**جامعة الموصل**

**كلية الإدارة والاقتصاد**

# إدارة سلاسل التوريد الخضراء ودورها في تعزيز القدرات التسويقيَّة/ دراسة تحليليَّة في معملِ سمنت بادوش/ التوسيع

رسالة ماجستير

في إدارة التسويق

**ربى سالم داؤد سليمان**

بإشراف

الأُستاذ المساعد

**الدكتور منذر خضر يعقوب المهتدي**

**1447هـ** **2025م**

## المستخلص

تسعى الدراسة إلى بيان دور إدارة سلاسل التوريد الخضراء في تعزيز القدرات التسويقيَّة في المنظمة المبحوثة، وتعالج مشكلة رئيسة تكمن في ضعف القدرات التسويقية التي تمتلكها المنظمة المبحوثة من خلال إدارة سلاسل التوريد الخضراء، وكذلك تمثلت المشكلة من خلال التساؤلات وهي بيان علاقة الارتباط والتأثير بين إدارة سلاسل التوريد الخضراء بوصفه متغيراً مستقلاً في تعزيز القدرات التسويقيَّة بوصفه متغيراً معتمداً، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وبناءً على مشكلة الدراسة، فقد تمّ صياغة عدد من الفرضيات أبرزها لا توجد علاقات ارتباط وأثر ذات دلالة معنوية بين إدارة سلاسل التوريد الخضراء والقدرات التسويقيَّة بأَبعادهما، وذلك وفقاً للنتائج العملية والإحصائية في الجانب التطبيقي من الدراسة، وللوصول إلى النتائج المرجوة، تمّ تصميم استمارة استبانة وزعت على عينة من الأَفراد العاملين في معمل سمنت بادوش/ التوسيع في محافظة نينوى، وكانت العينة قصدية بواقع (119) استمارة، وتمّ جمعها وفرزها وتحليلها، كما وتمّ استخدام عدد من الأَدوات الإحصائية للوصول إلى التكرارات والنسب المئوية والأَوساط الحسابية والانحرافات المعيارية، واستخراج المعدل العام لكل بعد من أَبعاد متغيري الدراسة باستخدام البرمجية الإحصائية (SPSS.VER 27)، فضلًا عن استخراج قيم معاملات الارتباط والتأثير لاختبار صحة الفرضيات الموضوعة. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أَبرزها وجود علاقة ارتباط معنوية بين إدارة سلاسل التوريد الخضراء والقدرات التسويقيَّة؛ إذ تبين أن لإدارة سلاسل التوريد الخضراء وبأَبعادها مجتمعة تسهم وبشكل كبير في تعزيز القدرات التسويقيَّة للمنظمة المبحوثة، وهذا ما يساعدها على تحسين موقعها في السوق وتلبية احتياجات الزبائن وزيادة قدرتها على المنافسة



**الكلمات المفتاحية:** إدارة سلاسل التوريد الخضراء، القدرات التسويقيَّة، معمل سمنت بادوش/ التوسيع.

**Abstract**

The study seeks to clarify the role of green supply chain management in enhancing marketing capabilities in the respondent organization, and addresses a major issue that lies in the weak marketing capabilities that the respondent organization possesses through green supply chain management, and the issue was represented through the questions of the correlation and influence relationship between green supply chain management as an independent variable in enhancing marketing capabilities as a dependent variable, and the descriptive analytical method was used, Based on the issue of the study, a number of hypotheses were formulated, most notably that there are no significant correlation and impact relationships between green supply chain management and marketing capabilities in their dimensions, according to the practical and statistical results in the applied aspect of the study, and to reach the desired results, a questionnaire was designed and distributed to a sample of individuals working in Badush Cement Factory / Expansion in Ninewa Governorate, and the sample was purposive (119) questionnaires, A number of statistical tools were used to access frequencies, percentages, arithmetic means, standard deviations, and to extract the overall average for each dimension of the two study variables using statistical software (SPSS.VER 27) ،In addition to extracting the values of correlation and influence coefficients to test the validity of the hypotheses. The study found that there is a significant correlation between green supply chain management and marketing capabilities; it was found that green supply chain management and its combined dimensions contribute significantly to enhancing the marketing capabilities of the respondent organization, which helps it improve its position in the market, meet customer needs, and increase its competitiveness.

**Keywords**: Green Supply Chain Management, Marketing Capabilities, Badoush Cement Factory/Expansion

**Green Supply Chain Management and Its Role in Enhancing Marketing Capabilities/An Analytical Study for the Badoush Cement Factory/Expansion**

**Author:** Rubaa Salem Daoud Suleiman **Advisor:** Al-Mahdi. B.D **Publisher:** University of Mosul

| HIGHLITS | GRAPHICAL ABSTRACT |
|---|---|
| | |

***Keywords:***

**Green Supply Chain Management, Marketing Capabilities, Badoush Cement Factory/Expansion.**

**ABSTRACT**

The study seeks to clarify the role of green supply chain management in enhancing marketing capabilities in the respondent organization, and addresses a major issue that lies in the weak marketing capabilities that the respondent organization possesses through green supply chain management, and the issue was represented through the questions of the correlation and influence relationship between green supply chain management as an independent variable in enhancing marketing capabilities as a dependent variable, and the descriptive analytical method was used, Based on the issue of the study, a number of hypotheses were formulated, most notably that there are no significant correlation and impact relationships between green supply chain management and marketing capabilities in their dimensions, according to the practical and statistical results in the applied aspect of the study, and to reach the desired results, a questionnaire was designed and distributed to a sample of individuals working in Badush Cement Factory / Expansion in Ninewa Governorate, and the sample was purposive (119) questionnaires, A number of statistical tools were used to access frequencies, percentages, arithmetic means, standard deviations, and to extract the overall average for each dimension of the two study variables using statistical software (SPSS.VER 27) ،In addition to extracting the values of correlation and influence coefficients to test the validity of the hypotheses. The study found that there is a significant correlation between green supply chain management and marketing capabilities; it was found that green supply chain management and its combined dimensions contribute significantly to enhancing the marketing capabilities of the respondent organization, which helps it improve its position in the market, meet customer needs, and increase its competitiveness.

**2025 M.Sc. Thesis @Univ. of Mosul, College of Administration and Economics, Marketing Management Dept.**

**(https://www.uomosul.edu.iq/).**

**University of Al Mosul**

**College of Administration and Economics**

# Green Supply Chain Management and Its Role in Enhancing Marketing Capabilities/An Analytical Study of the Badoush Cement Factory/Expansion

Master Thesis

In Marketing Management

**Rubaa Salem Daoud Suleiman**

Supervised by

**Assistant Professor**

**Dr. Munther Khader Yaqoub Al-Mahdi**

**1447 A.H.** **2025 A.D.**