



جمهورية العراق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الموصل / كلية الإدارة والاقتصاد

قسم الإدارة الصناعية

**دور أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في تعزيز الأسبقيات التنافسية: دراسة
استطلاعية لأراء المديرين في شركة كارفور/ محافظة أربيل/ اقليم كردستان/ العراق**

محمد سداد عون الرفيق اليعقوبي

رسالة ماجستير

الإدارة الصناعية

بإشراف الأستاذ المساعد الدكتور

ماجد محمد صالح

المستخلص

سعت الدراسة الحالية إلى تحديد دور أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في تعزيز الأسبقيات التنافسية في شركة كارفور/محافظة اربيل / اقليم كردستان العراق، حيث تبنت الدراسة أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية كمتغير (مستقل) والأسبقيات التنافسية كمتغير (معتمد) واختبارات علاقات الارتباط والتأثير والتباين بين متغيرات الدراسة المتمثلة ب أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية (نظام تخطيط موارد المشروع ، الشراء الإلكتروني، التسويق الإلكتروني ، إدارة علاقات الزبائن نظام تخطيط الاحتياجات من المواد،) والأسبقيات التنافسية المتمثلة ب (الكلفة ، الجودة ، المرونة ، التسليم ، الإبداع ، البيئة).

واتساقاً مع ما تقدم سعت الدراسة للإجابة على التساؤلات البحثية الآتية:

- أ . ما مدى تطبيق كل نشاط من أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في الشركة المبحوثة؟
 - ب. هل تعتمد الشركة المبحوثة الأسبقيات التنافسية ؟
 - ت. هل هناك إدراك لمدراء الشركة المبحوثة لدور أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في تعزيز الأسبقيات التنافسية ؟
 - ث. ماهي طبيعة علاقات الارتباط بين أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية والأسبقيات التنافسية في الشركة قيد الدراسة؟
 - ج. ما هو تأثير أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في كل أسبقية من الأسبقيات التنافسية ؟
 - ح. ما مستوى تباين تأثير أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في ظل الأسبقيات التنافسية ؟
- وللإجابة على تساؤلات الدراسة ، تم تبني أنموذج افتراضي يوضح طبيعة العلاقة المفترضة بين متغيرات الدراسة المستقلة والمعتمدة ،وبموجب الفرضيات الرئيسية الثلاثة والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها والتي جرى اختبارها باستخدام مجموعة من الاساليب الاحصائية للبيانات التي تم جمعها بالاعتماد على الاستبيان ، واختبار العلاقات على وفق ما أفضى اليه أنموذجها توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات كان أهمها:

١. تحقق وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية والأسبقيات التنافسية في الشركة المبحوثة. وهذا يشير إلى أن زيادة اهتمام إدارة الشركة بأنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية سيسهم في تعزيز الاسبقيات التنافسية.

٢. تحقق وجود تأثير ذو دلالة معنوية لأنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في الأسبقيات التنافسية على المستوى الكلي في الشركة المبحوثة، وهذا يشير إلى امكانية تأثير أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية في تعزيز الأسبقيات التنافسية في الشركة.

٣. تحقق وجود تباين في تأثير أنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية بوصفها بعداً مستقلاً في الأسبقيات التنافسية باعتبارها بُعداً معتمداً على مستوى الشركة قيد الدراسة، حيثُ كان التأثير الأكبر لإدارة علاقات الزبائن في الأسبقيات التنافسية بالمرتبة الأولى يليه نظام تخطيط الاحتياجات من المواد ثانياً ثم التسويق الإلكتروني ثالثاً وأخيراً.

وعلى أساس ذلك تم تقديم مجموعة من المقترحات لعل أبرزها:

١. تقترح الدراسة الحالية على إدارة شركة كارفور زيادة الاهتمام بأنشطة سلسلة التجهيز الإلكترونية لها من دور مهم في تعزيز الأسبقيات التنافسية من خلال إدخال الموظفين والعاملين في دورات تدريبية لتنمية مهاراتهم وقدراتهم في مجال سلاسل التجهيز الإلكترونية، وقيام قسم البحث والتطوير بأجراء المزيد من البحوث والدراسات لمتابعة التطورات الحاصلة في سلاسل التجهيز .

٢. على إدارة شركة كارفور زيادة الاهتمام بأبعاد الأسبقيات التنافسية كونها من الوسائل الأساسية في البقاء والنمو و تحقيق التفوق على المنافسين والطريقة الرئيسة في الدخول إلى الأسواق العالمية من خلال البحث عن أفضل المجهزين من حيث الكلفة والجودة والمرونة وسرعة التسليم وتوفير المواد الغير ضارة بالبيئة فضلاً عن تنمية مهارات وقدرات عملها وجعلهم قادرين على إنجاز أكثر من مهمة بنفس الوقت.

Abstract

The aim of this study is to identify the role of Electronic Supply Chain activities in promoting the Competitive advantages for the Carrefour Company/Erbil/ Kurdistan Region/Iraq. The of the study adopted the Electronic Supply Chain activities as an independent variable and Competitive advantages as a dependant variable while the field part of the study investigated the correlations, impact, and variance among the study's variables represented by Electronic Supply Chain activities including (Enterprise Resource Planning (ERP) systems, e-procurement, Material Requirement Planning (MRP), e-marketing, and customer relationship management (CRM) and the Competitive advantages including (Cost, Quality, Flexibility, Delivery, Innovation, and Environment)

Based on the aforementioned, the study sought to answer a number of questions including:

- A.** What is the rate of implementing each of the Electronic Supply Chain activities in the investigated company?
- B.** Does the investigated company depend on the Competitive advantages?
- C.** Is there awareness among managers of the investigated company towards the role of Electronic Supply Chain activities in promoting the Competitive advantages?
- D.** What are the nature of correlations between the Electronic Supply Chain activities and the Competitive advantages in the investigated company?
- E.** What is the impact of Electronic Supply Chain activities on each of the competitive advantages?
- F.** What is the level of variance of Electronic Supply Chain activities under the competitive advantages?

In order to answer the questions of the study, a hypothetical model was adopted to explain the nature of the hypothesized relationships between the independent and dependent study variables. Under the three main hypotheses and the derived sub-hypotheses tested using a set of statistical methods for the data collected using the questionnaire; the study reached a number of conclusions, the most important of which were:

- 1.** A significant correlation was found between the Electronic Supply Chain activities and the Competitive advantages in the investigated company. This means the increase in interest of the Company's management in the Electronic Supply Chain activities will contribute to choosing the competitive advantages.
- 2.** A statistical impact of the Electronic Supply Chain activities was found on the Competitive advantages at the macro levels. This indicates the

Abstract

importance of the role of Electronic Supply Chain activities in promoting the Competitive advantages in the investigated company

3. A variance in impact was found between the Electronic Supply Chain activities as an independent dimension on the Competitive advantages as a dependant dimension at the level of the investigated company .The greatest impact was found between (Customer Relationship Management) and the Competitive advantages in the first place followed by the (Material Requirements Planning (MRP) system) in the second place, and third and finally (e-procurement).

Based on the conclusions, a number of Proposals were presented:

1. The present study suggests that Carrefour's management should pay more attention to the activities of the electronic processing chain because it has an important role in promoting competitive advantages by introducing staff and employees in training courses to develop their skills and capabilities in the electronic processing chains. The research and development department undertakes further research and studies to follow developments In processing chains..

2. Carrefour's management should increase attention to the dimensions of competitive advantages as it is one of the basic means of survival and growth, achieving the superiority of competitors and the main way to enter the world markets by looking for the best suppliers in terms of cost, quality, flexibility, fast delivery and providing environmentally friendly materials as well as skills development And their ability to accomplish more than one task at the same time .making them able to accomplish more than one task at the same time.

The Republic of Iraq

Ministry of Higher Education and Scientific Research

University of Mosul

College of Administration & Economic

Department of

Industrial Administration



The Role of Electronic Supply Chain Activities in
Promoting the Competitive advantages
An Pilot: Study of the Opinions of Managers at
Carrefour Company
Erbil / Kurdistan Region/ Iraq

Mohamed Sodad Awn alrafek Alyakobi

M. Sc / Master
Industrial Administration

Supervised by

Assist. Prof.

Dr. Magid Mohammad Saleh