



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
الجامعة التقنية الوسطى  
الكلية التقنية الإدارية - بغداد

## وقائع المؤتمر العلمي التخصصي الرابع للكلية التقنية الإدارية - بغداد

للمدة من

2018 / 11 / 29 - 28

تحت شعار

### الإبداع الإداري لتحقيق الرؤية المستقبلية

### لمنظمات الأعمال

المجلد الثاني / رقم الإيداع (642)

البحوث المنشورة محكمة

## الفهرست المجلد الثاني

محور الجودة			
201-227	م.م. سعاد حمود مسلم أ.م.د. لمياء حسين موله	تطبيق معايير ادارة الجودة الشاملة من حيث تقويم الاداء في المكتبات الجامعية : دراسة تحليلية في مكتبة كلية الصيدلة/ جامعة بغداد	41
228-245	م. بسام منيب علي م. احمد طلال احمد	تشخيص واقع فجوات جودة الخدمة في القطاع السياحي/دراسة تحليلية لعينة من الشركات السياحية في محافظة نينوى	42
246-273	م. محمد منيب محمود م.م. علي وليد حازم	انشطة التوزيع المادي واثرها في ضبط جودة المنتجات/دراسة استطلاعية لأراء المدراء في معمل الالبسة الولادية في الموصل	43
274-301	أ.د. سمير كامل سعيد السيد علي عبد الحسين الزرقي	تطبيق معايير الاعتماد المؤسسي الوطنية لتحسين جودة التعليم/دراسة ميدانية : الكلية التقنية الادارية-بغداد	44
302-332	أ.م.د. نداء صالح مهدي	قياس وتحليل مدى توافر متطلبات نظام ادارة استمرارية الاعمال وفق المواصفة ISO22301:2012/دراسة حالة في البنك المركزي العراقي	45
333-356	أ.م. حيدر شاكر البرزنجي	تأثير تطبيق المواصفة الدولية ISO45001:2018 لإدارة السلامة والصحة المهنية في الاداء الاستراتيجي لشركة ديبالي العامة للصناعات الكهربائية	46
المحور المعلوماتي			
358-370	م. انهار خير الدين محمد م. نعمة عبد الله الفخري	تصميم نظام معلومات لدعم تطبيق الادارة الالكترونية الذكية في الشركات المساهمة	47
371-383	أ.م.د. احمد ذياب احمد م.د. بشري خريبط جاسم	اهمية استعمال تكنولوجيا المعلومات والاحصاء في المؤسسات الحكومية	48
384-393	Dr. Sabah F. Abdulhussein	Statistical Study on Causes f Begging Spread Phenomenon in Baghdad From Academic Point of View	49
394-403	A.P.Dr. Maisa,a Abid Ali A.P. Muntaha Khudair Abbas	Steganography Secret Message based on Image Sharpening Using 2D Hear Wavelet Transform	50

أنشطة التوزيع المادي وانعكاسها على جودة المنتجات / دراسة استطلاعية لآراء  
المدراء في معمل الألبسة الولادية في الموصل

**Physical Distribution Activities and its Impacts on the  
Product's Quality / Exploratory Study for the Managers  
Opinions in Boys Clothing Factory in Mousl**

م. محمد منيب محمود الدباغ      م. م. علي وليد حازم العبادي  
كلية الإدارة والإقتصاد / جامعة الموصل

**المستخلص**

سعى البحث إلى تحديد أنشطة التوزيع المادي وانعكاسها على جودة المنتجات / دراسة استطلاعية لآراء المدراء في معمل الألبسة الولادية في الموصل، إذ تبنى البحث في الجانب النظري موضوع أنشطة التوزيع المادي بوصفه متغيراً مستقلاً فضلاً عن تناوله لموضوع جودة المنتجات متغيراً معتمداً، أما الجانب الميداني من البحث فقد تضمن هذه الأنشطة بمتغيراتها ضمن إطار شمولي في محاولة لتحليل العلاقة والأثر بينهما حيث ركزت مشكلة البحث على مدى ارتباط وتأثير أنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات لبلوغ النتائج المرغوبة وذلك بما يتوافق مع تحقيق هدف الشركة. وبشكل عام يحاول البحث الإجابة على التساؤل الآتي: ما طبيعة علاقة الارتباط والأثر بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات في المعمل قيد البحث؟ وتوصل الباحثان إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

- هناك علاقة ارتباط معنوية بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات.
  - هناك أثر معنوي لأنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات.
- واعتماداً على الاستنتاجات التي تمّ التوصل إليها فقد قدمت عدداً من المقترحات المنسجمة مع هذه الاستنتاجات.

**الكلمات المفتاحية:**

التوزيع المادي، أنشطة التوزيع المادي، جودة المنتجات

**Abstract**

The research sought to determine physical distribution activities and its impacts on the product's quality / exploratory study for the managers opinions in Boys Clothing Factory in Mousl. The research has adopted the matter of physical distribution activities as a independent variable besides tackling the product's quality as a dependent one. The practical of frame of

the research has included these activities with there variables in terms of total framework as an attempt to analyze the relationship and effect between them. The problem of this study has focused on the degree of connection and the impact of physical distribution activities on the product's quality to achieve the desired results in a way which is in harmony with the objective of the company. generally The research also tries to answer the following question: What is the relationship nature of the correlation and effect between the physical distribution activities and product's quality of the factory under research? The researcher has reached to a set of conclusions and the most important :

-There is asignificant correlation relationship between the physical distribution activities and the product's quality.

-There is asignificant effect of the physical distribution activities in product's quality.

Depending on the conclusions that have been reached, has provided a number of proposals are consistent with these conclusions.

### **Keywords**

physical distribution, physical distribution activities, product's quality

### **المقدمة**

يعتمد نجاح الشركات الصناعية على قدرتها في مواكبة التطورات العلمية والعملية التي تشكل تحدياً عصبياً للشركات الناجحة الأمر الذي يتطلب منها العمل على إثبات قدرتها في مواجهة هذه التغييرات البيئية المتقلبة من خلال البحث المستمر عن أفضل الممارسات في عمليات الإنتاج ابتداءً من شراء المواد الأولية وانتهاءً بالعمليات الإنتاجية في الشركة لذلك اتجهت معظم الشركات اليوم إلى الاهتمام بالتوزيع المادي بمشاركة أنشطته المتمثلة بـ ( النقل، التخزين، المناولة، معالجة الطلبات، الاتصالات، التعبئة والتغليف) من خلال التنسيق فيما بينها، ومن جانب آخر أولت الشركات اهتماماً متميزاً بجودة المنتجات من أجل أحداث نقلة نوعية فيها بوصفها سلاحاً تنافسياً مهما تستخدمه الشركات المعاصرة لجذب الزبائن وتحقيق التميز في السوق ولاسيما بعد أن أدركت أن جودة المنتجات تستند إلى تحقيق متطلبات وتوقعات الزبون النهائي كونه المحور الأساس الذي تدور حوله تنافس الشركات وتتأثر جودة المنتجات بالعديد من المتغيرات ومنها أنشطة التوزيع المادي، الأمر الذي يتطلب دراسة تأثير أنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات لأهميته في تطوير شركائنا وزيادة قدرتها على مواجهة المنافسة الحادة في السوق. وقد تضمن البحث المحاور الآتية: (البحث الأول: منهجية البحث. البحث الثاني: الجانب النظري. البحث الثالث: الجانب الميداني. البحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات).

### **البحث الأول: منهجية البحث**

يتضمن هذا البحث المحاور الآتية:

### أولاً- مشكلة البحث:

في الوقت الذي تسعى فيه الشركات إلى البقاء والنمو وتعزيز مركزها التنافسي في الأسواق المحلية والعالمية أخذ موضوعاً أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات يستحوذان على اهتمام إدارة الشركات الصناعية، إذ تعد أنشطة التوزيع المادي إحدى المرتكزات الأساسية في النشاطات التسويقية، فأهمية أنشطة التوزيع المادي تكمن في تحقيق التدفق المناسب للمنتجات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها أو استخدامها، ولما كان للجودة دور في تعزيز المركز التنافسي للشركة في السوق، فإن الشركات بدأت تتسابق في تحسين جودة منتجاتها من خلال الأداء الكفوء للأنشطة المؤثرة فيها ومنها أنشطة التوزيع المادي، وبشكل عام يمكن التعرف على مضامين المشكلة من خلال طرح التساؤل التالي:

ما طبيعة العلاقة والأثر بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات في المعمل قيد البحث؟

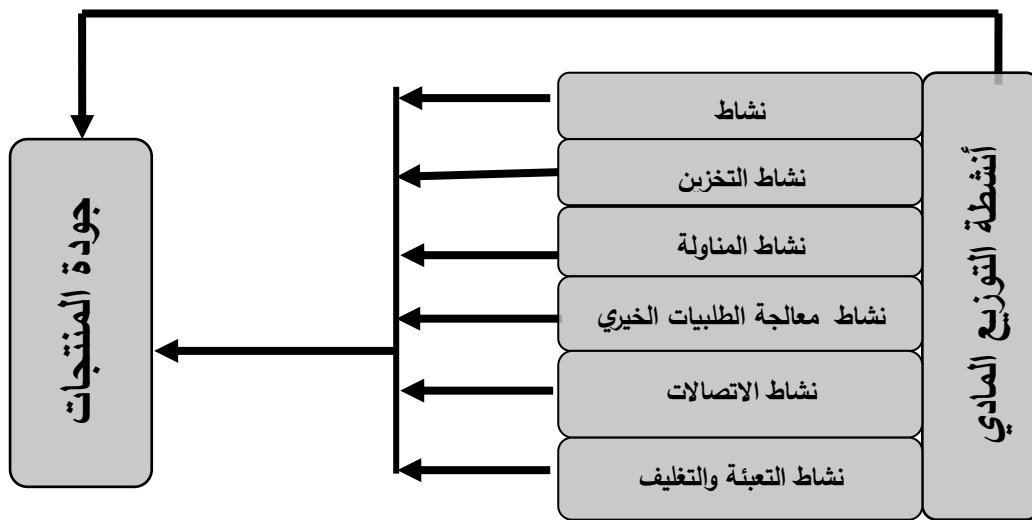
### ثانياً- أهداف البحث:

في ضوء مشكلة البحث يمكن تحديد أهداف البحث بالآتي:

- تقديم معالم نظرية للمدراء في معمل الألبسة الولادية عن مفهوم التوزيع المادي وأنشطته، فضلاً عن مفهوم الجودة وأهميتها.
- بناء نموذج افتراضي واختباره للوصول إلى صورة تعكس العلاقة والأثر بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات في المعمل قيد البحث.

### ثالثاً- نموذج البحث:

تم تصميم نموذج افتراضي للبحث وكما في الشكل (1) والذي يشير إلى العلاقة بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات في المعمل قيد البحث.



الشكل (1) نموذج البحث الافتراضي

#### رابعاً- فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية الأولى: يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أنشطة التوزيع المادي مجتمعةً وجودة المنتجات في المعمل قيد البحث. وتتنبثق عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط النقل وجودة المنتجات.
- 2- يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط التخزين وجودة المنتجات.
- 3- يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط المناولة وجودة المنتجات.
- 4- يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط معالجة الطلبات وجودة المنتجات.
- 5- يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط الاتصالات وجودة المنتجات.
- 6- يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط التعبئة والتغليف وجودة المنتجات.

الفرضية الرئيسية الثانية: يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لأنشطة التوزيع المادي مجتمعةً في جودة المنتجات في المعمل قيد البحث. وتتنبثق عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لنشاط النقل في جودة المنتجات .
- 2- يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لنشاط التخزين في جودة المنتجات.
- 3- يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لنشاط المناولة في جودة المنتجات .
- 4- يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لنشاط معالجة الطلبات في جودة المنتجات .
- 5- يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لنشاط الاتصالات في جودة المنتجات .
- 6- يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لنشاط التعبئة والتغليف في جودة المنتجات .

#### خامساً- منهج البحث:

اعتمد الباحثان على المنهجين الوصفي التحليلي في وصف مجتمع وعينة البحث، فضلاً عن دراسة وتحليل العلاقة بين المتغيرات الرئيسية والفرعية المعتمدة في البحث  
سادساً - أساليب جمع البيانات:

لعدم الجانب النظري وتغطيته تم الاستعانة بالمصادر العربية والأجنبية من كتب ودوريات ورسائل وأطاريح لها علاقة بموضوع البحث، أما الجانب الميداني فقد تم جمع البيانات من خلال الدراسة الميدانية فضلاً عن استمارة الاستبانة\* التي أعدت لقياس متغيرات البحث.

#### المبحث الثاني: الجانب النظري

يتضمن هذا المبحث المحاور الآتية:

أولاً- أنشطة التوزيع المادي: يتضمن هذا المحور الآتي:

\* نموذج استمارة الاستبانة في الملحق (1).

### أ- مفهوم التوزيع المادي

يرى (الزعيبي وعزام، 2012، 204) بأن التوزيع المادي هو مجموعة من الأنشطة المتعلقة بتسهيل حركة انتقال المنتجات ماديا من أماكن إنتاجها أو استخراجها إلى أماكن استهلاكها أو استخدامها وتشتمل مجموعة الأنشطة هذه على وظائف النقل والتخزين ومناولة المواد ومراقبة المخزون واختيار موقع المخازن و تجهيز الطلبيات وخدمة الزبون ، وعليه فإن التوزيع المادي يساهم في خلق المنفعة الزمانية والمكانية للمنتج. وبين (الصميدعي ويوسف، 2010، 283) أن التوزيع المادي هو ذلك النظام الذي يستخدم في الميادين الصناعية والتجارية بهدف شرح وتفصيل كافة الأنشطة والفعاليات المرتبطة بعملية انسياب المنتجات من المصنع حتى وصولها للزبون النهائي والتي تتضمن حركة المواد من مصادرها الأولية إلى خطوط الإنتاج وتتضمن النقل، التخزين، مناولة المواد، التعبئة، إدارة المخازن، اختيار المستودعات وإجراءات الطلب والتنبؤ بالسوق. وأوضح (Silvia, 2007, 1054) بأن التوزيع المادي هو تخطيط وتنفيذ والسيطرة المادية وتلبية الاحتياجات من خلال تدفق المنتجات من الشركة المصنعة إلى الزبون وتحقيق الربح للشركة ومن ثمّ تمكنها من الحصول على ميزة تنافسية. وأشار (العسكري، 2007، 187) إن التوزيع المادي يعتبر احد الأنظمة الفرعية للتسويق ، ومن ثمّ فإنه لا يعتبر نشاطا مستقلا بذاته، ويعني ذلك أنه جزء أساسي من البرنامج التسويقي وله انعكاسات من الناحية الإستراتيجية ومن الناحية الربحية على أداء نشاط التسويق. ويرى (الجنابي، 2011، 27) أن التوزيع المادي مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تسهم في تحريك المنتجات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها واستخدامها وذلك لمقابلة احتياجات الزبائن لتحقيق أفضل مستوى ممكن من خدمة الزبائن.

### ب- أهمية التوزيع المادي

إن أهمية التوزيع المادي تبرز بالنسبة للشركة الصناعية والمستخدم الصناعي والنشاط التسويقي عموما في كونه يخلق المنفعة المكانية والزمانية، أن تجهيز وتصنيع واستخراج الخيرات من الطبيعة ونقلها إلى حيث يتم تحويلها إلى منتجات وإيصالها إلى الزبون ويحقق بذلك المنفعة المكانية بينما الاحتفاظ بهذه الخيرات والمنتجات وتوفيرها لحين الحاجة إليها فإنه ينشئ المنفعة الزمانية، إن النظرة للتكاليف العالية للتوزيع المادي والتي يستحوذ عليها من إجمالي التكاليف التسويقية أدى إلى قيام الكثير من المسؤولين عن التسويق والمتخصصين في الشركات الصناعية بالاهتمام بهذا النشاط باعتباره من الأنشطة المهمة في مجال التسويق (الصميدعي ويوسف، 2011، 283-284). ويرى (العمر، 2005، 325) أن أهمية التوزيع المادي بالنسبة إلى الشركة والمشتري في كونه يخلق المنفعة المكانية والزمانية من خلال تصنيع وتجهيز واستخراج المواد من الطبيعة ومن ثم الاحتفاظ بها وتخزينها لحين الحاجة إليها. وبحسب معهد التسوق البريطاني تظهر أهمية التوزيع المادي من خلال النقاط التالية :

- 1- يقدم التوزيع المادي للزبون خدمة تعريفه بالمنتجات من خلال نقلها وعرضها في أماكن البيع وأوقات تواجد المشتريين. فلولا التوزيع المادي لتعذر على المشتري الحصول على المنتجات بسهولة من المنتجين، الأمر الذي قد يترتب عليه تكاليف أو جهود كبيرة .
- 2- يعمل التوزيع المادي كأداة تنظيم وتوازن بين العرض والطلب للمنتجات في السوق وذلك من خلال تخزينها لحين الطلب .
- 3- يحقق التوزيع المادي ميزة تنافسية للشركة إذا ما تم تخطيطه وتنفيذه ومراقبته بشكل فعال.
- 4- يوفر التوزيع المادي إمكانية تحقيق التكامل الأمامي والتكامل الخلفي في قناة التوزيع، حيث إن التكامل الأمامي يعني تحقيق أقصى درجة من المرونة في السيطرة على قنوات التوزيع ونقل المنتجات إلى المشتري والتكامل الخلفي يوفر نفس القدر من المرونة في تهيئة عناصر المدخلات من مصادرها .

### ثالثاً - أهداف التوزيع المادي

- ذكر (الصميدعي، 2008، 64) إن إدارة الشركة تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف من خلال عملية التوزيع تتمثل بـ:
- 1- زيادة كمية المبيعات من منتجاتها.
  - 2- المحافظة على حصة الشركة في أسواقها.
  - 3- توسيع وزيادة حصة الشركة في أسواقها المختلفة.
  - 4- لمواجهة المنافسة والصمود أمامها.
  - 5- جعل المنتجات بمتناول يد المستهلكين أو المشتريين في المكان ، الزمان ، الأسعار والجودة المناسبة.
  - 6- جمع وتقديم كافة المعلومات اللازمة عن السوق ، المنافسين، الزبائن وأي معلومات أخرى تساعد وتخدم الإستراتيجية التسويقية للشركة.
  - 7- تحقيق الاتصال اللازم والضروري بمختلف فئات الزبائن أو المشتريين .
  - 8- تعزيز الثقة بمنتجات الشركة وبناء الولاء اللازم لمنتجاتها.
  - 9- زيادة كمية الأرباح 10- خلق التوازن اللازم بين العرض والطلب لما له من أهمية في استقرار الأسواق. وأشار (الجنابي، 2011، 28) أن من أهم أهداف التوزيع المادي في أي شركة ولأي منتج تخفيض تكاليف تحرك وتخزين المنتجات ونقلها من الشركة إلى الزبون وبالتالي تخفيض الأسعار وزيادة الطلب وإشباع حاجات الأسواق، وأضافت إن على الشركة أن تحقق التوافق والتناغم بين أنشطة التوزيع المادي لان هذا سيؤثر بدوره في كفاءة العمل التسويقي لها وبتجاه تحقيق الأهداف .



#### رابعاً- أنشطة التوزيع المادي

اتفق اغلب الباحثين (الجنابي، 2011، 30) و (السويدان والعبادي، 2011، 269) و (الكيكي، 2006، 200) و (العمر، 2005، 325) و (Stanton et.al، 2004، 463) و (Lampert&Stook، 1999، 130) أن أنشطة التوزيع المادي تتمثل بالتالي :-

**1- النقل:** يشكل نشاط النقل حوالي (35-65%) من الكلف ذات الصلة بنظام التزويد وغالبا ما تضع الشركات وخاصة الصناعية مسؤولية نشاط النقل على قسم الحركة أو السير الذي يقوم بدوره بتحديد متطلبات النقل للحمولات الداخلية والخارجية بالإضافة إلى اختيار وسائل النقل لتلك الحمولات كما ويراقب تدفق الحمولات الداخلية والخارجية ومتابعتها عند الضرورة كما ويقوم قسم الحركة بالإضافة إلى ما جاء في أعلاه، بالتفاوض مع الناقلين لغرض الحصول على خدمات النقل المطلوب وبالأسعار المناسبة وتقييم أداء الناقلين (العلي، 2006، 263). وأوضح (العبادي، 2011، 44) أن النقل يُعد حلقة الوصل بين مصادر التجهيز والسوق إذ الطلب على المنتجات، فالنقل يسهم في تحقيق المنفعة الزمانية والمكانية للمنتجات من خلال القيام بعملية نقلها من مناطق إنتاجها إلى مناطق شرائها واستخدامها". وأشار (الراوي والسند، 2000، 12-16) بأنه توجد عدة أنواع من وسائل النقل التي يمكن للشركة أن تختار واحدة أو أكثر منها لنقل منتجاتها بعد أخذها بنظر الاعتبار العوامل المؤثرة على عملية الاختيار وهذه الوسائل هي (النقل بالشاحنات، النقل بسكك الحديد، النقل الجوي، النقل المائي (البحري والنهري) النقل بواسطة الأنابيب). وذكر (Tseng, et.al, 2005, 1662) أن النقل يلعب دور الرابط بين العديد من الخطوات التي تؤدي إلى تحويل المواد إلى منتجات مفيدة للزبون النهائي إذ يُمثل نظام حركة المنتجات بين الوظائف من أجل تقليل التكاليف وتعظيم خدمة الزبائن. وبيّن (العمر، 2005، 326) إن المفاضلة بين هذه السياسات تعتمد على عدة عوامل منها: **1- طبيعة المنتج المنقول:** فإذا كان المنتج كبير الحجم وقليل الثمن (فوسفات، فلزات، حبوب، أقطان...)، فيتم نقلها بالقطارات والسفن. أما المنتجات الخطرة والقابلة للاشتعال أو الملوثة للبيئة (نפט، غاز، يورانيوم، نفايات نووية...)، فيتم نقلها بواسطة أنابيب أو صهاريج خاصة، وتنقل الزهور بالطائرات إلى الأماكن البعيدة كونها سريعة العطب والتلف. **2- الوقت** أُلزِم للنقل: فالطلبات العاجلة تتطلب وسيلة نقل سريعة والعكس صحيح. **3- قيمة المنتج:** فالمنتج صغير الحجم وغالي الثمن كالمجوهرات والذهب والخيول الأصيلة واللوحات الفنية النادرة فتنتقل بالطائرات لان النقل الجوي آمن أكثر من الوسائل الأخرى. **4- الإمكانيات المالية:** فالشركات ذات الإمكانيات المالية الضخمة تمتلك عادة أسطول نقل خاص بها، وهذا يمنحها سيطرة أكبر على إيصال المنتجات للأسواق المختلفة لتلبية الطلب في الوقت والمكان المناسبين، والعكس صحيح بالنسبة إلى الشركات ذات الإمكانيات المحدودة فتقوم باستئجار وسائل النقل الرخيصة الأجر.

ثانياً- التخزين: التخزين يعمل على خلق منافع للمنتج نتيجة الاحتفاظ به من وقت إنتاجه إلى وقت استهلاكه كما وهو من أهم الوظائف التي تقوم بتخزين المنتجات بمختلف أنواعها وذلك لحمايتها من التلف والسرقة وضمان استمراريتها في كل المواسم وعلى مدار السنة وعلى هذا الأساس يمكننا تلخيص أبعاد وظيفة التخزين بمنع الاختناقات السلعية خاصة الموسمية التي يكون الطلب عليها على مدار السنة مثل الخضر ولفواكه التي يتم إنتاجها في مواسم معينة ويستمر الطلب عليها طوال السنة، والاحتفاظ بالمنتجات التي تنتج على مدار السنة لكن الطلب عليها يكون موسمياً مثل الألبسة الصوفية أو الملابس الصيفية حيث تنتج هذه الملابس على مدار السنة ويتم تخزينها إلى حين الحاجة إليها ( الزعبي وعزام ،2012، 273) . وأوضح ( زنكنة ،2010، 16) إن التخزين هي الوظيفة التي تتضمن التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة والإشراف على المواد من خلال إجراءات التخزين المختلفة والتي تبدأ من استلام المواد ولحين صرفها للجهات الطالبة على أن يتم توفير كافة مستلزمات التخزين من مواقع. ويين (Narmadha,et.al,2010,180) أن دور نشاط التخزين يتمثل بتنسيق الأعمال في كل أقسام الشركة خصوصاً المبيعات، الإنتاج، التسويق، كذلك الاحتفاظ بمستوى مناسب من المخزون لغرض إرضاء الزبائن. وأكد (العدوان وآخرون،2010، 43-44) تظهر أهمية إدارة التخزين من خلال التالي: 1- تعتبر المواد والتجهيزات المختلفة الموجودة داخل المخازن أموالاً مستثمرة وتمثل أموالاً مجمدة وتكلف الشركة أموالاً إضافية للمحافظة عليها ومن هنا ندرك قيمة الوفورات التي يمكن إن تحققها الإدارة الجيدة للمخازن والتكاليف الباهظة التي قد تتحملها الشركة في حالة فشل إدارة المخازن. 2- إن تنوع متطلبات الإنتاج للمواد المختلفة يؤدي إلى ضرورة إيجاد مكان ملائم للمحافظة على هذه المواد لحين الحاجة إليها وتزويد الإنتاج بها في الوقت المناسب وبالكميات المناسبة. 3- الاحتفاظ بمنتجات الشركة التامة في ظروف تخزينية مناسبة لحين حاجة الأسواق لهذه المنتجات وبيعها. 4- إن بعض المواد تحتاج إلى التخزين لفترة معينة قبل استخدامها في عمليات الإنتاج كتخزين التبغ والخشب حتى يكتسب شروط الاستخدام في العملية الإنتاجية .

ثالثاً- المناولة: يشير نشاط المناولة إلى عملية تحريك أو نقل مختلف المنتجات أو البضائع من موقع إلى آخر وذلك للاستجابة لأحد أوامر التشغيل الصادرة من إدارة التوزيع المادي ، إدارة حركة المخزون الداخلية ولا يمكن الاستغناء عن وظيفة المناولة لأنها تساهم في تحقيق المنافع الزمانية والمكانية للمنتجات إلا إن اعتبارات الكفاءة تتطلب إبقاء جهود المناولة عند حدها الأدنى ولا تقتصر عملية المناولة على نقل المواد المشتراة أو السلع تامة الصنع أو الحركة الداخلية للمخزون حيث تتم عمليات مناولة أخرى داخل الوحدات الإنتاجية لإغراض التصنيع إلا إن هذا النوع من مناولة يعتبر جزءاً أساسياً من نشاط الإنتاج ويقع خارج نطاق نظام اللوجستيات (الزعبي وعزام ،2012، 294). وأوضح (عبيدات وشاويش،2010، 178-179) أن المناولة تعتبر من ألا أنشطة الأساسية في المخازن التي يجب أن تولها وظيفة التخزين اهتمامها لما لها من تأثير في تكلفة المخزون (خاصة

في الشركات الكبيرة ) وأن تختار وسائل المناولة الجيدة التي تتناسب مع ظروف كل مخزن وطبيعة الأصناف المخزونة فيه ولا شك أن أهميه المناولة تختلف من منظمة لأخرى وذلك حسب حجم المنظمة وطبيعة المواد والمعدات والمنتجات التي تتعامل بها فإذا كانت المنظمة صغيرة وتتعامل بمواد ومستلزمات ومنتجات خفيفة الوزن نجد أنه إلى حد ما تعتمد على المناولة اليدوية أكثر من الآلية والعكس صحيح إذا كان تعاملها بمواد ومنتجات ثقيلة وكان حجم نشاطها كبيراً إذ في هذه الحالة نجدها تعتمد على المناولة الآلية لتتلاءم مع ظروفها ومن ثم نجد أنه من المؤكد أن تكون أهمية المناولة في الحالة الأخيرة أكبر وذات تكلفة أعلى من الحالة الأولى. ويرى ( العدوان وآخرون، 2010، 202) تظهر أهمية نشاط المناولة الجيدة من خلال ما يأتي: 1- يؤدي التخطيط والتنظيم الجيد لعملية المناولة دوراً كبيراً في سهولة تدفق المواد إلى الإدارات والأقسام المختلفة مما يضمن استمرار العملية الإنتاجية وعدم توقفها. 2- تؤدي المناولة السليمة للمواد دوراً في تخفيض تكاليف التخزين وبالتالي تخفيض التكاليف الإجمالية للشركة. 3- تساهم في زيادة عدد الدورات الإنتاجية في الشركة. 4- تؤدي إلى تقليل حالات التخزين بين الأقسام إلى أدنى حد ممكن. 5- المناولة نشاط هام جداً إذا تم أدائه بشكل جيد ، فإن في ذلك ضماناً كبيراً لأمان المواد والبضائع ، وحمايتها من التلف والفساد ووصولها إلى أقسام الإنتاج بالمواصفات المطلوبة. 6- تقليل حوادث العمل والإصابات. 7- تؤدي إلى زيادة كفاءة الكوادر البشرية مما ينعكس على كفاءة الإنتاج. 8- أتمام عمليات الاستلام والفحص بأسرع وقت وقل جهد مما ينعكس على العلاقات مع المجهزين والإفادة من الامتيازات التي يتم منحها من قبلهم. 9- تقليل عدد مرات تحميل وتفريغ المواد والسلع .

**رابعاً- معالجة الطلبيات:** إن هاتان المهمتان تلعبان دوراً مهماً في مسألة توفير وتأمين البيانات والمعلومات بالشكل الصحيح وإعداد البرمجيات التي تخدم هذه العملية لكي لا تؤثر على أداء النظام لأن الأولى تختص بمعالجة ما يحتاجه المستهلك فعلاً من طلبات واحتياجات والثانية تقوم بالرقابة والسيطرة على حجم هذه الطلبيات الفعلي من كمية وإعداد المنتج ونوعيته ( الصميدعي، 2000، 144) . وبين ( الكيكي ، 2006، 24) إن معالجة الطلبيات تتضمن ثلاثة مهام وهي: 1- إدخال الطلب والذي يبدأ عندما يقوم الزبون بطلب شراء وذلك من خلال وسائل مختلفة وعديدة منها التلفون والبريد الالكتروني... وغيرها 2- تحضير الطلب ويتضمن عدة مهام منها : أ- إرسال الطلب إلى المخازن. ب- التحقق من توافر المنتج. القيام بعملية التدقيق لتأكد من صحة المعلومات المتعلقة بالسعر والمنتجات والحالة الائتمانية للزبون . ث- توصية المخازن لملي الطلب .

3- تسليم الطلب ويتضمن : أ- قيام المخزن بتحديد جداول التسليم مع النقل المناسب. ب- بلاغ الزبون عن حالة الطلبية لكي يتمكن من متابعتها وتسليمها. وأوضح ( الجنابي ، 2011، 47) بان أهمية معالجة الطلبيات في التوزيع المادي تكمن في علاقتها بفترة دوره الطلب التي تبدأ منذ وضع الطلبية إلى حين استلامها من قبل الزبون فكما كانت معالجة الطلبيات غير كفؤة وبطيئة فأنها يمكن

أن تبطئ من فترة دورة الطلب إلى حد كبير وتزيد كلف النقل إذا ما تم استخدام طريقة سريعة للنقل لإتمام زمن معالجة الطلبية البطيئة.

**خامساً-الاتصالات:** تعد الاتصالات عملية مهمة ومحددة في أية شركة صناعية كانت أو خدمية، حيث تعتمد فاعلية تنفيذ القرارات والتعليمات وأوامر على فاعلية الاتصالات في الشركة وصولاً إلى الدقة والتوقيت والمحتوى المناسب إذ يمكن اعتبارها إحدى الدعائم الأساسية لنجاح الشركة فغياب الاتصالات السليمة يقود إلى تبني قرارات بعيدة عن الدقة والحكمة وذلك لنقص المعلومات المطلوبة، ويقصد بالاتصالات العمليات التي تهدف إلى تبادل الآراء وأفكار والمعلومات والمقدمة بصورة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق الرموز والإشارات لتحقيق أهداف الشركة ( عبد الرحمن، 2001، 33). وترى (الجنابي، 2011، 48) إن الاتصالات تعد احد الأنشطة الأساسية من أنشطة التوزيع المادي وهي القدرات والقابليات وتبادل الأفكار والإشارات والمعلومات وتسهم في تنشيط فاعلية التوزيع المادي وتمكن من توثيق العلاقة بين الشركة والزبون وتهدف لتلبية حاجات ورغبات الزبائن. وأوضح (الكبي، 2006، 27) إن الاتصالات ووسائلها تعد ذات أهمية كبيرة لشركات الأعمال المعاصرة ومن بين العوامل المهمة التي تسهم في نجاح وبقاء الشركة وان الاتصالات أيا كان نوعها شفوية أو تحريرية تتسبب وتتدفق عبر العديد من القنوات المختلفة وفي اتجاهات متباينة داخليا وخارجيا فالشركة بحاجة إلى إيصال رسالتها الإعلانية إلى زبائنها وفي الوقت نفسه هي بحاجة إلى معرفة احتياجات زبائنها وطموحاتهم وتطلعاتهم ومشاكلهم ومقترحاتهم كي يتم العمل على أساسها وان الكثير من المشكلات التي تواجهها شركات اليوم إنما تستند على مشكلات الاتصال إذ أن تعجز المعلومات وكذلك سعة وتنوع وسائل الاتصال وحجم الاتصالات الهائل أصبح الصفة المميزة لهذا العصر وهذا ما جعل الأمر أكثر تعقيداً

**سادساً- نشاط التعبئة والتغليف:** يرى (الكبي، 2006، 30) بان نشاط التعبئة والتغليف يعد من الأنشطة المهمة في التوزيع المادي وذلك لكون النشاط المسئول عن الحماية والمحافظة على المنتج أثناء نقله وخرزته ومناولته فضلا عن عد أداة ترويجية يتم من خلاله جذب انتباه الزبون ودفعه لعملية الشراء أما العبوة فهي المادة التي تحيط بالمنتج وتحميه من الضرر أو التلف أو الكسر حتى يصل إلى يد الزبون . ويرى (أغا، 2010، 26) أن التعبئة والتغليف هي عبارة عن نشاط يهدف إلى التعريف بالمادة أو المنتج وحمايته والمحافظة عليه من التلف بالشكل الذي يؤدي إلى تخفيض نسبة معينة من التكاليف التي تتحملها الشركة والناجمة من التلف الذي يتعرض له المنتج أو المادة نتيجة لسوء عملية التخزين . وبيّن (Dahlborg&Johnsson,2006,23) بأن التعبئة والتغليف بأنها تلك المواد التي تصنع من أي مادة أو مزيج والتي تستعمل لاحتواء المنتجات وتعبئتها والمحافظة عليها لحين تسليمها من المنتج إلى المستعمل سواءً أكانت مادة أولية أم منتجات تامة الصنع. وأشار (الراوي والسند، 2000، 25-26) بأنه لم يقتصر دور عملية التغليف في المحافظة على المنتج من التلف أو

الكسر بل أمتد هذا الدور ليشمل الترويج لها وقد تزايد هذا الدور بشكل كبير إلى الحد الذي حدا ببعض مفكري التسويق إلى القول بأن الغلاف يبيع نفسه كما تتضح أهميته من خلال التكلفة العالية التي تقدر بالمتوسط بحوالي 15% من السعر الذي يدفعه الزبون ، وللغلاف أهمية إستراتيجية لجميع الأطراف ذات العلاقة بالمنتج وهو المنتج الموزع والزبون وتتضح هذه الأهمية من خلال الوظائف التي يقدمها لكل منهم 1- حماية المنتج من التلف ، الكسر ، والتلوث للمنتجات القابلة للتلف. 2- تسهيل عمليات تداول المنتج ونقلها من مكان إلى آخر مما يقلل تكاليف هذه العمليات. 3- الترويج للمنتج حيث إن الغلاف يكسبه مظهراً معيناً وان تقييم الزبون للمنتج يرتبط بنوعية غلافه إذ يزيد تقييمه لمحتوياته بارتفاع جودته والعكس صحيح .

**ثانياً- جودة المنتجات:** يتضمن هذا المحور الآتي:

### أولاً - التطور التاريخي للجودة

يرى (العزاوي، 20، 2002) حيث يمكن تتبع مفهوم الجودة من خلال المراحل الآتية:

- 1- مرحلة الفحص: وهي التأكد بان مواصفات المنتج تطابق المواصفات الموضوعية وان العلاقة بينهم محافظ عليها باستمرار وهدف ذلك منع وصول الوحدات المعيبة إلى الزبائن
  - 2- مرحلة مراقبة الجودة: وهي الأنشطة وأساليب العمليات التي تستخدم لإتمام متطلبات الجودة واستخدامها أساليب إحصائية يمكن من خلالها أداء أنشطة المراقبة للجودة وهي حلقات تغذية معلومات الشركة بكاملها وتأثيرها المحتمل في التصميم وتخطيط العملية والوظائف المتصلة بها
  - 3- مرحلة تأكيد الجودة: وهو نظام أساسه منع وقوع الخطأ الذي يعمل على تحسين جودة المنتج ويزيد الإنتاجية من خلال التركيز على مصادر الأنشطة
  - 4- مرحلة إدارة الجودة الشاملة: وهي أسلوب القيادة والتشغيل لشركة ما بهدف التحسين المستمر في الأداء على المدى البعيد من خلال التركيز على متطلبات وتوقعات الزبون
- كما يرى (عبد العال، 2010، 10) أن تطور الجودة يمر بعدة مراحل وهذه المراحل لا تلغي المرحلة السابقة بل شملتها وتكاملت معها كما يلي:

- 1- الفحص: يتم تعريف عملية الفحص بأنها تقييم المطابقة بواسطة المشاهدة والحكم المقترن كلما أمكن بالقياس والاختبار ووفقاً لأبحاث تايلور الذي كان يهدف لرفع الكفاءة الإنتاجية داخل المصنع عن طريق فصل المنتجات المعيبة عن المنتجات المقبولة .
- 2- ضبط الجودة: حيث عرفت ضبط الجودة بأنها جزء من إدارة الجودة يركز على تلبية متطلبات الجودة إي تخطيط لفحص العمليات منذ إنتاج المنتج عن طريق استخدام أساليب إحصائية حديثة لمراقبة الجودة .

3- تأكيد الجودة: حيث عرفت بأنها جزء من إدارة الجودة يركز على منح الثقة بان متطلبات الجودة سوف يتم تحقيقها وتركز هذه المرحلة على توجيه كافة الجهود في كافة المستويات الإدارية لابد إن تشارك في تخطيط ومراقبة الجودة للوقاية من حدوث الخطأ .

4- إدارة الجودة: نظام شامل للقيادة والتشغيل يعتمد على مشاركة جميع العاملين ويهدف إلى التحسين المستمر للجودة والأداء على مدى بعيد حيث يعد مفهوم إدارة الجودة الشاملة من الاتجاهات الحديثة في الإدارة التي يمكن أن تتبناها الشركة للوصول إلى أفضل أداء ممكن.

#### ثانياً - مفهوم الجودة

يرى (محمد،2010،51) انه يمكن تعريف الجودة بتعاريف متعددة وكل منها يعبر عن الأفكار والآراء لدى صاحب كل تعريف ومن وجهة نظره وقد يركز على سمة معينة من سمات الجودة ومن أبرز هذه التعاريف هو تعريف (juran) إذ عرف الجودة بأنها مدى ملائمة المنتج للاستخدام أي هل أن المنتج مناسب وملائم لاستخدامات الزبون وعرفها (feignbaum) بأنها جودة ناتجة عن تفاعل سمات وخصائص نشاطات التسويق والهندسة الصناعية والصيانة المستمرة وبما يلبي حاجات الزبون ورغباته. وأشار (علوان،95،2009) أن هناك اتجاهين لمفهوم الجودة وفقاً لوجهة نظر المنتج والزبون حيث تعني الجودة من وجهة نظر المنتج المطابقة للمواصفات وتحدد بمقاييس معينة لمطابقة المخرجات بالمواصفات المحددة مسبقاً أما من وجهة نظر الزبون فهي تعني قيمة ومستوى خدمة المنتج ومدى تحقيقها للغرض المقصود منها بالسعر الذي يرغب الزبون في دفعه. وأعطى ( النعيمي وآخرون ،2008، 33) للجودة عدة معاني منها الجودة تعني خصائص المنتجات التي تلبي حاجات ورضا الزبون وهي تختلف باختلاف نوع المنتجات وطرق استخدامها وفي هذا المفهوم كلما زادت الجودة زادت رضا الزبون وبالتالي زيادة دخل الشركات المنتجة، وأن الجودة تعني الخلو من العيب أو الخطأ أو أخطاء تتسبب وتتطلب إعادة العمل أو تتسبب بأعطال المنتجات أو استياء الزبائن. وأشار (Atem&Yella,2007,14) إلى أن الجودة تعني النظرة المختلفة للشركة مقابل التوقعات المختلفة للزبائن، لأن خصائص المنتج ستُقابل رضا الزبون، مثال ذلك يجب أن تكون المنتجات ذات موثوقية، قابلة للاستعمال، قابلة للتصليح، وبالوقت نفسه تقدم خدمة بكفاءة وفاعلية، وبالتالي الجودة تُمثل خصائص تلك المنتجات التي تقابل احتياجات الزبائن ورغباتهم. وأضاف (النعيمي،2007، 43) انه يمكن توضيح الجودة من خلال التالي: 1- الجودة درجة التفصيل: أي يمكن أن نقول أن الجودة تمثل الرفاهية والتميز والتي من الصعب قياسها. 2- الجودة المطابقة للاستعمال: أي الموائمة للاستعمال في التصميم والإنتاجية ومشاركة الزبون في وضع متطلبات الجودة للمنتجات وفي هذه الحالة سيتم التسليم في الموعد المحدد ويكون من السهل إجراء الصيانة. 3- الجودة المطابقة للمتطلبات: وهي القدرة على إشباع حاجات الزبائن والأنباء بمتطلباتهم المحددة قانوناً أو بعقد الشراء. 4- الجودة التركيز على الزبون: إن التطورات التي

حصلت ومن أهمها التطورات التقنية أثرت وبشكل كبير على الجوانب المختلفة ومن ضمنها أذواق الزبائن مما جعل مفهوم الجودة يؤكد على أنها مجموعة من الخصائص الشمولية في المنتجات المؤثرة في تلبية حاجات الزبون الظاهرية والضمنية.

### ثالثاً- أهمية الجودة

تظهر أهمية الجودة من خلال تحسين الأرباح وان أفضل حالة تظهر في حالة كون هناك مزج بين الحصة العالية في السوق والجودة المميزة للمنتج أو الخدمة، وأيضاً الشركات التي لديها حصة سوقية واطئة أيضاً تستطيع أن تثبت بشكل ملحوظ بان لها أداءً مريحاً إذا كان لديها عروض ذات جودة مميزة وهذا يعني أن الجودة يمكن أن تحل محل الحصة السوقية كميزة للبقاء (Johnson & Scholes, 2002, 367). وأوضح (العبيدي والعزاوي، 2010، 25) أن أهمية الجودة وتحسينها يؤدي إلى : 1- كفاءة واستغلال الموارد وتحسين كفاءة العملية الإنتاجية. 2- يؤدي تحسين كفاءة الموارد والعملية الإنتاجية إلى التحسين المركز التنافسي وإلى زيادة نسبة السعر/الكلفة. 3- زيادة رضا الزبون و زيادة الحصة السوقية الذي بدوره يؤدي إلى زيادة العائد. 4- يؤدي إلى زيادة نسبة السعر/الكلفة، وزيادة العائد/الربحية.

كما ترى (كريمة، 2007، 11) بأن أهمية الجودة تتلخص بالتالي :

- 1- سمعة الشركة: حيث تستمد الشركة سمعتها من مستوى جودة منتجاتها، ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط الشركة بالمجهزين وخبرة العاملين، والعمل على تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن الشركة فإذا كانت منتجات المؤسسة ذات جودة منخفضة فيمكن تحسين هذه الجودة لكي تحقق الشركة الشهرة والسمعة الطيبة؛ والتي تمكنها من التنافس مع الشركات في نفس القطاع.
- 2- المسؤولية القانونية للجودة: تزايد باستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظر والحكم في قضايا الشركات التي تقوم بتصميم منتجات غير جيدة، لذا فإن كل شركة تكون مسؤولة قانوناً على كل ضرر يصيب الزبون جراء استخدامه لهذه المنتجات.
- 3- المنافسة العالمية: تؤثر التغيرات السياسية والاقتصادية بشكل كبير في توقيت وفي كيفية تبادل المنتجات في سوق دولية تنافسية، وفي عصر العولمة والمعلومات تكتسب الجودة أهمية متميزة، إذ تسعى كل شركة إلى تحقيقها بهدف التمكن من تحقيق المنافسة العالمية وتحسين الاقتصاد بشكل عام، فكلما انخفض مستوى الجودة في منتجات الشركة أدى ذلك إلى إلحاق الضرر بأرباحها.
- 4- حماية الزبون: إن تطبيق الجودة في أنشطة الشركة ووضع مواصفات محددة يساهم في حماية الزبون من الغش التجاري، ويعزز الثقة في منتجات الشركة، وعندما يكون مستوى الجودة منخفضاً سوف يؤدي ذلك إلى إحجام المستهلك عن شراء منتجات الشركة، وإن عدم رضا الزبون هو فشل للمنتج في القيام بالوظيفة المتوقعة منه وفي أغلب الأحيان يترتب عن ذلك تحمل الزبون تكلفة

إضافية ، وبسبب انخفاض الجودة ظهرت جماعات حماية الزبون وإرشاده إلى أفضل المنتجات وأكثرها جودة وأماناً.

5- التكاليف والحصة السوقية: إن تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرصة لاكتشاف الأخطاء وتلافيها، وبالتالي تجنب تحمل تكلفة إضافية ومنه تخفيض التكاليف وزيادة الحصة السوقية وبالتالي زيادة ربح الشركة.

#### رابعاً- العوامل المؤثرة في جودة المنتجات

بيّن (محمد،2008،9-13) أن العوامل المؤثرة في جودة المنتجات تتمثل بـ :

1- **المواد:** تعد المواد المستخدمة في الصناعات أول عنصر من عناصر الإنتاج التي تبدأ بها العمليات الانتاجية لذا فكلما كانت تلك المواد مطابقة للمواصفات كلما كانت المنتجات النهائية ذات جودة مرتفعة ويلزم لضمان الجودة استخدام الأنواع الجيدة من المواد الأولية ووضع مواصفات قياسية تتلائم مع ظروف الشركة والجودة المطلوبة وإمكانياتها الصناعية ثم إجراء مقارنة بين مواصفات المواد الموردة والمواصفات المحددة لها لتحديد مدى لائمتها ومطابقتها للجودة المطلوبة منها ويجب على الإدارة إن تكون متأكدة من إن المواد المشتراة هي بالجودة المطلوبة فإذا تم شراء مواد ذات جودة رديئة فأن الإنتاج النهائي سيكون بجودة رديئة وان الشراء المدروس وفقاً لمستوى الجودة يساعد على المحافظة عليها إذ أن الغرض من الشراء هو توفير الاحتياجات الأكثر ملائمة للاستخدام المطلوب وذلك عن طريق البحث عن المجهزين الذين تتوفر لديهم المواد ذات الجودة المطلوبة وعلى ضوء المتطلبات الفنية والمالية للشركة كما إن توفر المواد بالجودة المناسبة تستمد أهميتها من تأثيرها الكبير على جودة المنتجات النهائية التي تنتجها الشركة وذلك طالما أن منجزات العملية الانتاجية ماهية إلا انعكاس لماهية المدخلات وجودتها إي أنه كلما كانت المواد مطابقة لما هو مطلوب أمكن وبشكل كبير إنتاج منتجات مرضية لاحتياجات السوق ومتطلبات الزبائن فيه أما حالات الفشل التي تسببها المواد تأتي من تأخير تسليم الموردين للمواد أو وجود أكثر من مورد للمواد ومن ثم فالمدخلات تكون متنوعة أو أنها اقل من المواصفات المعيارية، وهناك علاقة بين المواد وتصميم المنتجات حيث تعمل إدارة المواد بتوفير المواد اللازمة لتصميم المنتجات بما يناسب الخصائص الفنية لها وكذلك توفير البدائل المتاحة من المواد أما إدارة التصميم تعمل على تبسيط التصميم مما يحقق المنفعة المشتركة للإداريين والسوق والزبائن .

2- **العاملون:** تتطلب الجودة الأفضل مهارات بشرية جيدة بل تعتمد الجودة الأفضل على المهارات العالية فمثلاً يعد قطاع صناعة البرمجيات من المجالات العالية التقنية ويعتمد أساساً على الكوادر البشرية المتوفرة لديه وتطوير هذا الميدان لا يتطلب أكثر من الاهتمام بالتعليم والتدريب والتأهيل وهو ذو مردود اقتصادي مرتفع ويقود للمنافسة العالمية، ويجب أن تكون القوة العاملة على مستوى من الثقافة والتعليم مع التزود بمهارات واسعة ومتنوعة يساعدها على أن تزيد التركيز على أجهزة آلية



التي تحتاج إلى مهارات عمال معنيين لكي يحافظوا على إنتاج منتجات ذات جودة مميزة كذلك يحتاج إلى قوة عاملة مثقفة ومتعلمة حيث نلاحظ في سنغافورة في السنوات الحالية نجاح التصنيع بجودة مميزة يعزى في قسم كبير منه إلى تعليم وتدريب العاملين، كما إن الجودة تبدأ وتنتهي بالأفراد فهم الذين يديرون العملية وينسقون عمل الأنظمة وبالتالي فهم مفتاح نجاح تطبيق الجودة أن العاملين يشكلون جزء من رأس المال الفكري المتمثل برأس المال البشري الذي يمتلك المقدرة العقلية والمهارات والخبرات اللازمة لتوفير الحلول العملية المناسبة للمشكلات التي تتعرض لها خلال العمليات الصناعية مما ينعكس ايجابيا على جودة المنتجات ومهارات العاملين تعد أساسا في جودة المنتجات وعليه ظهرت في أوريا معاهد التأهيل المهني التي تعمل على تدريب العاملين وتأهيلهم أثناء إجراء العمليات الصناعية وأطلق عليها اسم المركز التدريبي ويقع عند كل خط إنتاجي في الشركة أن إمكانية الحصول على المنتج بجودة عالية وفقا لمواصفاته التصميمية يتوقف على جودة العمليات التي يؤديها العاملون بوعي وقناعة أما الفعاليات التي يؤديها العاملون لها دور في التأثير على جودة المنتج وهي تعتمد بشكل رئيسي على المهارة والتي هي ناتج التدريب والخبرة، أما ما يخص الدوافع والحوافز فهي ناتج المواقف البيئية المحيطة بالعمل.

**3- المكنائ والمعدات:** لقد تطورت بسرعة كبيرة حتى أصبحت تقوم بالعديد من الأعمال وتؤدي دورها في سرعة فائقة وبجودة مرتفعة مما جعلت العملية الصناعية عبارة عن جهود بشرية والية مشتركة تعمل على إخراج جيد الصنع يشبع حاجات ورغبات الزبائن والتأكيد على وجود دور كبير لصناعة المكنائ والمعدات ، حيث إن الصيانة تحافظ على فاعلية المكنائ والمعدات بالشكل الذي يؤدي إلى زيادة المعايير للجودة إضافة إلى ذلك تؤدي الصيانة الرديئة إلى انخفاض جودة المنتج نتيجة تأثير ذلك في الماكنة فضلا عن عدم مقدرة العاملين على مقابلة متطلبات الارتقاء بمعايير الإنتاج في الوقت والزمن المحدد ، إن المكنائ والمعدات هي التي تتولى تحويل المواد الداخلة اليها في حالتها الطبيعية ونصف المصنعة وتحويلها إلى منتجات لها صفات جيدة وتتوقف مطابقة هذه المنتجات للمواصفات القياسية الموضوعية على مستوى كفاءة الماكنة، وعلى فرض أن العاملين على المكنائ والمعدات من العمال المهرة ذوي الكفاءة العالية وان العوامل المسؤولة على انجاز جودة المطابقة للمواصفات هي المكنائ والمعدات إذ إن الاهتمام المستمر بها يتجنب حدوث أي عطلات تؤثر في مستوى أدائها ومن ثم التأثير على جودة المنتج .

**4- الإدارة:** تتمثل في حرصها على شيوع القيم الأخلاقية والتنظيمية داخل الشركة بزيادة وعي العاملين بها عن طريق التدريب والإعلان والتحفيز والتعليمات والنشرات وكذلك مسؤولية الإدارة في الإيفاء بالتعهدات التي ألزمت نفسها بها لتحقيق الجودة العالية في منتجاتها بما يتوافق وحاجات الزبائن والمستفيدين وغيرها من الالتزامات، ويرى كل من جوران وديمنك بأن أكثر 85% من مشاكل الجودة تكمن في مشاكل الإدارة إذ أن نظريتهما تكمن في أن الإدارة وليس العاملون لهم صلاحيات

التصحيح أو يمتلكون أدواته وان للعاملين فرصا معينة في التأثير على الجودة، كما إن (واينا برونوتي) نائب الرئيس المنفذ لشركة الطاقة والكهرباء في رفلوريدا والتي منحها الجائزة الوطنية اليابانية للجودة عام 1989 قد قرر بأن هناك أربعة حواجز رئيسية للجودة وهي الإدارة العليا-الإدارة الوسطى-الإشراف على خط الإنتاج الأول-الموظفون التقنيون الذين يعتقدون أنهم الخبراء الوحيدون ولديهم كل المعرفة في تحسين الجودة ، وتعد الإدارة والإشراف عامل من العوامل المؤثرة في الجودة والمسؤولة من انجاز جودة المطابقة للمواصفات إذ يتطلب القيام حسب أداء العمل الإشراف للتأكد من إن العمل يجري بصورة صحيحة ولكن في بعض الأحيان يتهاون المشرفون مع العاملين مما يؤثر سلبا على مستوى الجودة ، إن للنقاش والتصريح والتأهيل والتفاوض أي أن السلطة تساوي المسؤولية وأن تشجيع الموظفين في إرجاء الشركة لممارسة سلوك القيادة بعد ميزة لعملية الجودة الفعالة تستنتج مما سبق أن العوامل الأربعة المذكورة أعلاه تمثل العوامل الأكثر تأثيرا في الجودة وغياب أي من تلك العوامل في الشركة يحول دون تحقيق الجودة المطلوبة .

### المبحث الثالث: الجانب الميداني

بهدف بيان العلاقة والأثر بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات يستلزم الأمر التحقق من صحة الفرضيات بين متغيرات البحث في معمل الألبسة الولادية الموصل، وقبل الدخول في تحديد العلاقة والأثر بين متغيرات البحث نقدم نبذة مختصرة عن المعمل قيد البحث ووصف عينة البحث.

#### أولاً- وصف المصنع قيد البحث ومبررات اختياره\*

تم اختيار الشركة معمل الألبسة الولادية في الموصل ميداناً للبحث لأسباب عديدة أهمها :

- 1- تتوفر لدى المعمل إمكانيات فنية وبشرية جيدة .
- 2- طبيعة تخصص المعمل تعني بإنتاج منتجات تلمس حاجة المواطنين بكل فئاتهم العمرية ومن كلا الجنسين.

3- استمرار المعمل في إنتاجه بالرغم من صعوبة الظروف التي يمر بها البلد.

والجدول (1) يوضح وصف مبسط للمعمل قيد البحث.

الجدول (1) وصف مختصر لمعمل الألبسة الولادية في الموصل

منتجات المعمل	نبذة مختصرة عن معمل الألبسة الولادية	المعمل
البذلة الرجالية، الفرو، الحورانية، السترة، القميص، الفستان، السروال، التراكسوتات، الدشداشة الرجالية والنسائية... وغيرها.	بدأ العمل التجريبي للمعمل في 1983/7/1، طاقة المعمل الإنتاجية 726000 قطعة /سنة من الألبسة الولادية، البناتية، الرجالية والنسائية، فضلاً عن إنتاج الوسائد والمفارش والفرو والحورانية والخيم السياحية وجادر السيرة ويضم المعمل 15 خطاً إنتاجياً متخصصاً وفق الموديل.	معمل الألبسة الولادية

\* الكراس التعريفية لمعمل الالبسة الولادية..

## ثانياً- وصف عينة البحث:

تم اختيار الأفراد العاملين في مختلف المستويات الإدارية ومن مختلف الاختصاصات في أقسام المعمل الذين يملكون معلومات عن مهام المعمل وقراراته والذين لهم مسؤوليات ويتمتعون بصلاحيات، وهي عينة عمدية حيث تمثلت عينة الأفراد المبحوثين بمدير المعمل ومدراء الأقسام والشعب والوحدات الرئيسية في المعمل، إذ وزعت (35) استمارة على أفراد عينة البحث وتم الحصول على (35) استمارة صالحة للتحليل. والجدول (2) يوضح خصائص أفراد عينة البحث في المعمل قيد البحث من حيث (التحصيل الدراسي، سنوات الخدمة في المعمل، العمر).

### الجدول (2)

#### خصائص الأفراد المبحوثين في المعمل قيد البحث\*

توزيع الأفراد المبحوثين حسب التحصيل الدراسي													
ماجستير		دبلوم عالي		بكالوريوس		دبلوم فني		إعدادية					
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
-	-	3	8,6	22	62,9	5	14,2	5	14,3				
توزيع الأفراد المبحوثين حسب سنوات الخدمة													
31 فأكثر		30-26		25-21		20-16		15-11		10-6		5-1	
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	2,9	3	8,6	5	14,3	7	20,0	7	20,0	11	31,3	1	2,9
توزيع الأفراد المبحوثين حسب العمر/سنة													
60 فأكثر		59-50		49-40		39-30		29-20					
العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
-	-	3	8,6	14	40,0	16	45,7	2	5,7				

يشير الجدول (2) إلى التحصيل الدراسي للأفراد المبحوثين إذ تبين أن (71,5%) منهم يحملون شهادة بكالوريوس فما فوق تمكنهم من فهم مكونات استمارة الأستبانة والتعامل معها بشكل صحيح. كما ويشير الجدول إلى مدة خدمة الأفراد المبحوثين في المصنع إذ تبين أن (45,8%) منهم لديهم خبرة لأكثر من (15) سنة وهي مدة يُكتسب من خلالها الخبرة في كيفية التعامل مع استمارة الأستبانة. كما ويبين الجدول (2) بأن غالبية الأفراد المبحوثين تتراوح أعمارهم (30-39) سنة إذ بلغت نسبتهم (45,7%) حيث يعطي مؤشر العمر دلالات مهمة على النضج والدرابة بالعمل.

\* الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على استمارة الأستبانة

### ثالثاً- اختبار أنموذج البحث وفرضياته

بهدف التعرف على طبيعة العلاقة والأثر بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات في معمل الألبسة الولادية في الموصل، خُصص هذا المحور للتحقق من مدى سريان الأنموذج الافتراضي للبحث وعلى النحو الآتي:

1- اختبار علاقات الارتباط بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات على مستوى معمل الألبسة الولادية في الموصل: بهدف التعرف على طبيعة واتجاه علاقات الارتباط بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات على مستوى معمل الألبسة الولادية في الموصل، تم إعداد الجدول (3) والذي يشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات، حيث بلغ المؤشر الكلي (\*0.749)، وبهذا تحققت الفرضية الرئيسية الأولى التي نصت على أنه يتوقع ظهور علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أنشطة التوزيع المادي مجتمعة وجودة المنتجات في المعمل قيد البحث.

#### الجدول (3)

نتائج علاقة الارتباط بين أنشطة التوزيع المادي وتحسين جودة المنتجات على مستوى المعمل قيد البحث

جودة المنتجات	المتغير المعتمد	
	المتغير المستقل	
*0.565	النقل	أنشطة التوزيع المادي
*0.451	التخزين	
*0.521	المناولة	
*0.736	معالجة الطلبات	
*0.710	الاتصالات	
*0.615	التعبئة والتغليف	
*0.749	المؤشر الكلي	

N=35

\*P ≤ 0.05

(\* ) الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسوب

وبهدف إعطاء مؤشرات تفصيلية بين أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات وفي ضوء الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى فقد تم تحليل علاقات الارتباط بين كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات وكالاتي:

- علاقة الارتباط بين نشاط النقل وجودة المنتجات: يشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط النقل وجودة المنتجات، إذ بلغت قيمة الارتباط (\*0.565) عند مستوى معنوية (0.05). بناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الأولى.

- علاقة الارتباط بين نشاط التخزين وجودة المنتجات: يشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط التخزين وجودة المنتجات، إذ بلغت قيمة الارتباط (\*0.451) عند

مستوى معنوية (0.05). بناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى .

- علاقة الارتباط بين نشاط المناولة وجودة المنتجات: يشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط المناولة وجودة المنتجات، إذ بلغت قيمة الارتباط (\*0.521) عند مستوى معنوية (0.05). بناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأولى .

- علاقة الارتباط بين نشاط معالجة الطلبات وجودة المنتجات: يشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط معالجة الطلبات وجودة المنتجات، إذ بلغت قيمة الارتباط (\*0.736) عند مستوى معنوية (0.05). بناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الأولى.

علاقة الارتباط بين نشاط الاتصالات وجودة المنتجات: يشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط الاتصالات وجودة المنتجات، إذ بلغت قيمة الارتباط (\*0.710) عند مستوى معنوية (0.05). بناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الأولى.

علاقة الارتباط بين نشاط التعبئة والتغليف وجودة المنتجات: يشير الجدول (3) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين نشاط التعبئة والتغليف وجودة المنتجات، إذ بلغت قيمة الارتباط (\*0.615) عند مستوى معنوية (0.05). بناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية السادسة من الفرضية الرئيسية الأولى.

2- اختبار علاقات الأثر بين أنشطة التوزيع المادي وتحسين جودة المنتجات على مستوى معمل الألبسة الولادية في الموصل: يوضح الجدول (4) تأثير أنشطة التوزيع المادي مجتمعةً بوصفها متغيراً مستقلاً في تحسين جودة المنتجات بوصفها متغيراً معتمداً على مستوى معمل الألبسة الولادية في الموصل.

#### الجدول (4)

نتائج تأثير أنشطة التوزيع المادي مجتمعةً في جودة المنتجات على مستوى المعمل قيد البحث

F		R <sup>2</sup>	جودة المنتجات		المتغير المعتمد
الجدولية	المحسوبة		B <sub>1</sub>	B <sub>0</sub>	المتغير المستقل
4.17	*42.05	0.56	0.73 (*)6.48	0.89	أنشطة التوزيع المادي مجتمعةً

N=35 P≤0.05 DF=(1,33)

( ) يشير إلى قيمة t المحسوبة

(\*) الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسوب

يتبين من الجدول (4) وجود تأثير معنوي لأنشطة التوزيع المادي مجتمعةً في جودة المنتجات، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (\*42.05) وهي أعلى من قيمتها الجدولية البالغة (4.17)

عند درجتي حرية (1,33). وبلغ معامل التحديد ( $R^2$ ) (0.56) لها وهذا يعني أن (56%) من الاختلافات المفسرة في جودة المنتجات تعود إلى تأثير أنشطة التوزيع المادي مجتمعةً ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات ( $\beta$ ) واختبار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة ( $6.48^*$ ) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (1.68) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1,33)، وبهذا تحققت الفرضية الرئيسة الثانية التي نصت على أنه يتوقع ظهور تأثير ذو دلالة معنوية لأنشطة التوزيع المادي مجتمعةً في جودة المنتجات في المعمل قيد البحث. أما عن علاقات الأثر التفصيلية فإن الجدول (5) يوضح تأثير كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات.

الجدول (5)

نتائج تأثير كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات على مستوى المعمل قيد البحث

F الجدولية	F المحسوبة	$R^2$	نشاط النقل		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			$\beta_1$	$\beta_0$	
4.17	15.50*	0.32	0.45 (3.93*)	1.91	جودة المنتجات
F الجدولية	F المحسوبة	$R^2$	نشاط التخزين		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			$\beta_1$	$\beta_0$	
4.17	8.42*	0.20	0.34 (2.90*)	2.29	جودة المنتجات
F الجدولية	F المحسوبة	$R^2$	نشاط المناولة		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			$\beta_1$	$\beta_0$	
4.17	12.28*	0.27	0.45 (3.50*)	1.97	جودة المنتجات
F الجدولية	F المحسوبة	$R^2$	نشاط معالجة الطلبات		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			$\beta_1$	$\beta_0$	
4.17	39.06*	0.54	0.56 (6.25*)	1.55	جودة المنتجات
F الجدولية	F المحسوبة	$R^2$	نشاط الاتصالات		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			$\beta_1$	$\beta_0$	
4.17	33.60	0.50	0.55 (5.79*)	1.63	جودة المنتجات
F الجدولية	F المحسوبة	$R^2$	نشاط التعبئة والتغليف		المتغير المستقل المتغير المعتمد
			$\beta_1$	$\beta_0$	
4.17	20.05	0.37	0.47 (4.47*)	1.86	جودة المنتجات

N=35 P≤0.05 DF=(1,33)

( ) يشير إلى قيمة t المحسوبة

(\* ) الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج الحاسوب

يبين الجدول (5) وجود تأثير معنوي لأنشطة التوزيع المادي وهي ( نشاط النقل، نشاط التخزين، نشاط المناولة، نشاط معالجة الطلبات، نشاط الاتصالات، نشاط التعبئة والتغليف) بوصفها متغيرات مستقلة في جودة المنتجات كمتغير معتمد على مستوى المعمل قيد البحث، والآتي توضيح لتأثير كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات على مستوى المعمل قيد البحث.

- **تأثير نشاط النقل في جودة المنتجات:** يشير الجدول (5) وجود تأثير معنوي لنشاط النقل في جودة المنتجات، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (\*15.50) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة ( 4.17 ) عند درجتي (1,33) وبمستوى معنوية (0.05) ومعامل تحديد ( $R^2$ ) قدره (0.32) وهذا يعني أن (32%) من الاختلافات المفسرة في تحسين جودة المنتجات يفسرها نشاط النقل ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات ( $\beta$ ) واختبار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (\*3.93) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية والبالغة ( 1.68 ) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1,33)،. بناءً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الثانية.

- **تأثير نشاط التخزين في جودة المنتجات:** يوضح الجدول (5) وجود تأثير معنوي لنشاط التخزين في جودة المنتجات، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (\*8.42) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة ( 4.17 ) عند درجتي (1,33) وبمستوى معنوية (0.05) ومعامل تحديد ( $R^2$ ) قدره (0.20) وهذا يعني أن (20%) من الاختلافات المفسرة في تحسين جودة المنتجات يفسرها نشاط التخزين ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات ( $\beta$ ) واختبار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (\*2.90) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (1.68) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1,33)، اتساقاً مع ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية.

- **تأثير نشاط المناولة في جودة المنتجات:** بين الجدول (5) وجود تأثير معنوي لنشاط المناولة في جودة المنتجات، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (\*12.28) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة ( 4.17 ) عند درجتي (1,33) وبمستوى معنوية (0.05) ومعامل تحديد ( $R^2$ ) قدره (0.27) وهذا يعني أن (27%) من الاختلافات المفسرة في تحسين جودة المنتجات يفسرها نشاط المناولة ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات ( $\beta$ ) واختبار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (\*3.50) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية والبالغة ( 1.68 ) عند مستوى معنوية

(0.05) ودرجتي حرية (1,33)، اتساقاً مع ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسة الثانية.

- **تأثير نشاط معالجة الطلبات في جودة المنتجات:** بين الجدول (5) وجود تأثير معنوي لنشاط معالجة الطلبات في جودة المنتجات، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (\*39.06) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.17) عند درجتي (1,33) وبمستوى معنوية (0.05) ومعامل تحديد ( $R^2$ ) قدره (0.54) وهذا يعني أن (54%) من الاختلافات المفسرة في تحسين جودة المنتجات يفسرها نشاط معالجة الطلبات ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات ( $\beta$ ) واختبار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (\*6.25) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (1.68) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1,33)، تأسيساً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسة الثانية.

- **تأثير نشاط الاتصالات في جودة المنتجات:** بين الجدول (5) وجود تأثير معنوي لنشاط الاتصالات في جودة المنتجات، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (\*33.60) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.17) عند درجتي (1,33) وبمستوى معنوية (0.05) ومعامل تحديد ( $R^2$ ) قدره (0.50) وهذا يعني أن (50%) من الاختلافات المفسرة في تحسين جودة المنتجات يفسرها نشاط الاتصالات ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات ( $\beta$ ) واختبار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (\*5.79) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (1.68) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1,33)، تأسيساً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسة الثانية.

- **تأثير نشاط التعبئة والتغليف في جودة المنتجات:** بين الجدول (5) وجود تأثير معنوي لنشاط التعبئة والتغليف في جودة المنتجات، ويدعم هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة والبالغة (\*20.05) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.17) عند درجتي (1,33) وبمستوى معنوية (0.05) ومعامل تحديد ( $R^2$ ) قدره (0.37) وهذا يعني أن (37%) من الاختلافات المفسرة في تحسين جودة المنتجات يفسرها نشاط التعبئة والتغليف ويعود الباقي إلى متغيرات عشوائية لا يمكن السيطرة عليها أو أنها غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً. ومن خلال متابعة معاملات ( $\beta$ ) واختبار (t) لها تبين أن قيمة (t) المحسوبة (\*4.47) وهي قيمة معنوية وأكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (1.68) عند مستوى معنوية (0.05) ودرجتي حرية (1,33)، تأسيساً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الفرعية السادسة من الفرضية الرئيسة الثانية.



## المبحث الرابع: الاستنتاجات والمقترحات

### أولاً- الاستنتاجات

1- أن تطبيق التوزيع المادي من قبل الصناعات على اختلاف أنواعها يساعدها على تحسين جودة منتجاتها لزيائنها الحاليين، مما يؤدي إلى تحقيق الأرباح المالية والأجتماعية، فضلاً عن كسب زبائن جدد.

2- هناك اتفاق بين أغلب كتّاب وباحثي الإدارة على أن هناك ستة أنشطة للتوزيع المادي تتمثل بـ (نشاط النقل، نشاط التخزين، نشاط المناولة، نشاط معالجة الطلبات، نشاط الاتصالات، نشاط التعبئة والتغليف)، وأن هذه الأنشطة تمثل مدخلاً مهماً تستطيع الشركة من خلاله أن تؤثر في جودة منتجاتها لدى زبائنها.

3- يعد موضوع جودة المنتجات من الموضوعات المهمة التي تساهم بتحقيق التميز والتفوق للشركات عامةً والشركات الصناعية خاصةً، وتسعى كبرى الشركات العالمية إلى تحقيقه نظراً لما يقدمه من مزايا ومنافع للشركة والأفراد العاملين والزبائن النهائيين .

4- تحقق وجود علاقة ارتباط معنوية بين أنشطة التوزيع المادي مجتمعةً وجودة المنتجات، فضلاً عن تحقق وجود علاقة ارتباط معنوية بين كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي وجودة المنتجات.

5- تحقق وجود تأثير معنوي لأنشطة التوزيع المادي مجتمعةً في جودة المنتجات، فضلاً عن تحقق وجود تأثير معنوي لكل نشاط من أنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات.

6- أسهمت النتائج التي تم التوصل إليها في متن البحث إلى استنتاج مفاده قبول الفرضيات الرئيسية والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها في المعمل قيد البحث.

### ثانياً- المقترحات

1- ضرورة تعميق الوعي لدى المدراء والعاملين في المعمل قيد البحث بشكل أكبر نسبياً بأهمية أنشطة التوزيع المادي والفوائد التي يمكن تحقيقها جراء الاهتمام بهذه الأنشطة والآثار التي يمكن أن تظهر جزاء إهمالها. فضلاً عن مفهوم وأهمية جودة المنتجات والعلاقة بينهما.

2- نظراً لقوة تأثير أنشطة التوزيع المادي في جودة المنتجات يقترح الباحثان إنشاء شعبة متخصصة تهتم بمتابعة أنشطة التوزيع المادي وإدارتها ومتابعة تواصل الزبائن مع المعمل للحفاظ على مكانته لديهم، مما يزيد ذلك من فرص تميزه في السوق.

3- على إدارة المعمل قيد البحث زيادة الاهتمام بأنشطة التوزيع المادي بعامةً ونشاط التخزين بشكل خاص لتعزيز دوره في جودة المنتجات بشكل أفضل.

4- إن تحسين جودة المنتجات للمعمل قيد البحث تعتمد على إمكانياته في تطبيق أنشطة التوزيع المادي من جهة، والاهتمام بالزبون في تلبية متطلباته من جهة ثانية.

1- على المعمل قيد البحث العمل على استبيان دوري لزبائنه للتعرف على مقترحاتهم وأرائهم تجاه المعمل ومنتجاته ليتمكن من اتخاذ الإجراءات التصحيحية ورفع مكانته عند زبائنه وبين الشركات المنافسة.

### قائمة المصادر

#### أولاً- المصادر العربية

- 1- أغا، احمد عوني احمد ،دور أنشطة اللوجستك في تعزيز المزايا التنافسية /دراسة تحليلية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية ،رسالة ماجستير ،إدارة الصناعية،كلية الإدارة والاقتصاد ،موصل ، العراق .
- 2- الجنابي، هزيمة عبد الواحد سلطان،2011، دور التوزيع المادي في تعزيز عناصر خدمة الزبون . دراسة حالة في الشركة العامة لتجارة المواد الغذائية /فرع نينوى ، رسالة ماجستير ،إدارة صناعية ، كلية الإدارة والاقتصاد ،جامعة الموصل/العراق.
- 3- الراوي، خالد والسند،حمود ،2000، مبادئ التسويق الحديث ،ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان، الاردن.
- 4- الزعبي، علي فلاح وعزام ، زكريا احمد ،2012، إدارة الأعمال اللوجستية مدخل التوزيع والإمداد ط1 ، دار المسيرة للطباعة والنشر ، عمان ،لأردن.
- 5- زنكنة، عصام أنور محمد أمين مجيد ،2010، تقويم نظام التخزين للشركة العامة لتجارة المواد الغذائية /نينوى دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين /دبلوم عالي التخصصي في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد ،جامعة الموصل/ العراق .
- 6- الصميدعي، محمود جاسم ويوسف، ردينه عثمان،2011 ، ،التسويق الصناعي ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،عمان،الأردن .
- 7- العبادي، علي وليد حازم،2011،الأثر التتابعي لأنشطة إدارة سلسلة التجهيز وأبعاد إستراتيجية العمليات في الأداء التسويقي ، دراسة في الشركة العامة لصناعة الألبسة الجاهزة في الموصل ،رسالة ماجستير ،إدارة صناعية ، كلية الإدارة والاقتصاد ،جامعة الموصل/العراق .
- 8- عبد الرحمن، بثينة لقمان احمد،2001، أنشطة التوزيع المادي وأثرها في مستويات الخدمة المقدمة للوكلاء . دراسة ميدانية في عينة من المنظمات الصناعية للقطاع الخاص في محافظة نينوى،رسالة ماجستير، إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد ،جامعة الموصل/العراق
- 9- عبد العال،عبد العزيز عبد العال زكي،2010،ادارة الجودة ودورها في بناء الشركات،اطروحة دكتوراة غير منشورة،المركز التنافسي البريطاني،الجامعة الافتراضية الدولية في المملكة المتحدة
- 10- عبيدات ، سليمان خالد وشاويش ، مصطفى نجيب، ،2010،ط2، إدارة المواد والشرء والتخزين ، دار المسيرة ،عمان ،لأردن.

- 11- العبيدي، بشار محمد خليل، العزاوي، سمر احمد كرجي، 2010، الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج/دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، مجلة الإدارة والاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد، عدد 84 جامعة المستنصرية ، العراق
- 12- العتيبي، ضرار، أبو سعده إبراهيم، زهران علي ، 2009، المشروعات الصناعية، إدارة المواد ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، لأردن .
- 13- العدوان ، محمد، المشاقبة علي ، الزعبي هيثم ، 2010، إدارة الشراء والتخزين مدخل حديث لإدارة المواد، ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، لأردن .
- 14- العزاوي، محمد عبد الوهاب، 2002، أنظمة ادارة الجودة والبيئة، ط1، دار الوائل للنشر ، عمان، الاردن .
- 15- العسكري، احمد شاكر، 2007 ، التسويق الصناعي، ط3 ، دار وائل للنشر، عمان، لأردن .
- 16- علوان، قاسم نايف، 2009، اثر استراتيجية العمليات في الميزة التنافسية، مجلد الإداري ، مجلد 31، عدد 117، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة التحدي، ليبيا .
- 17- العلي، عبد الستار محمد ، 2006، الإدارة الحديثة للمخازن والمشتريات إدارة سلسلة التوريد ، دار وائل للنشر ، عمان، الأردن .
- 18- العمر، رضوان المحمود، 2005 ، مبادئ التسويق، ط2، دار وائل للنشر، عمان ، لأردن .
- 19- كريمة، سلطان، 2007، طرق تحسين جودة المنتج الصناعي واثرها في تخفيض التكاليف، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سكيكدة، الجزائر .
- 20- الكيكي، غانم محمود احمد، 2006، أنشطة التوزيع المادي وأثرها في الأداء المنظمي، دراسة استطلاعية لعينة مختارة من المنظمات الصناعية العامة في محافظة نينوى، رسالة ماجستير ، إدارة صناعية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الموصل/العراق .
- 21- محمد، حاكم محسن، 2010، توجيهات الإدارة العربية نحو ثقافة الجودة والتميز، مجلد 1، عدد 1، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق،
- 22- محمد، حنان طلال عبد، 2008، العوامل المؤثرة على جودة المنتجات في اطار ادارة الجودة الشاملة، بالتطبيق على هيئة توزيع المنتجات النفطية فرع الشمالية/الموصل، رسالة دبلوم، ادارة اعمال، كلية الادارة والاقتصاد، موصل، العراق .
- 23- النعيمي، ايمان نجم الدين عبدالله، 2007، مكونات تقانة المعلومات والاتصالات واثرها في ابعاد اداء الانتاج والعمليات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق .
- 24- النعيمي، محمد عبدالعال، 2008، ادارة الجودة الشاملة للانتاج والعمليات والخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .

## ثانياً- المصادر الانكليزية

- 1- Atem, Tongwa Ivo & Yella, Gilbert Ncheh, 2007, "Continuous Quality Improvement: Implementation And Sustainability" Institution for Innovation, Design and Product Development.
- 2- Dahlborg, Håkan , Johnsson, Carina , 2006 , "Evaluating Packaging Logistics Development at IKEA for Improvements in Product and Packaging Development", Master Thesis, department of design Sciences, Lund university, Sweden.
- 3- Lampert, m., Dongls , Stok r,Gamés,1999,"strategic logistics management", 3thed,Irwin mcgraw hill .Usa.
- 4- Narmadha, S&Selladurai, V & Sathish, G, 2010,"Efficient Inventory Optimization of Multi Product, Multiple Suppliers with Lead Time using PSO" International Journal of Computer Science and Information Security, Vol. 7, No. 1.
- 5- Silvia, Muhcina ,2007 Physical Distribution, Logistics and Supply Chain Management. <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume /2007/v1-management -and- marketing/79.pdf>
- 6- Stanton,William g,walkè ,Bruce g,Etzel ,Michael g,2004,Marketing,13 hed ,Mcgraw-hill ,inc:New York ,U.S.A.
- 7- Tseng, Yung yu & Tayloer, Michael A P& Yue, Wen Long, 2005, " The Role of Transportation In Logistics Chain", proceedings of the eastern Asia society for transportation Studies, Vol.5.

## الملحق (1)

م / استمارة الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الموصل

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم الإدارة الصناعية

السيد المجيب المحترم:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

إن استمارة الاستبيان التي بين أيديكم تمثل جزءاً من بحث التخرج في قسم الإدارة الصناعية والموسم (أنشطة التوزيع المادي وانعكاسها على جودة المنتجات/ دراسة استطلاعية لآراء المدراء في معمل الألبسة الولادية في الموصل) إذ تعد هذه الاستمارة مقياساً أعتد عليه لأغراض البحث العلمي، وإن تفضلكم بالإجابة الصحيحة والمناسبة عن أسئلة الاستبانة يساهم بوصف كبير في الحصول على نتائج دقيقة مما يساهم في تحقيق أهداف البحث.

ملاحظة:

1) سئستخدم البيانات لأغراض البحث العلمي ودون الضرورة لذكر الاسم وستتسم البيانات جميعها بطابع السرية والأمانة العلمية.

(2) يُرجى الإجابة عن الأسئلة جميعها مع الرجاء عدم ترك أي سؤال، لأن ذلك يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل والقياس.

(3) يُرجى وضع علامة ( √ ) في الحقل الذي تراه مناسباً ويمثل وجهة نظرك الخاصة.

وجزاكم الله خيراً

الباحثان

أولاً- بيانات عامة

1. العمر:

من 29 - 20  من 39 - 30  من 49 - 40

من 59 - 50  60 فأكثر

3. سنوات الخدمة:

من 5 - 1  من 10 - 6  من 15 - 11  من 20 - 16

من 25 - 21  من 30 - 26  31 فأكثر

4. التحصيل الدراسي:

دكتوراه  ماجستير  دبلوم عالي

بكالوريوس  دبلوم فني  إعدادية

ثانياً- أنشطة التوزيع المادي

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
أ-	النقل					
1-	تهتم شركتنا بسرعة إيصال المنتجات المنقولة منها إلى الزبائن باستمرار.					
2-	تتمكن شركتنا من نقل المنتجات التي يطلبها الزبائن بالكمية المطلوبة وفقاً لجدولة معدة لهذا الغرض.					
3-	تتعاون شركتنا مع المنظمات المتخصصة بنقل المنتجات في حالة عدم تمكن وسائط النقل الخاصة بها.					
ب-	التخزين					
4-	تتمكن شركتنا من السيطرة على العمليات المخزنية لمعرفة موقف المخزون باستمرار.					
5-	لدى شركتنا عاملين مؤهلين للعمل في مجال التخزين.					
6-	تستغل شركتنا السعة المخزنية المتاحة لها باستمرار.					
ت-	المناولة					
7-	تهتم شركتنا بسرعة انسياب وتدفق المنتجات أثناء المناولة والتحميل والتفريغ.					
8-	تقوم شركتنا بصيانة الأجهزة والمعدات المستخدمة في مناولة المنتجات باستمرار.					

					تعمل شركتنا على استخدام الحاويات في عملية نقل ومناولة المنتجات باستمرار.	9-
<b>معالجة الطلبات</b>						
					تقوم شركتنا بتنفيذ الطلبات حسب أولويات ورودها من الزبائن باستمرار.	10-
					تتمكن شركتنا من تهيئة المنتجات بحيث تكون جاهزة لتلبية الطلب بالأوقات المحددة له باستمرار.	11-
					تهتم شركتنا بتلبية طلبات اكبر عدد ممكن من الزبائن باستمرار.	12-
<b>الاتصالات</b>						
					تعمل شركتنا على إجراء الاتصالات مع الزبائن لتلبية كافة احتياجاتهم باستمرار.	13-
					تسهل اتصالات شركتنا مع الزبائن على توسيع فرص الشركة التسويقية.	14-
					تساعد الاتصالات المستمرة لشركتنا مع الزبائن على زيادة ولائهم لها.	15-
<b>التعبئة والتغليف</b>						
					تساهم التعبئة والتغليف الجيد في تسهيل عملية مناولة المنتجات في شركتنا.	16-
					تمتلك شركتنا القدرة على استرداد المنتجات المتضررة نتيجة سوء عملية التعبئة والتغليف لها.	17-
					تعد شركتنا التعبئة والتغليف ذات اثر كبير على نجاح التوزيع المادي.	18-

ثالثاً - جودة المنتجات

ت	الفقرات	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة
1-	لدى شركتنا سياسة واضحة وموثقة للجودة.					
2-	تسعى شركتنا إلى جعل مواصفات المواد والمنتجات مطابقة للمعايير الموضوعه لها باستمرار.					
3-	تهتم شركتنا بتخفيض العيوب والوحدات المعيبة في منتجاتها إلى أدنى مستوى ممكن باستمرار .					
4-	تعمل شركتنا على اتخاذ الإجراءات اللازمة لإزالة مسببات عدم مطابقة المنتجات للمواصفات المحددة ومنع تكرارها باستمرار .					
5-	تحرص شركتنا على خفض نسب المعيب في انجاز أنشطتها إلى أدنى مستوى ممكن مقارنةً مع لشركات المنافسة.					
6-	تسعى شركتنا إلى إنتاج منتجات ذات جودة مطابقة للمواصفات المحددة مقدماً .					
7-	تدرب شركتنا العاملين على أساليب تحسين جودة المنتجات باستمرار .					
8-	تقوم شركتنا بتحديث وصيانة المعدات والأجهزة المستخدمة في أداء عملياتها المختلفة باستمرار .					
9-	تهتم شركتنا بتخفيض تكلفة منتجاتها وتحسينها باستمرار					
10-	نسبة شكاوى الزبائن عن جودة منتجاتنا قليلة مقارنة بالشركات التي تعمل في نفس المجال.					