



اسم المقال: دور أنشطة التوزيع المادي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء

اسم الكاتب: هبة موفق يونس

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/3671>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/14 03:12 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على

info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام

<https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة تنمية الراشدین كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الموصل ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي يتضمن المقال تحتها.





Journal of
**TANMIYAT AL-
RAFIDAIN**
(TANRA)

A scientific, quarterly, international, open access, and peer-reviewed journal

Vol. 39, No. 126
June 2020

© University of Mosul |
College of Administration and
Economics, Mosul, Iraq.



TANRA retain the copyright of published articles, which is released under a "Creative Commons Attribution License for CC-BY-4.0" enabling the unrestricted use, distribution, and reproduction of an article in any medium, provided that the original work is properly cited.

Citation: Younes, Heba Mowaffaq. (2020). "The role of Physical Distribution Activities in Competitive Advantages: An Exploratory Study Of The Opinions Of Managers At The General Company For The Manufacture Of Medicines And Medical Supplies in Samarra". **TANMIYAT AL-RAFIDAIN**, 39 (126), pp. 62-85 ,
<https://doi.org/10.33899/tanra.2020.165652>

P-ISSN: 1609-591X
e-ISSN: 2664-276X
tanmiyat.mosuljournals.com

Research Paper

The role of Physical Distribution Activities in Competitive Advantages: An Exploratory Study Of The Opinions Of Managers At The General Company For The Manufacture Of Medicines And Medical Supplies in Samarra

Heba Mowaffaq Younes¹

¹ Health center in Mansour / Mosul

Corresponding author: Heba Mowaffaq Younes. Health center in Mansour, Mosul.

DOI: <https://doi.org/10.33899/tanra.2020.165652>

Article History: Received: 8/1/2020; Revised: 29/3/2020; Accepted: 3/5/2020;
Published: 1/6/2020.

Abstract

The current research is an attempt to determine the correlation and impact relations between material distribution activities and competitive advantages through an exploratory study of the opinions of managers at the General Company for the manufacture of medicines and medical supplies in Samarra. For this reason, the researcher has prepared a chart that shows correlation and influence relationships, including research variables, with the formulation of a number of hypotheses that clarify these relationships. A number of statistical methods and methods have been chosen that would clarify these relationships and that It was tested through a number of statistical methods, and the researcher used the questionnaire list as a tool to collect data from the respondents and their answers to the questions. The sample size was 50 forms. And the lack of studies that dealt with the relationships between these variables in the Iraqi environment within the limits of the researcher's knowledge, the current research included these variables in an attempt to study the relationship and influence between them. It can be said that the research tries to answer the following question: What is the nature of correlations and influence between the activities of the physical distribution and competitive advantages In the company that was distributed form? The research has concluded a set of conclusions, perhaps the most prominent of them: that the activities of material distribution has a relationship of influence and moral correlation with competitive advantages. A number of recommendations have been made that are consistent with those conclusions.

Keywords

physical distribution, competitive advantages.



ورقة بحثية
دور أنشطة التوزيع المادي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء

هبة موفق يونس¹

¹ المركز الصحي في المنصور / الموصل

المؤلف المراسل: هبة موفق يونس. المركز الصحي في المنصور ، الموصل.

DOI: <https://doi.org/10.33899/tanra.2020.165652>

تاريخ المقالة: الاستلام: 1/8/2020؛ التعديل والتقييم: 29/3/2020؛ القبول: 5/3/2020؛ النشر: 2020/6/1

مجلة

تنمية الرافدين

(TANRA): مجلة علمية، فصلية، دولية، مفتوحة الوصول، محكمة.

المجلد (39)، العدد (126)
ادار 2020

© جامعة الموصل |

كلية الادارة والاقتصاد، الموصل، العراق.



تحتفظ (TANRA) بحقوق الطبع والنشر للمقالات المنشورة، والتي يتم إصدارها بموجب ترخيص (Creative Commons Attribution) (CC-BY-4.0) الذي يتيح الاستخدام، والتوزيع، والاستنساخ غير المقيد وتوزيع المقالة في أي وسيلة نقل، بشرط اقتباس العمل الأصلي بشكل صحيح.

الاقتباس: يونس، هبة موفق (2020). دور أنشطة التوزيع المادي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء." تنمية الرافدين، 39 (126)، ص 85-61

<https://doi.org/10.33899/tanra.2020.165652>

P-ISSN: 1609-591X
e-ISSN: 2664-276X
tanmiyat.mosuljournals.com



1- المقدمة:

على الرغم من تنوع الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها الشركات إلا أن أنشطة التوزيع المادي له أهمية بالغة في مختلف الشركات، وذلك لدوره في توزيع المنتجات وإيصالها إلى الزبائن بالوقت المناسب وبالجودة المناسبة والسعر المناسب وفي الوقت والمكان المناسبين لتحقيق ميزة تنافسية للشركات. ونظراً لمحدودية الدراسات التي تناولت متغيرات البحث في محافظة صلاح الدين / قضاء سامراء فقد وجدت الباحثة أنه من الممكن تناول المتغيرات بالبحث والتحليل ومن خلال دراسة استكشافية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء من خلال مديرتها، لأنهم على معرفة بعمليات شركتهم. وبحثاً تضمن المحاور الآتية:

- المبحث الأول: منهجية البحث.
- المبحث الثاني: الجانب النظري.
- المبحث الثالث: الجانب التطبيقي.
- المبحث الرابع : الاستنتاجات والمقترنات.

2- منهجية البحث:

1- معضلة البحث الفكرية.

على الرغم من أهمية متغيرات البحث الحالي لازالت الدراسات والبحوث محدودة في مجال التوزيع المادي والمزايا التنافسية ولا سيما في العراق. وإن بقاء علاقة الارتباط والتأثير بين أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية دون إشباع ميداني سيفوت الفرصة على الشركات العراقية ومنها الشركة العامة للأدوية والمستلزمات الطبية في سامراء للتعرف على طبيعة هذه العلاقة. ومن هنا برزت الحاجة إلى تحديد دور أنشطة التوزيع المادي في تعزيز المزايا التنافسية في الشركات، مما حفز الباحثة على تناول هذا الموضوع، إذ قامت بدراسة استكشافية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء خلال المدة التي كان بدايتها 2019/5/2 وانتهت في 2019/5/20 للتعرف على مدى إدراك المديرين في هذه الشركة لمفهوم وأنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية. وعليه يمكن تحديد معضلة البحث الفكرية من خلال التساؤل الآتي: ما طبيعة علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية في الشركة التي تم بحثها؟

2- اهداف البحث.

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:

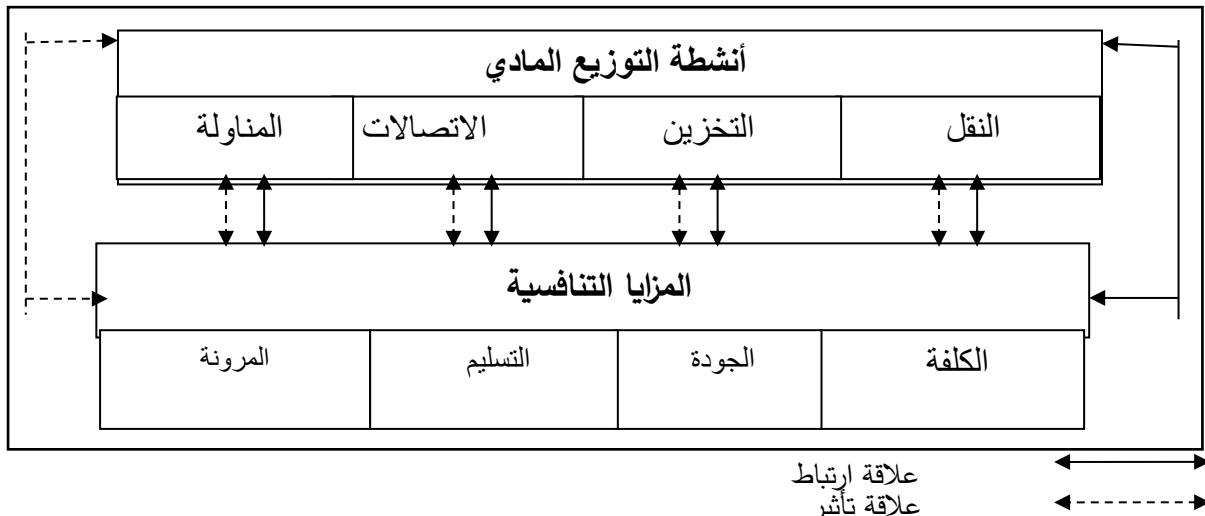
- 1- تحديد علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية في الشركة المبحوثة.
- 2- بناء مخطط افتراضي للبحث ومن ثم اختباره على أرض الواقع لتعكس العلاقة بين متغيرات البحث.



- الوصول إلى استنتاجات ومقترنات تتناسب مع الشركة قيد البحث.

2-3 مخطط البحث

تم رسم المخطط افتراضه الباحثة ليشير إلى اتجاه علاقات الارتباط والأثر بين متغيرات الدراسة (أنشطة التوزيع المادي والمزايا التناافية). وكما في الشكل (1).



الشكل (1): مخطط البحث الافتراضي

2-4 فرضيات البحث.

الفرضية الرئيسية الأولى

هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين أنشطة التوزيع المادي مجتمعة والمزايا التناافية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة. وتتفق عندها الفرضيات الفرعية الآتية :

1. هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين نشاط النقل والمزايا التناافية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.

2. هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين نشاط التخزين والمزايا التناافية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.

3. هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين نشاط الاتصالات والمزايا التناافية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.

4. هناك علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين نشاط المناولة والمزايا التناافية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.

الفرضية الرئيسية الثانية



هناك تأثير ذي دلالة معنوية موجبة لأنشطة التوزيع المادي مجتمعة في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة.

وتتفق عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

1. هناك تأثير ذي دلالة معنوية موجبة لنشاط النقل في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.
2. هناك تأثير ذي دلالة معنوية موجبة لنشاط التخزين في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.
3. هناك تأثير ذي دلالة معنوية موجبة لنشاط الاتصالات معنويًا في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.
4. هناك تأثير ذي دلالة معنوية موجبة لنشاط المناولة معنويًا في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة قيد الدراسة.

2-5 حدود البحث.

- 1- الحدود المكانية: اقتصر البحث على الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء للتعاون الجاد الذي أبدته إدارة الشركة مع الباحثة.
- 2- الحدود الزمانية: استمرت مدة البحث منذ أن تبلورت فكرة إعداد البحث إلى فترة توزيع استثمارات الاستبانة، ومن ثم تحليل هذه الاستثمارات وإنجاز البحث بصيغته النهائية، وهي المدة المحسوبة ما بين 2019/5/2 لغاية 2019/12/19.

2-6 أساليب جمع البيانات والمعلومات.

اعتمدت الباحثة في إنجاز بحثها على مجموعة من المصادر التي حصلت عليها من مكتبات جامعة الموصل والتي كانت تتضمن مصادر عربية وأجنبية متنوعة من مقالات ورسائل علمية، وكتب كانت على صلة بمتغيرات البحث مع الاستفادة من مصادر الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)، وقد استفادت منها الباحثة في تغطية الجانب النظري، ومن ثم الانطلاق نحو تغطية الجانب العملي للبحث.

- 1- استمارة الاستبيان * : قامت الباحثة بإعداد استمار استبانة لأجل التوصل إلى البيانات الخاصة بهم، وقد تم الاعتماد وبشكل رئيس على المصادر الآتية بالنسبة لفقرات التوزيع المادي : (AL-Dewege,2001) (Kortler, et.al, 2018), (Al-Taweele and janabi,2015), (Al-Taweele and kiki,2009), (Awad,2018),
- 2- في حين تم الاعتماد على المصادر الآتية لمتغير المزايا التنافسية (Rowbotham,et.al,2016) (Slack,et.al,2017) (Azzawi,2006)

*أنموذج استمارة الاستبانة في الملحق رقم (1).



2-7 الوسائل الإحصائية المستخدمة

استخدمت الباحثة وسائل إحصائية متعددة لبيان اتجاه العلاقات (الارتباط والتأثير) بين المتغيرات بهدف تحديد قوتها واتجاهها من خلال برنامج الحزمة الإحصائية SPSS 26.

2-8 اختبار ثبات الاستبابة وثبات صدقها

من أجل قياس ثبات الاستبابة وصدقها قامت الباحثة بالاعتماد على مقاييس كورنباخ ألفا (Cronbach alpha) وكما في الجدول (1)

جدول (1): نتائج اختبارات Cronbach alpha في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء

Cronbach alpha	قيمة	متغيرات البحث	ت
0.752		أنشطة التوزيع المادي	1
0.643		المزايا التنافسية	2
0.834		الاستماراة بشكل كلي	3

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسوب

ومن خلال الجدول (1) يتضح لنا أن قيمة قد بلغت (0.834) للاستماراة وبشكل كامل، وهي قيمة عالية وتشير لنا مدى نجاح الاختبار وقوته (Sekaran,200,32).

3- الخلفية النظرية

3-1 أنشطة التوزيع المادي:

أولاً- مفهوم التوزيع المادي: حدد (Weiss & Gershon,2002,56) التوزيع المادي على أنه يصف جميع الخدمات اللوجستية المشاركة في تقديم منتجات الشركة إلى المكان المناسب، في الوقت المناسب، بأقل تكلفة. كما أنه يوفر التوزيع الفعال للزيائن (ماذا وأين ومتى - المنتج المناسب، في المكان المناسب، في الوقت المناسب)، والوصول (وعي الزيائن بمتوفّر وإن الشراء)، والدعم (على سبيل المثال نصيحة ما قبل البيع، ترويج المنتجات والترويج ، خدمات ما بعد الخدمة). ويرى (Rushton,*et.al*,2010,65) أنه يهتم بالتدفقات المادية والمعلوماتية والتذخين للمواد الخام إلى التوزيع النهائي للمنتج النهائي. وقد أوضحاوا أن إدارة التجهيز والمواد تمثل التذخين والتدفقات وصولاً إلى عملية الإنتاج، بينما يمثل التوزيع التذخين والتدفق من نقطة الإنتاج النهائية إلى الزيائن أو المستخدم النهائي. ولاحظوا أنه يتم التركيز الآن بشكل كبير على أهمية المعلومات، فضلاً عن التدفقات المادية والتذخين، وهناك عامل إضافي وهام للغاية يتمثل في اللوجستيات العكسية - تدفق المنتجات المستخدمة والتعبئة والتغليف والمعلومات المرتبعة عبر النظام. وحدد (Bradley,2015,259) التوزيع المادي هو جزء من علم لوجستيات الأعمال، إذ يتم توفير الكمية



المناسبة من المنتج في المكان الذي يوجد فيه الطلب عليه وبالجودة المناسبة، وحدد (Adeshina,2014,76) مجموعة من الأنشطة التي تكون معنية بحركة فعالة للمنتجات تامة الصنع من نهاية عملية الإنتاج إلى الزبائن. ويرى (Ferrell & Hartline,2018,126) بأن التوزيع المادي هو تنسيق تدفق المعلومات والمنتجات بين أعضاء القناة لضمان توافرها في الأماكن المناسبة ، بكميات مناسبة ، وفي الأوقات المناسبة ، وبطريقة فعالة من حيث الكلفة. . وذكر (Kotle,*et.al*,2018,267) بأن التوزيع المادي هو التخطيط والتنفيذ والتحكم في التدفق المادي للمنتجات والمعلومات ذات الصلة من نقاط المنشأ إلى نقاط الاستهلاك لتلبية متطلبات الزبائن لتحقيق الأرباح. واتساقاً مع ما تقم ترى الباحثة أن التوزيع المادي هو التدفق الفعلي للمنتجات إلى مكان الطلب عليها وجعلها ميسرة لدى الزبائن بالجودة المناسبة وبالكمية المناسبة والوقت المناسب والمكان المناسب وبالسعر المناسب.

ثانياً أهمية وأهداف التوزيع المادي : حدد (Al-Taweel and Al-najjar,2006.197) و (kiki,2009,14)

بيان أهمية التوزيع المادي تتمثل بالآتي:-

- 1- التوزيع المادي يسهم في تطوير إستراتيجية سوق ملائمة.
- 2- تخفيض التكاليف لأنشطة التوزيع المادي مع تحديد منافذ التوزيع.
- 3- زيادة المبيعات وزيادة الإرباح للشركة.
- 4- تسليم المنتجات بكفاءة عالية وبسرعة إلى الزبائن.
- 5- يضمن إيصال المنتجات إلى الزبائن في المكان والزمان المناسبين.
- 6- إضافة خبرات جديدة للعاملين لزيادة كفاءتهم وتوفير فرص عمل مناسبة.
- 7- يسهم في زيادة رضا الزبون عما تقوم الشركة بمنتجه.

وحدد موقع (Scoopskiller,2019,4) المتخصص بالتوزيع المادي أهداف التوزيع المادي بالآتي:

- 1- تلبية معايير خدمة الزبائن: في توافر التوزيع المادي ، فإن التوقيت ، والدقة هي أبعاد مهمة لخدمة الزبائن. إذ تضع الشركات معايير خدمة الزبائن على أساس واحد أو مجموعة من هذه الأبعاد. ويشير التوفير إلى النسبة المئوية للأوامر التي يمكن ملؤها من المخزون الحالي للشركة.
- 2- تخفيض إجمالي تكاليف التوزيع: على الرغم من محاولة مدير التوزيع المادي تقليل التكاليف المرتبطة بمعالجة الطلب وإدارة المخزون ومعالجة المواد والتغذية والنقل. باعتماد نهج الكلفة الإجمالية للتوزيع المادي للمديرين وعرض التوزيع الفعلي كنظام بديل عن مجموعة من الأنشطة غير ذات الصلة. ويسهم هذا النهج على خفض التكاليف المنفصلة لأنشطة الفردية لتقليل تكاليف التوزيع الإجمالية.

- 3- تقليل وقت الدورة: يتمثل في أحد الأهداف المهمة الأخرى للتوزيع المادي وهو تقليل وقت الدورة ، وهو الوقت اللازم لإكمال العملية، والقيام بذلك يمكن أن يقلل من التكاليف و / أو يزيد من خدمة

البيان، اذ تستخدم العديد من الشركات ، ولا سيما شركات التوصيل ، ووسائل الأخبار الرئيسة ، أسلوب تقليل وقت الدورة للحصول على ميزة تنافسية.

ثالثا - أنشطة التوزيع المادي: تعدد وجهات النظر التي تناولت أنشطة التوزيع المادي والجدول (2) يعكس وجهات نظر الكتاب.

جدول (2): أنشطة التوزيع المادي بحسب وجهة نظر مجموعة من الكتاب

الكتاب	الأنشطة	النقل	الخزن	المناولة	الاتصالات	التخزين	النقل	الاتصالات	النقل	الخزن	المناولة	الاتصالات	النقل	الخزن	المناولة
الطويل، 1995، 22	*	-	*	-	*	-	-	-	*	*					
عالي وآخرون، 1996، 234	-	*	-	*	-	*	*	*	*	*	*				
المساعد، 1997، 414	-	-	-	-	-	-	*	*	*	*	*				
عبد الرحمن، 2001، 13	-	*	*	*	*	-	-	*	*	*	*				
الديوه جي، 2001، 154	*	-	*	-	*	-	-	-	*	*	*				
الطويل و الكيكي ، 2009 ، 14	-	-	-	*	*	*	*	*	*	*	*				
Kotle,et.al,2018,378	-	-	-	*	*	-	-	*	*	*	*				
عضو 2019، 134	-	-	*	*	-	*	*	*	*	*	*				
المجموع	2	2	3	3	6	3	3	5	9	9					
النسبة %	22.22	22.22	33.33	33.33	66.66	33.33	33.33	55.55	100	100					

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على المصادر التي تم ايرادها في الجدول

يشير الجدول(2) إلى اتفاق آراء الكتاب حول بعض أنشطة التوزيع المادي والتي تمثل ب النقل ، التخزين، و الاتصالات و المناولة إذ اتفق (100%) منهم على نشاطي النقل والتخزين ، واتفق 66.66% على نشاط الاتصالات ، واتفق 55.55% منهم على نشاط المناولة . وهنالك اتفاق على الأنشطة الأخرى وبنسب أقل من 50%. واتساقاً مع ما تقدم فإن الباحثة سوف تعتمد أنشطة التوزيع المادي التي حصلت على نسب اتفاق الكتاب والتي زادت عن 50%، في بحثها الحالي وهي أنشطة النقل ، التخزين، و الاتصالات و المناولة والتي ستناولها على النحو الآتي:

1- نشاط النقل: يرى (Hugos,2019,75) أن النقل يشير إلى الحركة التي تضمن كل شيء من المواد التي تكون خاماً إلى البضائع النصف مصنعة إلى تامة الصنع بين الشركات المختلفة في جوانب سلسلة التوريد كلها. وفي عملية النقل ، تتجلى المفاضلة بين الاستجابة والكافأة في اختيار وسائل النقل. تعتبر وسائل النقل السريعة مثل الطائرات سريعة الاستجابة ولكنها أكثر تكلفة، وتعتبر الأنماط الأبطأ السفينة والسكك الحديدية منخفضة التكلفة للغاية ولكنها ليست سريعة الاستجابة. ونظرًا لكون تكاليف النقل يمكن أن تصل إلى ثلث



تكلفة تشغيل سلسلة التجهيز، فإن القرارات المتخذة هنا مهمة جدًا. وحدد (Al-Taweele and kiki,2009,13) أن النقل هو مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تسعى إلى توفير المنتجات وجعلها ميسرة لدى الزبائن بالكميات والأوقات والأماكن المناسبة وبحالة جيدة. وذكر (Wood,2010,172) في سياق التخطيط لنقل المنتجات الواردة والصادرة، يمكن اختيار وسائل النقل المناسبة للمنتجات بحسب احتياجات الزبائن وتصورات القيمة. وتشمل وسائل النقل، النقل البري بالشاحنات (مناسب للشاحنات من الباب إلى الباب) ، والنقل بالسكك الحديدية (للعناصر الضخمة أو الثقيلة) ، والنقل الجوي (عندما يكون الوقت عاملاً مهماً)، والنقل المائي (عندما لا يكون الوقت عاملاً مهماً) والنقل بالأثابيب (للسوائل والغازات الطبيعية). غالباً ما يتم نقل المنتجات بواسطة أكثر من وسيلة نقل واحدة .

وبصدق نقل الأدوية والمستلزمات الطبية أشار (Rahman,*et.al*,1995) إلى ضرورة اختيار وسائل متخصصة لنقل المنتجات الدوائية لكونها من المنتجات الاستهلاكية الخاصة التي قد تعرّض لمخاطر معينة عند نقلها، لذا يتطلب الامر اختيار وسائل مناسبة لنقلها لتفادي الحاق أي ضرر بها عند نقلها. اذ يستلزم الامر تجنب أي اهتزاز قد يحصل عند نقل الأدوية، ويؤدي الاهتزاز إلى إزالة العلامات أو فصل المساحيق أو عمل انفصال في المواد المستحلبة ، هذا من جهة من جهة أخرى لا بد من تجنب العوامل الفيزيائية كتجنب الحرارة غير المناسبة أو الضوء غير المناسب، إذ قد يؤثر ذلك في إحداث تفاعلات في المكونات الدوائية وتحطّلها (Al-AHayali,2005,21).

2- نشاط التخزين: يرى (Evans & Berman, 2007, 438) بأنها الوسيلة أو الوسائل التي تتعامل مع الماديات التي تستخدم لتخزين ومطابقة وتصنيف وفرز المنتجات المتوقع بيعها ونقلها في قنوات التوزيع. وأشار (Hayes,2019,16) إلى أن التخزين هو عملية ترتيب وتخزين واستخدام مخزون الشركة من المواد والأجزاء والمنتجات النهائية، فضلا عن تخزين ومعالجة هذه العناصر. ويرى (Porter,2009,65) أنه يتم تحديد نوع نظام إدارة المخزون المستخدم وفقاً لطبيعة الطلب على منتجات الشركة. ويمكن تصنيف الطلب إلى فئتين: طلب معتمد وطلب مستقل. وقرارات التخزين تتركز على ثلاثة موضوعات رئيسة هي : (Omer,2009,259)

- معرفة مواضع تواجد زبائن الشركة.
- تحديد والتتبّؤ بالطلبات الحالية والمستقبلية.
- مستويات خدمات المقدمة للزبائن.

وبصدق تخزين الأدوية أشار (AL-Allaq,2009,166) إلى أن نشاط تخزين الأدوية والمستلزمات الطبية يعدّ من الأنشطة الأساسية في أية شركة تنتج الأدوية وتسوقها، إذ تتطلب طبيعة الأدوية توفير شروط قانونية وصحية مناسبة، فضلا عن توفير أيدي عاملة مناسبة، وذلك بسبب حصول الشركة المتخصصة بإنتاج وتوزيع الأدوية على احتياجاتها من عدة موردين للمواد اللازمة لانتاج الأدوية، فضلاً عن التدفق السليم للمنتجات الدوائية إلى داخل مخازن الأدوية، ومن ثم توزيعها إلى الجهاتطالبة لها على مدار السنة.

3- نشاط الاتصالات: يرى (Kinck&Williams,2003,G-2) بأن الاتصال يتضمن نقل المعلومات والفهم من شخص إلى آخر. وحدد (Batemen&Snell,2007,486) أن الاتصال هو إرسال المعلومات والمعاني من مجموعة إلى أخرى باستعمال الرموز المشتركة. ويرى (Kotle&Armstrong,2012,412) في قنوات الاتصال الشخصية، يتواصل شخصان أو أكثر مع بعضهم البعض مباشرة. وقد يتواصلون وجهاً لوجه، أو عبر الهاتف، أو عبر البريد الإلكتروني، أو حتى من خلال "الدردشة" على الإنترنت. وقنوات الاتصال الشخصية تكون فعالة، لأنها تتدفق من أجل التعامل الشخصي والتعليق.

ويرى (Palmatier&Sridhar,2018,56) بأن اتخاذ قرارات التخصيص عبر تنسيقات الاتصالات التسويقية المختلفة يتم للسعى لتحقيق أهداف بناء العلامة التجارية الرئيسة، وقد يكون من المفيد أيضًا لهم كيفية معالجة الزبائن للمعلومات وإقناعهم بتغيير سلوكهم عبر النماذج العديدة والمتنوعة للاتصال ومعالجة المعلومات، ويمكن تقسيم معظمها إلى ست خطوات يجب على الزبائن المرور من خلالها لإقناعهم بتنسيقات الاتصال المختلفة وهي على النحو الآتي:

- يجب أن يتعرض الزبون لرسالة الاتصال، سواء كان ذلك يعني سماعها أو رؤيتها.
- تحتاج الرسالة إلى جذب انتباه الزبائن، حتى يتلقونها.
- يجب على الزبون فهم رسالة التسويق المطلوبة.
- يحتاج الزبون إلى تطوير مواقف إيجابية تجاه الرسالة.
- يجب على الزبون إنشاء نوايا للعمل، وفقًا للمعلومات الواردة في رسالة الاتصال.
- يجب أن يتصرف الشخص في الواقع بالطريقة المطلوبة.

وبصدق نشاط الاتصالات في الشركات المنتجة للأدوية أوضح (Al-Bakri,2005,232) أن الشركات المنتجة للأدوية تحتاج إلى عملية الاتصال بشكل قد يفوق الشركات الأخرى، وذلك يرجع إلى أن هذه الشركات تهدف من خلال إنتاج الأدوية وتوزيعها إلى مواجهة الأحداث الصحية التي قد تتعرض لها على صحة وسلامة أفراد المجتمع إلى حد كبير في حالة عدم وصول الأدوية والمستلزمات الطبية في الوقت المناسب والمكان المناسب وبالكمية المناسبة وبالجودة المناسبة.

4- نشاط المناولة: يرى (Arijeloye&Akinradewo,2016,76) أن المناولة هي التعامل الفعال مع المواد من حيث استخدامها بالطريقة الصحيحة والكمية والمادة والمكان والوقت والتسلسل والموضع والتكلفة الصحيحة. ويرى أنه يتضمن التعامل مع المواد وتخزينها والتحكم فيها. ويتم إبراز أهمية المعالجة المناسبة للمواد من خلال كونها باهظة الثمن وتحتاج قرارات حاسمة. نظرًا لتكرار مواد المناولة، وهناك اعتبارات الجودة عند تصميم نظام مناولة المواد. وبعد اختيار معدات مناولة المواد وظيفة مهمة حيث أنه يمكن أن يعزز عملية الإنتاج، ويوفر الاستخدام الفعال للقوى العاملة، ويزيد من الإنتاج ويسهل مرونة النظام. في حين يرى (Reinders,2008,8) أن المناولة هي علم حركة ونقل المنتجات دون أن يكون هناك تأثير في خصائصها وذلك من خلال الأجهزة والمعدات المصممة لإنجاز هذا العمل. ويرى (Jrank , 2011,6) أن المناولة تشير



إلى حركة المنتجات المصنعة ونصف المصنعة داخل الشركة وتشمل حركة المنتجات التي ترد إليها وحركة المنتجات من أماكن التخزين إلى أماكن شحنها النهائية.

وبقصد نشاط مناولة المنتجات الدوائية أشار (Timpby&koprowski,1987,28) إلى أن مناولة المنتجات الدوائية تعتمد على التعبئة المناسبة لها والتغليف المناسب لها ولاسيما عندما يتم مناولتها من موقع إلى آخر على نحو واسع مع مراعاة عدم الحق أي ضرر بها عندما يتم مناولتها، وذلك من خلال الاستعانة بالارشادات والاشارات المدونة على أغلفة عبوات الأدوية.

2-3 المزايا التنافسية.

أولاً - مفهوم المزايا التنافسية : يرى (Heizer&Render,2013,34) بأن المزايا التنافسية تشير إلى تكوين نظام له ميزة، ويتفقدها على المنافسين. وذكر (krajewski,*et.al*,2016,31) بأن المزايا التنافسية هي الأبعاد التي تكون ذات قيمة حرجة للعمليات التي يتوجب عليها أن تتحقق رضا الزبون الداخلي والخارجي. وحدد (Slack,*et.al*,2017,656) أنها الاتجاه العام ومساهمة وظيفة العمليات في عمليات الاعمال، والطريقة التي يتم بها التوفيق بين متطلبات السوق وقدرات موارد العمليات داخل الشركة. وذكر (Kotle& Armstrong,2018,53) الميزة التنافسية هي تحقيق الشركة لميزة مكتسبة على المنافسين من خلال تقديم قيمة أكبر للزيائن، إما عن طريق خفض الأسعار أو تقديم المزيد من الفوائد التي تبرر ارتفاع الأسعار. ويرى (Garfinkle,2018,60) أن المزايا التنافسية هي القدرة على البقاء في صدارة المنافسة الحالية أو المحتملة، ويتم ذلك عادةً عن طريق تقييم نقاط القوة والضعف لدى المنافسين ومعرفة أين يمكنك ملء الفجوة أو التقدم والتحسين. وحدد (Twin,2019,31) المزايا التنافسية بأنها الشروط التي تسمح للشركة بإنتاج منتجات متساوية القيمة بسعر أقل أو بطريقة أكثر استحساناً من قبل الزيائن. وتتيح هذه الشروط للشركة المنتجة تحقيق المزيد من المبيعات أو الهوامش المتميزة مقارنةً بمنافسيها في السوق. وحدد (AL-Thihab,2004,53) مصادر المزايا التنافسية بالآتي :

1. العوامل الأساسية للمنتج: وجود عوامل تكون أساسية للمنتج، وتنتسب إلى مهارات المورد البشري التي تملكها الشركات من جهة والقاعدة العلمية القوية من جهة أخرى.
2. بناء القدرات التنافسية: إن المزايا التنافسية تمكن الشركة من المحافظة عليها باستخدام القدرات التنافسية التي تعد مصدراً أساسياً لتحديد أكثر الأنشطة إسهاماً في تحصيل هذه القدرات التنافسية.
3. ظروف الطلب الداخلي: فكما كان هذا الطلب حساساً لطلبات الزيائن، فإن ذلك يعطي الشركات خبرات ومهارات في الابتكار والتجديد وتدعم إمكاناتها على التنافس.
4. مدخلات الشركة والصناعات المغذية الساندة: إن امتلاك الشركة لقوة العمل المتميزة يشكل مصدراً لها، وقد تملك الشركة مصدراً رخيصاً للمواد الأولية تساهم من خلاله في تحقيق المزايا التنافسية أو مدخلات غير ملموسة كرأس المال البشري والاجتماعي.



5. البيئة الخارجية: إن هيكل الشركة ومركزها في السوق قد يكون مصدراً للميزة التنافسية يميزها من منافسيها.

وأوضح (Twin,2019,3) بضرورة معرفة عدة أمور قبل إنشاء ميزة تنافسية منها:

1. الفائد: يجب أن تكون الشركة واضحة بتحديد الفوائد التي توفرها المنتجات للزبائن.

2. السوق المستهدف: يجب على الشركة تحديد من الذي يشتري منتجاتها وكيف يمكنها تلبية احتياجات السوق المستهدفة.

3. المنافسون: من المهم أن تفهم الشركة المنافسين الآخرين في المشهد التنافسي. ولبناء ميزة تنافسية يجب أن تكون الشركة قادرة على تفصيل الفوائد التي تقدمها لسوقها المستهدف بطرق لا يستطيع المنافسون الآخرون القيام بها.

وقد اتفق أغلب الكتاب في إدارة الانتاج والعمليات على أن المزايا التنافسية تتمثل بالكلفة والجودة والمرنة والتسليم ومنهم: (Evans & Berman, 2007, 43), (Heizer&Render,2013,34), (Slack,*et.al*,2017,656) (Reid& Sanders,2015, 40 krajewski,*et.al*,2016,31)

وستتناول المزايا التنافسية المعتمدة في البحث وعلى النحو الآتي:

1. الكلفة : ذكر (Reid& Sanders,2015, 42) بأن التفاضل على أساس الكلفة يعني تقديم منتج بسعر منخفض بالنسبة إلى أسعار المنتجات المنافسة. وتبرز الحاجة إلى هذا النوع من المنافسة من دور استراتيجية العمليات في وضع خطة لاستخدام الموارد لدعم هذا النوع من المنافسة. والشركة التي تعمل على خفض الكلفة يمكن أن تتحقق المزيد من الارباح ، واضاف (Al-Lami and Al- biati,2008,31) بأن الكلفة تمثل الهدف الذي تتنافس الشركات من خلاله، ويتم أخذ ذلك بنظر الاعتبار بالنسبة للشركات التي تكون محور تفاضلها على أساس السعر حيث إن الكلفة الأقل هي الهدف الأساسي لاستراتيجية العمليات ، وتسعى الشركات دوماً إلى إيصال المنتجات إلى الزبائن النهائي بأقل الأسعار على افتراض أن العلاقة طردية بين عدد المشترين للمنتج وعدد الزبائن ولا بد من أن لا يؤثر تقليل الأسعار على جودة المنتج، إذ إنها تعمل مع الأسبقيات الأخرى كالجودة والمرنة والتسليم.

ويرى موقع (Healthcare,2019,65) المتخصص في تقديم الخدمات الصحية أن زيادة تكاليف الخدمات الطبية الناتجة عن كل من الزيادة المتمامية للسكان والشيخوخة تؤدي دوراً كبيراً ولكن أيضاً عوامل أخرى مثل العدد المتزايد من الأشخاص المصابين بأمراض مزمنة ، وزيادة تكاليف رعاية المرضى الخارجيين وحالات الطوارئ ، وارتفاع أقساط التأمين والخروج ، وفقاً لمكتب إحصاءات العمل ، بلغ متوسط إنفاق المستهلكين على تكاليف التأمين الصحي 160،3 مليون دولار في عام 2016 ، و 3414 مليون دولار في عام 2017 ، و 405،3 دولار في عام 2018. مما يشير إلى ضرورة الاهتمام بالكلفة والعمل على تقليلها.

2. الجودة : حدد (Slack,*et.al*,2017,498) عدداً من التعريفات للجودة. نعرفها هنا بأنها "المطابقة المتسقة لتوقعات الزبائن". ويعني استخدام كلمة "المطابقة" أن هناك حاجة إلى تلبية مواصفات واضحة وضمان أن المنتج يتوافق مع المواصفات. ويعني "متسق" أن المطابقة للمواصفات ليست حدثاً مخصوصاً ولكن المنتج يفي بالمواصفات، لأن متطلبات الجودة تستخدم لتصميم وتشغيل العمليات التي تنتج المنتجات. يتعرف استخدام "توقعات الزبائن" على أن المنتج أو الخدمة يجب أن تراعي آراء الزبائن ، والتي قد تتأثر بالسعر. لاحظ أيضاً استخدام كلمة "التوقعات" في هذا التعريف ، بدلاً من "الاحتياجات" أو "ما يريد". وذكر (Reid & Sanders,2015,43) بأن العديد من الشركات تعد الجودة هي من أهم أولوياتها ، ويقول العديد من الزبائن أنهم يبحثون عن الجودة في المنتجات التي يشتريونها وبعد الجودة له معنى شخصي ، وذلك يعتمد على من يميزها على سبيل المثال ، قد تعني الجودة لشخص واحد أن المنتج يستمر لفترة طويلة ، مثل سيارة فولفو ، وهي سيارة معروفة بطول عمرها. وبالنسبة لشخص آخر ، قد تعني الجودة الأداء المميز ، مثل سيارة BMW. وعندما تركز الشركات على الجودة كأولوية تناصية ، فإنها تركز على أبعاد الجودة التي تعتبر مهمة من قبل زبائنه.

وتنرى منظمة (World Health Organization,2006,43) في بحثها عن الجودة في المجال الصحي، نظراً لتقديم العلوم والتكنولوجيا الطبية بوتيرة سريعة ، فقد تغير نظام تقديم الرعاية الصحية في قدرته على توفير رعاية عالية الجودة باستمرار للجميع. وهذا يعني أن زيادة المعرفة وزيادة الموارد لن تترجم بحد ذاتها إلى الرعاية الصحية العالمية الجودة التي يتوقعها الأفراد عن حق. إنما أصبحت كيفية تنظيم تقديم الرعاية مهمة بجودة عالية، وإن تبني منظور للنظم وتوجيهه لأنظمة نحو تقديم الجودة وتحسينها أمر أساسى للتقدم وللتلبية توقعات كل من السكان والعاملين في مجال الرعاية الصحية.

3. التسليم: يرى (Schroeder,*et.al*,2011,28) أن التسليم هو مقدرة العمليات في الشركة على تسليم المنتج إلى الزبائن بالوقت والمكان الذي يطلبها. ويرى (Rowbotham,*et.al*,2016,64) أن التسليم يعني إيصال المنتجات إلى الزبائن بسرعة. ويمكن تحقيق السرعة من خلال التحكم الفعال في سير العمل. ويضيف (Russell & Taylor,2007, 75)، أن السرعة أصبحت في الوقت الحاضر مصدراً جديراً بالاهتمام للمزايا التنافسية، وهي سرعة الحركة والتوجه السريع نحو متطلبات الزبائن. وحدد (González,*et.al*,2019,54) أنه يجب تصميم تقديم الرعاية الصحية فيما يتعلق بوضع المريض مثل الموقف والمعرفة والمعتقدات والفهم و موقف النظام الاجتماعي والموارد والثقافة والأراء والمشاعر الدينية وما إلى ذلك. وبالتالي، فإن العوامل المؤثرة في تقديم الخدمات هي الحالة والقناة التي اعتمدها فريق الرعاية الصحية. يتم دمج جودة الرعاية وجودة الرعاية مع بعضها البعض بطرق عديدة. كما يجب ممارسة الطلب من قبل أطباء ذوي معرفة وكفاءة وعاطفة ولديهم علاقات



علاجية عالية الجودة مع المرضى وعائلاتهم أو مقدمي الرعاية في إطار نظام رعاية صحية آمن وفعال.

4. المرونة: حدد (Azzawi,2006,25) المرونة بمرونة التصميم ومرونة الحجم أي قدرة المنظمة على تقديم منتجات جديدة أو الاستجابة في كمية الإنتاج وفقا للتغيير في حجم الطلب. في حين يرى (Kaschel & Bernal, 2006,1) بأن المرونة تمثل قدرة النظام الإنتاجي على الاستجابة بأقصى سرعة لاحتياجات ومتطلبات الإنتاج في البيئة المتغيرة والمتقلبة. ويرى (Stevenson,2017,43) بأن المرونة هي قدرة الشركة على الاستجابة للتغيرات السوقية، وهذه التغيرات قد تكون على المنتج نفسه أو بعض خصائصه المكونة له أو على مجموعة المنتجات التي تقدمها للزبائن.

ويرى (Nancarrow,2015,54) أن المرونة في المجال الصحي تكون لدى القوى العاملة المرنة حفاظاً القدرة على تحسين الوصول إلى الرعاية الصحية من خلال ضمان الاستجابات في الوقت المناسب لنقص اليد العاملة ، عن طريق أنظمة التدريب وبشكل كامل وتوزيع الموارد الصحية بطريقة تلبي الاحتياجات بكفاءة أكبر للمريض. والتفاعلات والعلاقات المتبادلة التي تؤثر على مرونة القوى العاملة في مجالات متعددة. وتشمل القوى العاملة الصحية أي شخص مؤهل أو غير مؤهل يشارك في تقديم خدمات الرعاية الصحية أو الاجتماعية ، ويشار إليها باسم "ممارسو". ويشمل ذلك القوى العاملة الإكلينيكية والإدارية في مجال الصحة والطب والتمريض والرعاية الاجتماعية.

4- الجانب الميداني:

1- وصف مجتمع البحث وعينته.

- وصف مجتمع البحث: تم اختيار الميدان المبحوث للمسابقات الآتية:

1-الخبرات التي يمتلكها الكادر الوظيفي في الشركة ميدان الدراسة، إذ تعد من الشركات الرائدة والمفضلة على المستوى المحلي والعربي.

2-مهارة الكادر الإداري الواسعة.

3-منتجات الشركة المتنوعة التي تغطي جميع أسواق محافظات العراق الحبيب.

والجدول (3) فيه تعريف مبسط بميدان البحث.

* الكراس التعريفي للشركة المبحوثة



**جدول (3): تعريف مختصر عن الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية
والطبية (SDI) في سامراء**

عينة من منتجات الشركة			تعريف مختصر للشركة
TABLETS	SYRUP	CAPSULES	
lasimex (40mg)	solvoden (100ml)	amoxycilin (500mg)	تم تأسيس الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الدوائية والطبية (SDI) في سامراء في عام 1965 مع جانب الاتحاد السوفياتي سابقاً وفقاً لعقد تم توقيعه مع الجانبين، وقد كان التشغيل الفعلي له عام 1970 وبامتياز من شركات مشهود لها بالسابق مثل Lepetite الاوربية و MSD التي تعمل في الولايات المتحدة الامريكية وغيرها من الشركات الرصينة، ويقع مقر الشركة في سامراء وعلى بعد 120 كم على الشمال من العاصمة العراقية بغداد، وهو بجانب الملوية المنارة الشهيرة وقد بلغت المساحة الكلية 70,000 م ²
becardin (10mg)	sedilar (100ml)	ampicilin (250mg)	وتعتبر الشركة من أكبر الشركات المنتجة للدواء على مستوى العراق وبمواصفات عالمية وتغطي الشركة ما نسبته 20% من متطلبات السوق العراقية، وتأمل الشركة أن تصل إلى ما نسبته 40% من احتياجات السوق المحلية.
becardin (40mg)	pulmocod en (100m)	ampicilin (500mg)	
tenordin (50mg)	samiln (100ml)	cephacilin (250mg)	
aldosam (250mg)	tussilet (100ml)	cephacilin (500mg)	
captosam (25mg)	tussiram (100ml)	samacycilin (250mg)	
samastalin (135m)	coldin (100ml)	doxysam (100mg)	
libraxam salabid	antipyrol (100ml)	ponstidin (250mg)	
riabasam	butadin (100ml)	ponstidin (500mg)	
mecloclodin (5mg)	histadin (100ml)	amoxycilin (250mg)	
mecloclodin (10mg)	solvodin (100ml)	cefdinisam (300mg)	
famosam (20mg)	sedilar (100ml)	samaxime (200mg)	
	valiapam (100ml)	samaxime (400mg)	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الموقع الرسمي للشركة على شبكة الانترنت

- **تصنيف الأفراد المبحوثين:** اختارت الباحثة عينة متنوعة من مدربين الاقسام والعاملين فيها من الذين لديهم خبرة عن ما يقوم به شركتهم من عمليات إنتاجية. وقد قامت الباحثة بتوزيع (50) استمارة، وتم استرجاعها بالكامل، مما يعني أن نسبة الاستجابة كانت بنسبة (100%) والجدول (4) يوضح وصف الأفراد اللذين وزعت الاستمارة عليهم.

**جدول (4): وصف عام للأفراد المبحوثين****مركز المحبين الوظيفي**

الادارة عليا		الادارة وسطى		الادارة دنيا	
%	عدد	%	عدد	%	عدد
20	10	20	10	60	30
تحصيل المحبين الاكاديمي					
ماجستير	دبلوم عالي	بكالوريوس	دبلوم فني		
%	%	%	%		
4	2	20	10	60	30
سنوات خدمة المحبين داخل الشركة					
16 - قاكثر	15 - 11	10 - 6	5 - 1		
%	%	%	%		
16	8	24	12	30	15

يتضح لنا من خلال الجدول (4) ان النسبة الأكبر كانت للادارة الدنيا، حيث مثلت نسبة (60%) في حين مثلت الادارة العليا والوسطى مثلت ما نسبته (20%) على التوالي. في حين سجل تحصيل المحبين الاكاديمي (60%) بالنسبة للبكالوريوس أعلى نسبة، أما الدبلوم العالي فكان بنسبة (20%) ثانيا، وجاء الدبلوم الفني بنسبة (16%) أما نسبة الدراسات العليا ماجستير فبلغت (4%). وسجلت سنوات الخدمة للمحبين داخل الشركة نسبة (70%) لمن هم اكثر من 5 سنوات . مما تقدم يمكن القول إن المحبين يمتلكون المعلومات حول عملهم ومهامهم ويمتلكون الخبر الازمة لأجل فهم استماره الاستبانة والاسئلة الواردة فيها والإجابة عنها.

4-2 علاقات الارتباط بين أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية.

لأجل تحليل العلاقة ومعرفة اتجاهات علاقات الارتباط بين المتغير المفسر أنشطة التوزيع المادي والمتغير المستجيب المزايا التنافسية في الشركة قيد البحث قامت الباحثة بإعداد الجدول (5) الذي يوضح ان هناك علاقة قوية بين أنشطة التوزيع المادي مجتمعاً والمزايا التنافسية مجتمعاً، وقد بلغت (0.602).

وانتساقا مع ما تقدم فإن الباحثة تقبل الفرضية الرئيسية الأولى على مستوى الشركة المبحوثة

جدول (5): يبين نتائج علاقات الارتباط بين أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية في الشركة المحوسبة

المؤشر الكلي	أنشطة التوزيع المادي				المتغير المفسر المتغير المستجيب
	المناولة	الاتصالات	التخزين	النقل	
0.602	0.548	0.559*	0.600*	0.583*	المزايا التنافسية
$P \leq 0.05$					N = 50

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج SPSS

ولكي نبين العلاقات بين كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية مجتمعة، فمن ملاحظة الجدول (5) يمكن القول إن العلاقة بين نشاط النقل كنشاط من نشاطات التوزيع المادي والمزايا التنافسية (0.583*) وهي علاقة جيدة، وبذلك فإن الفرضية الأولى التي تفرعت من الفرضية الأولى قد تحققت عند مستوى معنوية مقدارها (0.05). في حين العلاقة بين نشاط التخزين كنشاط من نشاطات التوزيع المادي والمزايا التنافسية (0.600*) وهي علاقة جيدة، وبذلك فإن الفرضية الثانية التي تفرعت من الفرضية الأولى قد تحققت عند مستوى معنوية وبمقدار (0.05). وقد كانت العلاقة بين نشاط الاتصالات كنشاط من نشاطات التوزيع المادي والمزايا التنافسية (0.559*) وهي علاقة جيدة، وبذلك فإن الفرضية الثالثة التي تفرعت من الفرضية الأولى قد تحققت عند مستوى معنوية مقدارها (0.05). والعلاقة بين نشاط المناولة كنشاط من نشاطات التوزيع المادي والمزايا التنافسية (0.538*) وهي علاقة جيدة، وبذلك فإن الفرضية الرابعة التي تفرعت من الفرضية الأولى قد تحققت عند مستوى معنوية مقدارها (0.05).

اتساقاً مع ما تقدم فإن الفرضية الأولى والفرضيات التي تتفرع منها تم قبولها على مستوى الشركة المحوسبة.

3-تأثير أنشطة التوزيع المادي في المزايا التنافسية.

إن لأنشطة التوزيع المادي مجتمعة تأثيراً على المزايا التنافسية، وهذا ما بينه الجدول (6) حيث كانت قيمة f التي تم حسابها (27.298) وهي أكبر من قيمتها الجدولية التي بلغت (4.04) عند درجات حرية مقدارها (1.48) . في حين تدل قيمة معامل التحديد r² التي بلغت (0.602) على أن التغيرات المفسرة في المزايا التنافسية تعتمد على أنشطة التوزيع المادي بنسبة (60.2%) اما ما بقي فيعود إلى متغيرات خارج الأنماذج لا يمكن السيطرة عليها. ومن خلال قراءة قيمتي معاملات معادلة الانحدار B وقيمة T والتي كانت قيمتها (5.225) ومن خلال مقارنتها مع قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) كانت أكبر من الجدولية التي كانت قيمتها (1.675).

وبذلك تم قبول الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على هنالك تأثير ذي دلالة معنوية موجبة لأنشطة التوزيع المادي مجتمعة في المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المحوسبة.

**جدول (6): تأثير أنشطة التوزيع المادي في المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة**

قيمة F	أنشطة التوزيع المادي			المتغير المفسر
	r^2	B1	B0	
من الموجودة في الجدول	المحسوبة			المتغير المستجيب
4.04	*27.298	0.602	0.452 *(5.225)	1.187

* $P \leq 0.05$ N=50 d.f (1 , 48)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج SPSS

وقد قامت الباحثة بإعداد الجدول (7) من أجل إعطاء مؤشرات لتأثير كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي في المزايا التنافسية وعلى النحو الآتي:

جدول (7): تأثير كل نشاط من أنشطة التوزيع المادي في المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة

قيمة F	أنشطة التوزيع المادي						B0	المتغير المفسر
	من الموجودة في الجدول	المحسوبة	r^2	المناولة	الاتصالات	التخزين		
				B 4	B 3	B 2	B 1	
3.655	*8.445	0.655	0.237 *(2.225)	0.028 *(2.03)	0.443 (2.893)*	0.059 (2.338)*	0.907	المزايا التنافسية مجتمعة

* $P \leq 0.05$ N = 50 d.f (4 , 45)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج SPSS

1- نشاط النقل وتأثيره في المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة: من خلال الجدول (7) يمكن القول

إن لنشاط النقل كمتغير مفسر تأثيرا في المزايا التنافسية كمتغير مستجيب، ويعزز هذه النتيجة قيمة F التي تم حسابها التي بلغت (8.445) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والتي بلغت (3.655) عند درجات حرية مقدارها (4.45) . في حين كان قيمة (T) المحسوبة (2.338) وهي أكبر من قيمتها الجدولية التي بلغت (1.675) وتحت مستوى معنوية بلغت (0.05).

2- نشاط التخزين وتأثيره في المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة: من خلال الجدول (7) يمكن القول إن لنشاط التخزين كمتغير مفسر تأثيرا في المزايا التنافسية كمتغير مستجيب، ويعزز هذه النتيجة قيمة F التي تم حسابها التي بلغت (8.445) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والتي بلغت (3.655) عند درجات حرية مقدارها (4.45) . في حين كان قيمة (T) المحسوبة (2.893) وهي أكبر من قيمتها الجدولية التي بلغت (1.675) وتحت مستوى معنوية بلغت (0.05).

3- نشاط الاتصالات وتأثيره في المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة: من خلال الجدول (7) يمكن القول إن لنشاط الاتصالات كمتغير مفسر تأثيرا في المزايا التنافسية كمتغير مستجيب، ويعزز هذه



النتيجة قيمة F التي تم حسابها التي بلغت (8.445) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والتي بلغت (2.03) عند درجات حرية مقدارها (4.45) . في حين كان قيمة (T) المحسوبة (2.338) وهي أكبر من قيمتها الجدولية التي بلغت (1.675) وتحت مستوى معنوية بلغت (0.05) .

4- نشاط المناولة وتأثيره في المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة: من خلال الجدول (7) يمكن

القول إن لنشاط المناولة كمتغير مفسر تأثيراً في المزايا التنافسية كمتغير مستجيب، ويعزز هذه النتيجة قيمة F التي تم حسابها التي بلغت (8.445) وهي أكبر من قيمتها الجدولية والتي بلغت (2.03) عند درجات حرية مقدارها (4.45) . في حين كان قيمة (T) المحسوبة (2.225) وهي أكبر من قيمتها الجدولية التي بلغت (1.675) وتحت مستوى معنوية بلغت (0.05) .

ومن خلال متابعة الباحثة لقيم معاملات معادلة الانحدار وجدت أن نشاط التخزين كان أولاً، إذ بلغت قيمة الـ B لها (0.443). وكان نشاط المناولة في المرتبة الثانية، إذ بلغت قيمة B (0.237) وإن نشاط التخزين كان في المرتبة الثالثة، إذ بلغت قيمة B (0.059) وأخيراً نشاط الاتصالات، إذ بلغت قيمة B (0.028) وقد كانت كل تلك القيم عند مستوى معنوية مقدارها (0.05) ودرجات حرية (4.45) وبناءً على ما تقدم فإن جميع الفرضيات التي تفرعت من الفرضية الثانية قد تم قبولها في مستوى الشركة التي تم بحثها.

5- الاستنتاجات والمقررات:

1-5 الاستنتاجات.

1. إن أنشطة التوزيع المادي مجتمعة تؤثر في المزايا التنافسية في الشركة قيد البحث.
2. إن أنشطة التوزيع المادي لها ارتباط معنوي وبصورة منفردة مع المزايا التنافسية في الشركة التي تم بحثها، حيث جاءت بالمرتبة الأولى، ثم ثالثها علاقة الارتباط بنشاط النقل بالمرتبة الثانية، ومن ثم تلتها نشاط الاتصالات بالمرتبة الثالثة ليأتي أخيراً نشاط المناولة.
3. وجود تأثير معنوي لأنشطة التوزيع المادي مجتمعة بوصفها متغيراً مفسراً في المزايا التنافسية بوصفها متغيراً معتمداً في الشركة المبحوثة.
4. وجود تأثير معنوي لكل نشاط من أنشطة التوزيع المادي بشكل منفرد مع المزايا التنافسية مجتمعة في الشركة المبحوثة.
5. من خلال الاطلاع على علاقات التأثير بين أنشطة التوزيع المادي و المزايا التنافسية في الشركة المبحوثة يظهر أن أعلى تأثير كان لنشاط التخزين، ثم تلاته نشاط المناولة، ثم تلاته نشاط النقل ليأتي أخيراً نشاط الاتصالات.

2- المقررات

واستكمالاً لتأطير جوانب البحث تتقدم الباحثة بمجموعة من التوصيات تمثلت بالأتي:



1. تعمق رؤى الشركة بأهمية التوزيع المادي ونشاطه المتعددة لما لها من تأثير ودور مهم في المزايا التنافسية في الشركة قيد البحث.
2. زيادة اهتمام إدارة الشركة بالمزايا التنافسية والعمل على تحقيقها بكفاءة وفاعلية.
3. على إدارة الشركة استحداث وحدات إدارة متخصصة تتولى مهام تخطيط وتنفيذ متابعة جميع أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية.
4. ضرورة تركيز إدارة الشركة المبحوثة على نشاط النقل وتنميته من خلال ضرورة امتلاك الشركة من وسائل نقل تمكنها من خفض تكاليف النقل قدر المستطاع.
5. دعم إدارة الشركة للعاملين لديها من خلال توفير المصادر الحديثة عن التوزيع المادي والمزايا التنافسية لاجل توسيع مداركهم حول هذين المفهومين.
6. حث متذبذبي القرار داخل الشركة على دراسة علاقات الارتباط والتأثير بين أنشطة التوزيع المادي والمزايا التنافسية وبصورة دورية على أن تكون كل 6 أشهر على سبيل المثال.
7. العمل على تحليل نقاط القوة ونقاط الضعف في الشركة من خلال التعاقد مع عدد من المستشارين الإداريين والفنانين في الجامعات العراقية.
8. على إدارة الشركة تطوير مهارات وقدرات العاملين والمديرين لديها من خلال الاستعانة بمجموعة من الاستشاريين، إما بالتعاقد وبالتوظيف مع إدخالهم دورات تدريبية داخل الشركة وخارجها.

شكر وتقدير – اذ وجد

يشكر الباحث المركز الصحي في المنصور / الموصل.

تضارب المصالح

لا يوجد أي نوع من أنواع تضارب المصالح.

References

- Abdul Rahman, Buthaina Luqman Ahmed, 2001, *Material Distribution Activities and Their Impact on The Levels of Service Provided to Agents: Field Study in a Sample of Industrial Organizations for the Private Sector in Nineveh Province*, Unpublished Mba Thesis, Faculty of Management and Economics, Mosul University.
- Adeshina, John T.,2014, Physical Distribution Service: A Fundamental Marketing Concept, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 17, Number 1



- Al Bakri, Thamer Yasser, 2005, *Marketing of Health Services*, Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, Amman, Jordan.
- Al-Allaq, Bashir, 2009, *Pharmaceutical Marketing Basics*, Al-Yazouri Scientific Publishing House, Amman, Jordan.
- Al-Askari, Ahmed Shaker and Canaaaanite, Khalil Ibrahim, 2004, 'Distribution Logistics Entrance' International, I2, Wael Publishing and Distribution House, Amman, Jordan.
- AL-Deweyg, Abi Saeed, 2001, *Principles of Agricultural Marketing*, I1, Al-Hamid Publishing and Distribution House, Amman, Jordan.
- AL-Deweyg, Abi Saeed, Al-Ajarma, Tayseer Mohammed, 2005, 'International Marketing', I1, Wael Publishing and Distribution House, Amman, Jordan.
- Al-Diweyg Ji, Abi Saeed al-Taweeel, Akram Ahmed and Sadiq, Darman Suleiman, 2002, 'Materials Department', University House of Printing and Publishing, Mosul, Iraq.
- Al-Hayali, Ala Abdul Razzaq Ahmed, 2005, *Strategy for The Design and Packaging of Pharmaceutical Packaging and Its Importance in The Flow and Flow of Pharmaceutical Products, Mba*, Unpublished, Faculty of Management and Economics, Mosul University.
- Al-Lami, Ghassan Qasim Daoud and Al-Albiati, Amira Shukr Wali, 2008, 'Production and Operations Department: Quantitative and Knowledge Al-Ma'an', Arabic Edition, Yazuri Scientific Publishing and Distribution House, Amman, Jordan.
- AL-Masad, Zaki Khalil, 1997, *Marketing in Comprehensive Concept*, Zahran Publishing and Distribution House, Amman, Jordan.
- Al-Najjar, Farid, 2006, 'Marketing with Systems and Matrices', I1, University House in Alexandria, Egypt.
- Al-Omar, Radwan al-Mahmoud, 2007, 'International Marketing', I1, Wael Publishing House, Amman, Jordan.
- Al-Taweeel, Akram Ahmed and Janabi, 2015, *Physical Distribution and Customer Service Elements*, Al-Hamid Publishing Amman Jordan.
- Al-Taweeel, Akram Ahmed and Kiki, Ghanem Mahmoud Ahmed, 2009, material distribution activities and its impact on the performance of the organizers exploratory study of the opinions of managers in the general company for the manufacture of medicines and medical supplies Nineveh, *Journal of Development of Rafidain, Faculty of Management and Economics*, Mosul University Volume 31 Issue 94.



- Al-Taweeel, Honor Ahmed, 1995, *Materials Management and Hospital Development Requirements Case Study at Saddam General Hospital in Mosul*, PhD thesis in Business Administration, Unpublished, Faculty of Management and Economics, Mosul University.
- Al-Thihab, Yasser Mohammed Abdullah, 2004, 'Empowerment Strategy and Its Impact on Competitive advantage: An analytical study of the opinions of a sample of employees in some Yemeni banks', An Unpublished MBA, Faculty of Management and Economics, University of Baghdad.
- Aqili, Omar Wasfi, Al-Musawi Menem Zamzir, Al-Abdali, Qahtan, 2004, 'Materials Management, Procurement and Storage in Scientific Perspective', I1, Wael Publishing House, Amman, Jordan.
- Awad, Abdul Sattar Salem, 2019, following the physical distribution in the performance of the organizers - exploratory study in the General Company of North Cement / Kirkuk Laboratory, *Journal of Management and Economics*, Mustansiriyah University, No. 118
- Azzawi, Mohammed, 2006, 'Production and Operations Department: An Analytical Quantitative Approach', Arabic Edition, Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, Amman, Jordan.
- Bateman ,Thomas S.&Snell ,Scott A.,2007, *Management Leading &Collaborating in a Competitive World* ,7th , Ed , McGraw-Hill, New York, USA .
- Belén Espinosa-González& Brendan C. Delaney& Joachim Marti & Ara Darzi,2019,The impact of governance in primary health care delivery: a systems thinking approach with a European panel Health Research Policy and Systems
- Evans, James R, Collier, David A, 2007, *Operations Management*, Thomson South – Western, U.S.A.
- Ferrell O. C. & Hartline Michael D. ,2018, *Marketing Strategy*, South-Western College Pub
- Garfinkle ,Joel ,2018 , 7 Strategies to Define your Competitive Advantage, *Executive Coaching Articles*.
- Hayes , Verissimo ,2019,The new supply chain's frontier: Information management, *International Journal of Information Management*, Volume 29, Issue 5
- Hiezer, Jay. & Render, Barry, 2013 , *Operation Management* , 9thed , prentice-Hall, Inc: New jersey , U.S.A.
- Jrank,2011, *Ansport Logistics and Transprtation* . <http://www.referenceforbusiness.com>.



- Kaschel,Hector&Bernal,2006 Importance of Flexibility in Manufacturing Systems,
International Journal of Computers, Communications & Control (IJCCC)
I(2):53-60
- Kincki,Angelo & Williams ,Briank., 2003, *Management A practical Introduction*,
McGraw-Hill: New York, USA.
- Kothari,C,R,2004, *Reserch Methology Methods and Techniques New Age*
International New Delhi.
- Kotler Philip T. &Gary Armstrong& Marc Oliver Opresnik, *Principles of
Marketing*, 17th ed , Pearson British Library.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2004, *Principles of Marketing*, Prentice - Hall:
New Jersey, U.S.A .
- Krajewski, Lee, J. &Ritzman, Larry P& Malhotra, Manoj K,2016, *Operations
Management Processes and Value Chains*, 8th ed Prentice Hall: New
Jersey.
- Nancarrow ,Susan,2015 A Six principles to enhance health workforce flexibility,
Human Resources for Health13, Article number: 9
- Porter ,Albert ,2009, *Operations Management*, Ventus Publishing ApS.
- Reid, R Dan & Sanders, Nada R, 2015, *Operation Management*, John Wiley sons,
Inc: U.S.A.
- Reinders,Felix ,2008,"*Facility layout Design and Material Handling Improvement
sat Supreme Springs*" Master Thesis, University of Pretoria.
- Robert Palmatier, Shrihari Sridhar, 2018, *Marketing Strategy Based on First
Principles and Data Analytics*, Red Globe Press.
- Rowbotham, Frank& Les Galloway& Masoud Azhashemi,2007, *Operations
Management in Context*, 2th nd, Elsevier,U.S.A.
- Russell, Roberta S. & Taylor, Bernard W.2007, *Operations Management*, prentice
– Hall , INC : USA.
- Ryshton, Alan & Croucher, Phil&, Baker, petr,2010, *The Handbook of Logistics
and Distribution Management*, koganpage London
- Schroeder, Roger G. by , Susan Goldstein , M. Johnny Rungtusanatham 2011,
"*Operations Management: Contemporary Concepts and Cases*", (Mcgraw-
hill/Irwin Series Operations and Decision Sciences) 5th ed, McGraw –Hill,
Inc: NewYork, U.S.A.
- Sekaran,Uma,2000, *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*
Singapore , John-Wiley.
- Slack ,Nigel ., Chamber, Stewart ., & Johnson, Robert .,2017 ,*Operations
Management*, 8th ed , Prentice-Hall , San Francisco,U.S.A.



Stevenson J., William , 2017,*Operations Management*, 11th ed , McGraw –Hill, Inc: New York, U.S.A.

The site of the General Company for the Production of Medicines and Medical Supplies Samarra. <https://www.sdisamarra.com/index.html>

Timooby,L. & Kopowski, M.S, 1987, *Computeres In Materiel Management A Case Study For The Administrator*, Hosp Material Manage, Q 8(3) , Aspen Publishers, Inc.

Twin , ALEXANDRA, 2019, *Competitive Advantage*, *Investopedia institution* <https://www.investopedia.com/>

Weiss ,Howard J. & Gershon,Mark E., 2002, *Production and Operations Management*, 3rd Edition,

Wood ,Marian Burk ,2010, *Essential Guide to Marketing Planning*, 2 ed, Pearson Education Limited, England.

www.Healthcare.com

www.World-Health-Organization.com