



جامعة الموصل  
كلية الإدارة والاقتصاد

**التصنيع بالاستجابة السريعة (QRM) في إطار ابعاد  
التسويق الريادي (EM)  
دراسة استطلاعية في مركزي صناعة الاطراف الصناعية / اربيل  
ودهوك**

**صالح مثنى عبد المجيد التحاني**

رسالة ماجستير

قسم الادارة الصناعية

**بإشراف**

**الأستاذ المساعد الدكتور**

**رعد عدنان رؤوف الحمداني**

٢٠١٧ م

١٤٣٩ هـ

## المستخلص

سعت الدراسة الحالية الى اختبار دور التسويق الريادي في تعزيز التصنيع بالاستجابة السريعة في مركزي صناعة الاطراف الصناعية. اذ تبنت الدراسة في إطارها المفاهيمي ابعاد التسويق الريادي بوصفه متغيراً تفسيريّاً، فضلاً عن التصنيع بالاستجابة السريعة بوصفه متغيراً مستجيباً ومن هذا المنطلق حُدّدت مشكلة الدراسة بعدة تساؤلات تحمل في طياتها فلسفة نظرية معرفية وعملية إحصائية وكالاتي:

- ما مدى تطبيق العينة قيد الدراسة لمبادئ التصنيع بالاستجابة السريعة (QRM) ؟
  - هل يمكن الاعتماد على ابعاد التسويق الريادي لتفعيل تلك المبادئ ؟
  - هل ينعكس النجاح في تطبيق التسويق الريادي على تعزيز مبادئ التصنيع بالاستجابة السريعة ؟
- وبعد تبلور الإطار المفاهيمي ومراجعة ما سبق من جهود بحثية ذات العلاقة بأبعاد الدراسة تم وضع مخطط افتراضي يعكس طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بين هذه المتغيرات وصيغت مجموعة من الفرضيات الرئيسة والفرعية التي تم اختبارها في مركزي صناعة الاطراف الصناعية / اربيل ودهوك، ومن أجل تحقيق فهم أعمق تبني الباحث منهج الدراسة الميدانية في ظل اعتماد مجموعة من الأدوات في جمع البيانات والمتمثلة بالمقابلات الشخصية والزيارات الميدانية فضلاً عن استمارة الاستبانة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات من أهمها:

١. كشفت نتائج الدراسة الميدانية حول كل متغير من متغيراتها أن المعدل العام لإدراك الأفراد المبحوثين جيداً وإيجابياً مما يؤكد أنهم يولون إهتماماً بأبعاد التسويق الريادي في سبيل تحقيق التصنيع بالاستجابة السريعة في المركزين قيد الدراسة.
  ٢. تحقق وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوية بين ابعاد التسويق الريادي ومبادئ التصنيع بالاستجابة السريعة في المركزين قيد الدراسة.
- واعتماداً على الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، قدم الباحث مجموعة من التوصيات المنسجمة مع هذه الاستنتاجات أهمها :

١. ضرورة زيادة اهتمام إدارة المركزين قيد الدراسة بمضامين الفكر الإداري في مجالي ابعاد التسويق الريادي والتصنيع بالاستجابة السريعة وتعميقها لدى المدراء والعاملين لما لذلك من اسهام في تعزيز قدرة المركزين على تحقيق النجاح في اعتماد نظام التصنيع.

٢. ضرورة زيادة اهتمام إدارة المركزين قيد الدراسة بتعميق الممارسة لدى المدراء والعاملين لديها في مجمل سير العمل من خلال تجسيد ابعاد التسويق الريادي، فضلاً عن انضاج الفهم بمبادئ نظام التصنيع بالاستجابة السريعة بهدف ضمان استمرار المركزين قيد الدراسة لضمان السرعة والجودة في تنفيذ الطلبات.

**الكلمات المفتاحية:** التصنيع بالاستجابة السريعة , ابعاد التسويق الريادي

## **Abstract**

The Study Attempts To Test The Role Of Entrepreneurial Marketing's Dimensions To Achieve Quick Response Manufacturing A Field Study In A Sample Of Prosthetic Limbs Industry Centers. In Its Conceptual Framework, The Study Adopted The Dimensions Of Entrepreneurial Marketing As Independent Variable And The Quick Response Manufacturing As Dependent Variable. Henceforth, The Study Problem Was Determined By Questions Including An Epistemological And Theoretical Philosophy And Statistical Process As Follows:

- To Which Extent Does The Sample Applied The Principles Of Quick Response Manufacturing?
- Can Adopting The Dimensions Of The Entrepreneurial Marketing To Activate These Principles?
- Is There Reflected About Success In Entrepreneurial Marketing Application To Enhance The Principles Of Quick Response Manufacturing?

After Crystallization Of The Conceptual Framework And Reviewing Of The Related Foregoing Research Efforts, Hypothetical Model Was Designed To Reflect The Nature Of The Correlations And Impact Between The Variables Based On A Number Of Main And Sub Hypotheses That Were Tested In A Sample Of Prosthetic Limbs Industry Centers In Erbil And Dohuk. In Order To Achieve A Deeper Understanding Of This Impact, The Researcher Has Adopted A Field Study Approach By The Adoption Of A Set Of Tools In Collecting Data Represented By Personal Interviews And Field Visits As Well As The Questionnaire Form.

### **The Study Concluded A Set Of Conclusions Including The Following:**

1. The Results Of The Exploratory Study Show That The Overall Rate Of Awareness Among The Respondents In The Sample Towards The Variables Was Good And Positive, Which Confirms That The Respondents Are Concerned With The Dimensions Of The Entrepreneurial Marketing In Order To Achieve Quick Response Manufacturing In The Investigated Centers.

## Abstract

2. The Study Found A Significant Correlation And Impact Between The Dimensions Of The Entrepreneurial Marketing And Quick Response Manufacturing In The Investigated Centers.

**Based On The Findings Of The Study, The Researcher Set A Number Of Recommendations Consistent With These Conclusions, As Follows:**

1. Increase The Awareness Of Managers In The Investigated Centers Concerning Ideas In The Areas Of Dimensions Of Entrepreneurial Marketing And The Quick Response Manufacturing And Instilling These Ideas Among Managers And Workers Since The Contribution Of These Ideas To The Centers' Ability To Achieve Greater Mental Place For The Beneficiaries.
2. Increase The Attention Of Management Of The Investigated Centers To Deepen The View For Managers And Employees About The Concept And The Dimensions Of Entrepreneurial Marketing, As Well As The Concept And Principles Of Quick Response Manufacturing System In Order To Ensure Continuity Of The Investigated Centers To Ensure Speed And Quality In The Implementation Of The Requests.

**Key Words:** Quick Response Manufacturing, Dimensions Of Entrepreneurial Marketing

**University of Mosul  
Administration And Economy College**



**Quick response manufacturing (QRM)  
in the framework of the dimensions of  
the Entrepreneurial Marketing (EM)  
An exploratory study in the prosthetic limbs  
industry centers/ erbil and douhuk**

**Saleh Muthana Abdul Majid Al-Tuhaffy**

M. Sc. / Thesis  
In  
Industrial Management

*Supervised By  
Assistant Prof.*

**Dr. Raad Adnan Raouf AL-Hmdani**

**2017 A.D.**

**1439A.H.**