقات تمويل SC Blockchain هي قاعدة بيانات لامركزية توجد كنسخ في شبكة من أجهزة الكمبيوتر.

5-أتمتة العمليات الروبوتية والذكاء الاصطناعي في المشتريات تدعم المعالجة الآلية لأنشطة التجهيز الروتينية مثل "الشراء للدفع" شكلاً آخر من أشكال الرقمنة تتضمن هذه الأنواع من الأنشطة إجراء عمليات بحث عن الأسعار للعناصر أو تقديم طلب شراء وعلى الرغم من أنه يطلق عليه "أتمتة العمليات الروبوتية" (RPA) هو تطبيق برمجي يؤدي المهام التي يقوم بها الشخص ويدعم في أداء المهام الهامة أو ذات الصلة .
ثانياً : تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة :

يشمل البيع بالتجزئة تلك المنظمات التي تعمل بشكل أساسي في نشاط شراء المنتجات من المنظمات الأخرى بقصد إعادة بيع تلك البضائع إلى منازل خاصة بشكل عام دون تحويل وتقديم خدمات عرضية لبيع البضائع. إن عملية البيع بالتجزئة هي الخطوة الأخيرة في توزيع البضائع. وهناك عدد من التطورات مسؤولة عن التغيير динاميكي في تجارة التجزئة الحديثة في معظم البلدان المتقدمة كما شهدت تجارة التجزئة زيادة كبيرة في حجم العمليات وتركيز السوق في حين ظهرت سلاسل البيع بالتجزئة على نطاق واسع واستحوذت على حصة في السوق من المتاجر الصغيرة المملوكة بشكل مستقل (Zentes, J., Morschett,. 2007) بعض مفاهيم تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة من وجهة نظر مجموعة من الباحثين والمفكرين جدول (٢) بعض مفاهيم تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة من وجهة نظر مجموعة من الباحثين والمفكرين



| المفهوم | السنة الصفحة | اسم الكاتب | ت |
|---|-------------------------------------|------------|---|
| يُعرف البيع بالتجزئة عبر الإنترن特 بأنه عملية تسوق عبر الإنترن特 يشتري فيها الزبون السلع أو الخدمات ويقبل الدفع وتسلیم البضائع عبر الإنترن特. تحاول المزيد من المنظمات استخدام التجارة الإلكترونية كمنصة لأعمالهم | (Selamat,.. & TAY,.. 2020: 32-51) | -1 | |
| استراتيجية البيع بالتجزئة الاتجاه الذي يحتاج تجار التجزئة إلى اتخاذه للتعامل بفعالية مع بيئتهم ومستهلكين ومنافسيهم | (Tustin,.. & Strydom. (2006:48-66). | -2 | |
| هي صناعة "تفاعل مباشرة مع المستهلكين وتعتمد على القدرة على توفير السلع والخدمات التي تلبي احتياجاتهم ورغباتهم". في الواقع ، يعتبر البيع بالتجزئة نشاطاً تجاريًا يتم تنفيذه لمستهلك النهاي لبيع سلعة في الحالة الحالية حيث تم تثبيتها أو تقديم خدمة لمستهلك. | (Rousselot,.. 2018:32) | -3 | |

يلاحظ من خلال المفاهيم الواردة في الجدول (٢) ان اغلب الباحثين والمفكرين فقد اتفقوا على مجموعة من الأمور في تحديد مفهوم تنفيذ سلسلة التجهيز الرقمية والتي يمكن ايجازها كما يلي ١-استراتيجية البيع بالتجزئة هو الاتجاه الذي يحتاج اليه تجار التجزئة إلى اتخاذه للتعامل بفعالية مع بيئتهم ومستهلكين ومنافسيهم.

٢- تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة هي الأنشطة التجارية التي تتطوّر على بيع السلع والخدمات لمستهلكين لاستخدامهم الشخصي أو العائلي أو المنزلي . وهي تشمل كل عملية بيع لمستهلك النهاي .



٣-البيع بالتجزئة عبر الإنترت بأنه عملية تسوق عبر الإنترت يشتري فيها الزبون السلع أو الخدمات ويقبل الدفع وتسلیم البضائع عبر الإنترت. تحاول المزيد من المنظمات استخدام التجارة الإلكترونية كمنصة أعمال لأعمالهم.

ويلاحظ من خلال مراجعة المفاهيم الواردة في الجدول (٢) أعلاه انه يمكن ان نبين مفهوم الذي قد ذكره (Rousselot,. 2018:32) هو الأقرب لدراستنا الحالية

Retail Execution Strategies

أولاً: الإستراتيجيات على مستوى السوق ((Kumar,.. & Song. 2017,: 96-119.)

هي إستراتيجيات التي يتم تفيذها على مستوى السوق الإجمالي وهي فريدة من نوعها لذاك السوق المحدد والذي يطبق فيه تجار التجزئة إستراتيجياتهم المميزة ليضعوا أنفسهم بشكل فريد في مواجهة منافسيهم في السوق مما يتواافق اختيارهم للاستراتيجيات تحت مستوى السوق وكذلك مع استجابات رجال الأعمال المهتمين والتي تزيد المنافسة عبر قطاعات السوق المختلفة وتوسيع أعمالهم وزيادة حصة السوق لتكون أكثر ربحية يؤثر هيكل السوق ونوع تجار التجزئة الذين يتنافسون على التفوق ودخول السوق الجديدة واستراتيجيات الحواجز بشكل كبير على ربحية تجار التجزئة على مستوى السوق والذي من خلاله يتحكم سلوك تسعير تجار التجزئة في السوق بعاملين مهمين هي تصرفات المنظمة المصنعة والمنافسة في السوق.

ثانياً: استراتيجية ترويج البيع بالتجزئة

يمكن لبائعي التجزئة استخدام العروض الترويجية لإبلاغ المستهلكين بسعر وجودة العلامات التجارية التي يعرضونها لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم عندما يكون الترويج فعالاً في تحسين صورة المتجر وبناء ولاء طويل الأمد بين الزبائن فإنه يساهم في تحسين أداء الأعمال.

ان استراتيجية الترويج هي اعتماد نفس المعلومات والأساليب الترويجية لنفس العلامة التجارية أو فئة المنتج عبر سلسلة من المتاجر والتي تستند أن تتضمن إستراتيجيات الترويج عناصر نقدية وغير نقدية تسمح العروض الترويجية القائمة على النقد لتجار التجزئة بجذب الزبائن من خلال تلبية الاحتياجات مثل توفير



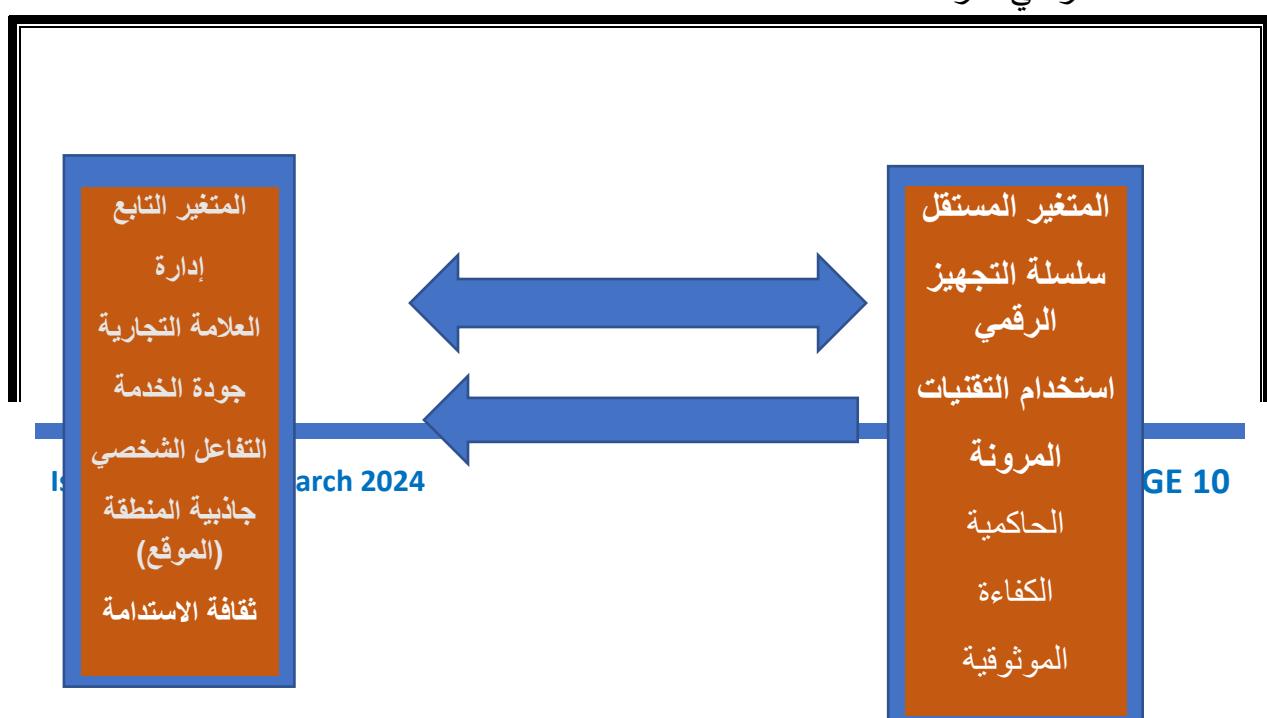
المال وفي الوقت نفسه فإن العروض الترويجية غير النقدية تلبي احتياجات المتعة للزبائن يجب على تجار التجزئة الجمع بين هذه الأساليب لتلبية احتياجات المستهلكين الأمر الذي يتطلب التنسيق بين الإدارات لدمج الموارد وفهم العلاقة السببية المعقدة بين استراتيجية الترويج والمبيعات .

ثالثاً: استراتيجية تسعير التجزئة

تحدد إستراتيجية التسعير موقع سلاسل البيع بالتجزئة في السوق وتحقق نمطاً من حيث توقعات أسعار المستهلكين ان تمكين البيع بالتجزئة يجب أن تبني إستراتيجيات مختلفة للتسعير الزمني والمكاني مثل الأسعار المنخفضة اليومية والعالية /تسعير منخفض على مستوى السلسلة تحدد إستراتيجية التقسيس خصائص موحدة للعلامة التجارية استراتيجية التسعير على أنه اعتماد طرق السعر والتسعير للعلامة التجارية وفئة المنتج عبر سلسلة من المتاجر يجب على سلاسل البيع بالتجزئة تخصيص أسعارها وفقاً لظروف السوق السائدة في مناطق تجارة المتاجر المختلفة ترسل معلومات السعر إشارة بسيطة ويمكن لسلسل البيع بالتجزئة التعرف بسهولة على مرونة أسعار المستهلكين على مستوى العلامة التجارية في كل متجر .

ثانياً: المخطط الفرضي وتطوير الفرضيات

1-المخطط الفرضي للدراسة





الشكل (١) المخطط الفرضي للدراسة

المصدر: الباحثة

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط معنوية ذو دلالة إحصائية بين سلسلة التجهيز الرقمية وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .

الفرضية الرئيسية الثانية توجد علاقة تأثير معنوي بين سلسلة التجهيز الرقمي وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة.

ثالثاً: مجتمع الدراسة

ركزت الدراسة في قطاع حيوي ومهم في الاقتصاد الا وهو قطاع التسويق وكان التركيز في هذه الدراسة على متاجر التجزئة والجملة في محافظة النجف الاشرف والبالغ عددهم (95) متجر وفق ما هو مسجل لدى غرفة تجارة النجف الاشرف . ان مجتمع الدراسة يتمثل من أصحاب المتاجر او المخولين لدى المالكين باعتبارهم الأشخاص الذين لديهم الحق في اتخاذ القرارات والاشراف عليها . فهم المسؤولين عن أعمالهم



التجارية من حيث التجهيز والتوزيع والاستلام من خلال سلوكهم الريادي لتطوير أعمالهم والحفاظ على الميزة التفاضلية . وتم اعتماد أسلوب العينة القصدية لمجتمع الدراسة لحصول على نتائج أكثر دقة .

المبحث الثاني

العلاقة بين متغيرات البحث

-العلاقة بين سلسلة التجهيز الرقمية وتتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة :

تساعد سلاسل التجهيز الرقمية منظمات البيع بالتجزئة على معالجة أوجه القصور في سلاسل التجهيز التقليدية التي تحدّها تدفقات المنتجات الخطية واتخاذ القرار المحصور بالحدود الوظيفية التقليدية لقد أدى عصر الفنون المتعددة إلى تحول رقمي ليس فقط لعمليات سلسلة التجهيز ولكنه حفز أيضًا نظاماً بيئياً جديداً لسلسلة التجهيز الرقمية وإن فهم ديناميكيات هذا النظام البيئي الجديد بشكل أفضل وكيف يمكن الاستفادة من التكنولوجيا والتحليلات المتقدمة لدمج التحول الرقمي لسلسلة التجهيز الرقمية التي تمثل السرعة في وصول المنتج إلى متاجر التجزئة وكذلك في استخدام التحليلات المتقدمة التي يمكنها تمكين إشارات الطلب مباشرةً من الزبائن وإعداد التقارير في الوقت الفعلي عن التدفقات اللوجستية تحتاج سلاسل التجهيز الرقمي للبيع بالتجزئة إلى الاستفادة من التكنولوجيا لإعادة توزيع المخزون عبر عدة نقاط تعبئة كاملة في شبكة سلسلة وتمكين الشحنات الصغيرة عادةً بكميات الوحدات من عقد التنفيذ مباشرةً إلى الزبائن يمكن أن تكون سرعة الاستجابة أسرع عندما تتمكن التحليلات التنبؤية من تحديد التحوّلات في سلوك الزبائن في الوقت الفعلي . تشير هذه الرؤى إلى أن الاستثمار في الموارد لتطوير القدرات المطلوبة سيحقق أرباحاً ضخمة لمنظمات البيع بالتجزئة (Ishfaq, Davis., & Gibson, 2021:5) . ومن خلال ما تقدم يمكن صياغة الفرضية الآتية :

الفرضية الرئيسية الأولى : توجد علاقة ارتباط معنوية ذو دلالة إحصائية بين سلسلة التجهيز الرقمية وتتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .

الفرضية الرئيسية الثانية توجد علاقة تأثير معنوي بين سلسلة التجهيز الرقمي وتتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة.

المبحث الثالث

التحليل الاحصائي والنتائج

يتضمن هذا المبحث اختبار الفرضيات الارتباط والتأثير مع فرضياتها الفرعية، باستخدام (معامل ارتباط بيرسون)، من خلال برنامج (SPSS V. 24) وذلك لبيان مقدار معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة، بهدف استكشاف حجم قوة العلاقة بين تلك المتغيرات.

فرضية الارتباط

الفرضية الرئيسية الأولى : تنص هذه الفرضية على (يوجد ارتباط معنوي بين سلسلة التجهيز الرقمية وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة وتتبثق منها الفرضيات الآتية :

-الفرضية الفرعية الأولى : تنص هذه الفرضية يوجد ارتباط معنوي بين استخدام التكنولوجيا وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .

-الفرضية الفرعية الثانية : تنص هذه الفرضية على : (يوجد ارتباط معنوي بين الحاكمة وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .

-الفرضية الفرعية الثالثة : تنص هذه الفرضية على (يوجد ارتباط معنوي بين المرونة وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .

-الفرضية الرئيسية الرابعة : تنص هذه الفرضية على (يوجد ارتباط معنوي بين اللكفاءة وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .

-الفرضية الفرعية الخامسة : تنص هذه الفرضية على (يوجد ارتباط معنوي بين الموثوقية وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .

الجدول (٣) مصفوفة الارتباط بين سلسلة التجهيز الرقمي وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة



| | استخدام التكنولوجيا | الحاكمية | المرونة | الكفاءة | الموثوقية | سلسلة التجهيز | التفاعل الشخصي | العلم التجارصي | جودة الخدمة | الموقع | ثقافة الاستدامة | تنفيذ استراتيجيات الادارة | تنفيذ التجربة |
|---------------------|---------------------|----------|---------|---------|-----------|---------------|----------------|----------------|-------------|---------|-----------------|---------------------------|---------------|
| استخدام التكنولوجيا | 1 | .383 ** | .608 ** | .568 ** | .467 ** | .800 ** | .173 | .467 ** | .532 ** | .418 ** | .216 * | .510 * | |
| | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .113 | .000 | .000 | .000 | .047 | .000 | |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| الحاكمية | .383 ** | 1 | .442 ** | .389 ** | .436 ** | .706 ** | .199 * | .253 * | .273 * | .210 | .070 | .284 * | |
| | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .068 | .019 | .011 | .054 | .524 | .008 | |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| المرونة | .608 ** | .442 ** | 1 | .466 ** | .451 ** | .777 ** | .241 * | .594 ** | .518 ** | .447 ** | .278 * | .588 * | |
| | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .026 | .000 | .000 | .000 | .010 | .000 | |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| الكفاءة | .568 ** | .389 ** | .466 ** | 1 | .536 ** | .780 ** | .236 * | .444 ** | .523 ** | .202 | .184 | .455 * | |
| | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .030 | .000 | .000 | .064 | .093 | .000 | |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |



| | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|
| الموثوق ية | .467** | .436** | .451** | .536** | 1 | .742** | .464* | .486** | .485** | .307** | .282* | .575* |
| | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .004 | .009 | .000 |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| سلسلة التجهيز الرقمي | .800** | .706** | .777** | .780** | .742** | 1 | .336* | .584** | .609** | .414** | .265* | .626* |
| | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .002 | .000 | .000 | .000 | .014 | .000 |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| التفاعل الشخص ي | .173 | .199 | .241* | .236* | .464** | .336** | 1 | .355** | .394** | .143 | .229* | .604* |
| | .113 | .068 | .026 | .030 | .000 | .002 | | .001 | .000 | .192 | .035 | .000 |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| العلامة التجارية | .467** | .253* | .594** | .444** | .486** | .584** | .355* | 1 | .596** | .420** | .470* | .810* |
| | .000 | .019 | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| جودة الخدمة | .532** | .273* | .518** | .523** | .485** | .609** | .394* | .596** | 1 | .349** | .287* | .753* |
| | .000 | .011 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .001 | .008 | .000 |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |



| | | | | | | | | | | | | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|-------|-------|
| الموقع | .418** | .210 | .447** | .202 | .307** | .414** | .143 | .420** | .349** | 1 | .500* | .661* |
| | .000 | .054 | .000 | .064 | .004 | .000 | .192 | .000 | .001 | | .000 | .000 |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| الاستدامة | .216* | .070 | .278* | .184 | .282** | .265* | .229** | .470*** | .287*** | .500*** | 1 | .703* |
| | .047 | .524 | .010 | .093 | .009 | .014 | .035 | .000 | .008 | .000 | | .000 |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| استراتيجية ادارة التجزئة | .510** | .284** | .588** | .455** | .575** | .626** | .604* | .810*** | .753*** | .661*** | .703* | 1 |
| | .000 | .008 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | | | | | | | | | |
| *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). | | | | | | | | | | | | |

المصدر: برنامج SPSS V. 24

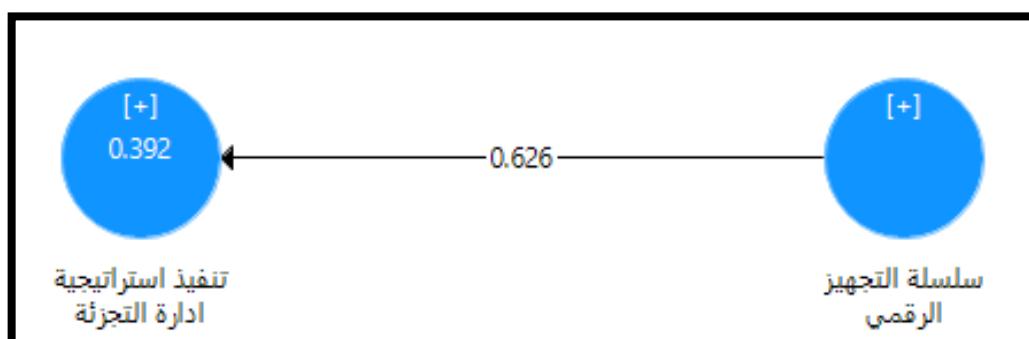
الفرضية الرئيسية الثانية - يوجد تأثير معنوي بين سلسلة التجهيز الرقمي وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة وتبثق منها الفرضيات الفرعية الآتية :

- توجد علاقة تأثير معنوية ذو دلالة معنوية بين سلسلة التجهيز الرقمي وتنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة
- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة معنوية لاستخدام التكنولوجيا في تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة .



- توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة معنوية للحاكمية في تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة
 - توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية معنوية للمرنة في تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة
 - توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للكفاءة في تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة
 - توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للموثوقية في تنفيذ استراتيجية إدارة التجزئة

تنص الفرضية الرئيسية الأولى على وجود علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للمتغير المستقل (سلسة التجهيز الرقمي) في المتغير التابع (تنفيذ استراتيجية ادارة التجزئة)، ولغرض اختبار هذه الفرضية فقد تم بناء الانموذج الهيكلی في الشکل (٢)، كما يستعرض الجدول (٤) نتائج تقييم الانموذج الهيكلی لهذه الفرضية.



شكل (٢) الأنماذج الهيكلی لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

جدول (٤) نتائج تقييم أنماذج الفرضية الرئيسية الأولى

| R ² المعدل | معامل التحديد R ² | حجم التأثير f ² | نتيجة | p Value | t Value | معامل المسار | VIF | المسار | الفرضية |
|--------------------------|------------------------------------|----------------------------------|-------|---------|---------|-----------------|-----|----------------------------------|---------|
| 0.385 | 0.392 | 0.645 | قبول | 0.000 | 8.166 | 0.626 | 1 | تنفيذ استراتيجية ادارة التجزئة → | H4 |



المصدر: مخرجات برنامج Smart PLS

يسنعرض الجدول (4) نتائج تقييم الأنماذج الهيكلي للفرضية الرئيسية الأولى والتي توصلت إلى أن معامل المسار (التأثير) قد بلغ (0.626) والتي تكون معنوية عندما تتجاوز قيمة (t) (١.٩٦) وان لا تتجاوز قيمة (P) (٠.٠٥) وفقاً لقاعدة (Hair et al., 2017)، ومن خلال الجدول يتضح تحقق الحدود المطلوبة، وبالتالي قبول هذه الفرضية.

كما أظهرت نتائج ان قيم معامل التحديد المعدل قد بلغت (٣٨٥٪) وهذا يشير الى ان المتغير المستقل (سلسة التجهيز الرقمي) استطاع ان يفسر المتغير التابع (تنفيذ استراتيجية ادارة التجزئة) بنسبة ٣٨.٥ وبقية النسبة هي عوامل اخرى لم تتناولها الدراسة.

النتائج:

١- أظهرت نتائج معامل الارتباط بيرسون إن متغير سلسلة التجهيز الرقمي له علاقة ارتباط معنوية مع متغير تنفيذ استراتيجية ادارة التجزئة بلغت (0.626)، فضلا على إن معامل التأثير على وفق أنماذج نمذجة المعادلات الهيكيلية أظهر إن سلسلة التجهيز الرقمي لها تأثير في تنفيذ استراتيجية ادارة التجزئة قد بلغ (0.626)، وهذا يفيد بأن الشركات محل الدراسة فيما إذا تبنت سلسلة التجهيز الرقمي بصورة متكاملة سيكون لذلك دور في تعزيز تنفيذ استراتيجية ادارة التجزئة.

٢- أظهرت نتائج معادلة الانماذج الهيكلي إن المتغير المستقل (سلسة التجهيز الرقمي) له تأثير في المتغير التابع (تنفيذ استراتيجية ادارة التجزئة) بلغ (0.626).

المراجع:

- 1-- Aliche, K., Rexhausen, D., & Seyfert, A. (2017). Supply Chain 4.0 in consumer goods. McKinsey & Company, 1-11



- 2----Boström, M., Jönsson, A. M., Lockie, S., Mol, A. P., & Oosterveer, P. (2015). Sustainable and responsible supply chain governance: challenges and opportunities. *Journal of Cleaner Production*, 107, 1–7.
- 3---- Boyson, S., Corsi, T. M., & Paraskevas, J. P. (2021). Defending digital supply chains: Evidence from a decade-long
- 4----Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). Retail management: a strategic approach. Pearson Education Limited.
- 5- Björklund, M., Forslund, H., & Isaksson, M. P. (2016). Exploring logistics-related environmental sustainability in large retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- 6---- GUSTAVSSON, R., & GUSTAFSSON KJELLGREN, C. H. R. I. S. T. O. P. H. E. R. (2013)
- 7--Iddris, F. (2018). Digital supply chain: survey of the literature. *International Journal of Business Research and Management*, 9(1), 47–61
- 8---- Liao, Y., Hong, P., & Rao, S. S. (2010). Supply management, supply flexibility and performance outcomes: an empirical investigation of manufacturing firms. *Journal of Supply Chain Management*, 46(3), 6–22
- 9---- MEYER, D. (2020). Resilient Supply Chains: A Framework to Position Vendor Managed Inventory Digital Solutions and Enhance Resilience of Supply Chains After Disruptions.
- 10----Pagliara, F., Russo, L., & Aria, M. (2021). Measuring retailers' perceptions of new metro stations inauguration. *Land Use Policy*, 104, 105349
- 11---.-Reynolds, J., Cuthbertson, C., & Bell, R. (Eds.). (2004). *Retail strategy: the view from the bridge*. Routledge



- 12---Teufel, P., & Zimmermann, R. (2015). Holistic retail design: reshaping shopping for the digital era. Frame Publishers
- 13---Vazquez-Martinez, G. A., Gonzalez-Compean, J. L., Sosa-Sosa, V. J., Morales-Sandoval, M., & Perez, J. C. (2018). CloudChain: A novel distribution model for digital products based on supply chain principles. International Journal of Information Management, 39, 90–103.
- 14--- Xue, L. (2014). Governance–knowledge fit and strategic risk taking in supply chain digitization. Decision support systems, 62, 54–65
- 15—Yıldırım, Ö. (2019). Dijital tedarik zincirinden blok zincir teknolojisine paradigma sıçraması ve dijital paralar (Master's thesis, Hasan Kalyoncu Üniversitesi)
- 16-Zouari, D., Ruel, S., & Viale, L. (2020). Does digitalising the supply chain contribute to its resilience?. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management