

توظيف الانتاج الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في مصنع البان القادسية

الباحث. احمد حسين هاشم الياسري²

أ. د حامد كاظم متعب الشيباوي¹

ah244803@gmail.com

Hamid.Mutaab@qu.edu.iq

¹ قسم ادارة اعمال, كلية الادارة والاقتصاد, جامعة القادسية, العراق

المستخلص

ان الهدف الرئيس من الدراسة الحالية هو توظيف الانتاج الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة, الجودة, والمرونة, والابداع) لدى عينة من العاملين في مصنع البان القادسية, اذ تمثلت عينة الدراسة بـ (109) عامل, وعليه فقد صيغت مشكلة الدراسة فيما يخص العلاقة بين المتغيرات الداخلة في الدراسة والتي على اثرها حددت اهداف الدراسة التي تمثلت في المخطط الفرضي وتبلور عنه صياغة الفرضيات الخاصة التي تم قياسها في الحزمة الاحصائية لنموذج المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى (AMOS.V.26) ولتحليل ما وفرته ادارة الدراسة فقد تم استخدام مجموعة من الاساليب الاحصائية المتمثلة في التحليل العاملي التوكيدي, ومعامل كرونباخ الفا, ومعامل التحديد (R^2), والتوزيع الطبيعي للبيانات, والاحصاء الوصفي المتمثل بالوسط الحسابي والانحراف المعياري, ومعامل الارتباط, وظهرت نتائج الدراسة الى وجود تصور واضح ومهم تجاه العلاقة بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية, ولعل اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة تنعكس في وجود علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة احصائية موجبة بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية, فضلا عن ضرورة ان تحرص العينة المدروسة على تطوير امكاناتها والياتها من اجل تحسين جودة المنتجات التي تقدمها بغية تحقيق ميزة تنافسية متميزة يمكن من خلالها الحصول على اكبر حصة سوقية ممكنة.

الكلمات الدالة: الانتاج الرشيق والميزة التنافسية.

المقدمة

يحتل الابداع في جميع دول العالم المرتبة الاولى, وان الانتاج الرشيق هو جزء لا يتجزأ من الابداع كونه يحتل مكانة مميزة ومرموقة لدى منظمات الاعمال, اذ انها ما زالت ولا شك في ذلك يمثل المرتكز الاساس الذي تسير عليه المنظمات من اجل تدريب وتطوير العاملين لديها الامر الذي يدعم مكانة ورسالة هذه المنظمات في التكيف مع التغييرات التي تحدث في البيئة التنافسية خارج المنظمة, فمنظمات الاعمال اليوم باتت تعمل في بيئة تنسم بعدم التاكيد والاضطراب وعدم الاستقرار, الامر الذي جعلها تكتسب سمة التعقيد في السيناريوهات التي تتبعها, الامر الذي يدل على تعقيد قدرة المنظمات في تحقيق اهدافها الحالية والمستقبلية, مما جعل هذه المنظمات تتخذ توجه اخر الا وهو ادخال تحقيق ميزة تنافسية في عملياتها الادارية والداخلية, مما جعلها تركز على موضوع الانتاج الرشيق والميزة التنافسية, كونها وبلا أي شك يعملان على تعزيز الابداع لدى المنظمات من خلال دعم واسناد قدرة المنظمة على تطوير قابلياتها ومهاراتها والمعرفة التي تمتلكها من اجل تطوير خبراتها في ابداع وابتكار استراتيجيات كفيلة بتحقيق الاهداف التي تسعى الى تحقيقها.

اذ ان الاهتمام بالانتاج الرشيق امر لا بد منه, اذ ان هذه الموضوع يعمل على زيادة تركيز قابليات العاملين من اجل تطوير خبراتهم, كونه المرتكز الاساس في أي منظمة, وكونه يمثل مورد استراتيجي يتسم بكونه نادر, وقيم, ومكلف, وصعب التقليد. فالعديد من المنظمات تسعى الى التركيز على اكتساب ميزة تنافسية في السوق, ومن هنا جاء هذا البحث لتسليط الضوء على اهمية توظيف الانتاج الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية, ومن اجل تحقيق هذا الغرض فقد تم تقسيم البحث الى اربعة مباحث, ضمن المبحث الاول المنهجية العلمية للدراسة, بينما تمخض المبحث الثاني الجانب النظري للبحث, وبين المبحث الثالث الجانب العملي للبحث, وعكس المبحث الرابع الاستنتاجات والتوصيات التي توصل اليها البحث.

المبحث الاول: المنهجية العلمية للبحث

اولاً:- مشكلة الدراسة

ان اغلب منظمات الاعمال تسعى الى تحقيق الهدف الاسمي لها والذي يتركز في تحقيق الانتاج الرشيق في عملياتها من اجل الارتقاء بمستويات العاملين لديها, الامر الذي يتطلب منها استعمال قيادات ابداعية سامية وكفيلة بتحقيق الميزة التنافسية التي تسعى الى تحقيقها, ومن جهة اخرى فان ذلك يتطلب ايضا تحقيق تحسين في الميزة التنافسية من اجل اكساب العاملين درجة من الحرية والاستقلالية في اداء الاعمال من دون ممارسة الضغوط على العاملين في العمل, الامر الذي يؤدي في نهاية المطاف الى تعزيز الانتاج الرشيق للمنظمة, اضافة الى اكساب المنظمة درجة عالية من التميز المؤسسي في اطار بيئة الاعمال, الامر الذي دفع الدراسة الى استعمال منظمة خدمية يمكن من خلالها ابراز الطرائق التي يمكن من خلالها الاسهام في تحقيق النزاهة والمصداقية في انجاز المهام المطلوبة دون أي تكلوء للمصنع المدروس, ومن هذا المنطلق تبرز مشكلة الدراسة الرئيسية والتي يمكن عكسها في تساؤل مفاده (ما مدى اهتمام المصنع ميدان الدراسة بتوظيف الانتاج الرشيق من اجل تحقيق الميزة التنافسية في عملياتها؟).

ثانياً:- اهمية الدراسة

تستمد الدراسة الحالية اهميتها من خلال اثبات أن توظيف الانتاج الرشيق له أهمية في تحقيق الميزة التنافسية مما يعطي متخذي القرار لأن يتجهوا للاهتمام بها وذلك بفهمهم أن الزبائن يمثلون مورداً من الموارد التي يمكن عبرها تحقيق الميزة التنافسية. فضلا عن ان تحديد الانتاج الرشيق و تعزيز دوره في تحقيق الميزة التنافسية سيجعل عينة الدراسة و المنظمات الأخرى العاملة في نفس القطاع أو في بيئات مشابهة تقوم بتكوين فكرة حول هذه المفاهيم والاهتمام بها وتطويرها

ثالثاً:- اهداف الدراسة

ان الهدف الاساس لتحديد مشكلة واهمية الدراسة يقف خلفه مجموعة من الاهداف المهمة التي تسعى الدراسة الى تلبيتها وتحقيقه, والتي يمكن عكسها على النحو الآتي:

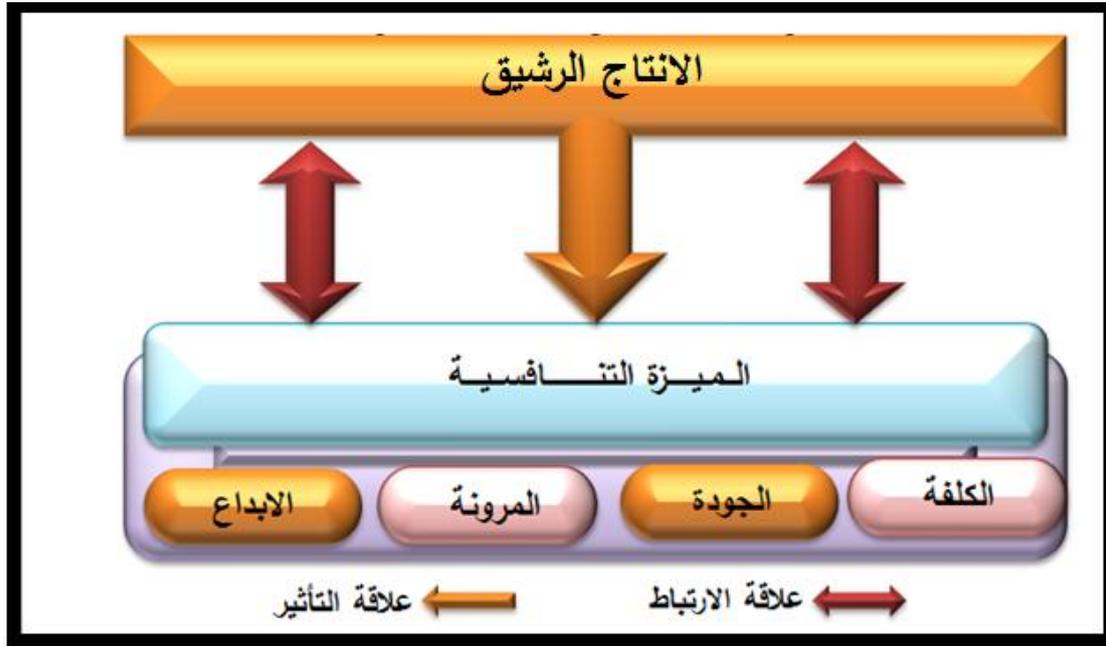
1. تحديد الفجوة المعرفية بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية.
2. التعرف على مدى اسهام الانتاج الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية.
3. توجيه اهتمام المصنع ميدان الدراسة نحو ضرورة تفعيل استخدام الانتاج الرشيق لتصبح اكثر تجاوبا مع تحقيق الميزة التنافسية .

رابعاً:- المخطط الفرضي للدراسة

يوضح نموذج الدراسة الفرضي مجموعة العلاقات المنطقية التي تكون في صورة كمية او كيفية او التي تجمع معا الملامح الرئيسة للواقع الذي تهتم به, اذ صمم نموذج الدراسة بوصفة مخططا فرضيا عن طريق دراسة العلاقات التي حددتها مشكلة الدراسة وتساؤلاتها والتي وضحت متغيرات الدراسة, فضلا عن الافادة من الاسهامات السابقة التي تم عرضها لاحقا, وعلى هذا الاساس تم تحديد مقاييس متغيرات الدراسة كما يلي:

المتغير المستقل: الانتاج الرشيق, وهو متغير احادي البعد, اذ تم اعتماد مقياس (Thuranira,2016) لذلك.

المتغير التابع: الميزة التنافسية, وتظم اربعة ابعاد (الكلفة, الجودة, المرونة, والابداع), وقد اعتمدت الدراسة على مقياس (Ibrahim & Ahmed, 2019). ومن هذا المنطلق تم وضع نموذج الدراسة الفرضي والذي يوضحه الشكل (1)



الشكل (1) المخطط الفرضي للدراسة

المصدر: اعداد الباحث

خامساً:- فرضيات الدراسة

يمكن تعريف الفرضية على انها عبارة غير مؤكدة الا انها قابلة للاختبار وتنبأ بما يتوقع التوصل اليه من خلال البيانات التطبيقية, تصاغ فرضيات الدراسة بالانطلاق من ما عرض من تساؤلات ومشكلة الدراسة والمخطط الفرضي لها:

الفرضية الرئيسية الاولى: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية, وتنبثق من هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية هي:

الفرضية الفرعية الاولى: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبُعد الكلفة.

الفرضية الفرعية الثانية: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبُعد الجودة.

الفرضية الفرعية الثالثة: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبُعد المرونة.

الفرضية الفرعية الرابعة: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبُعد الابداع.

الفرضية الرئيسية الثانية: وجود تأثير معنوية للانتاج الرشيق في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة, والجودة, والمرونة, والابداع)

سادسا:- مجتمع وعينة الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من العاملين في مصنع البان القادسية والبالغ عددهم (138) قيادي, وعليه فقد غطت عينة الدراسة جميع مجتمع الدراسة كونه, وعليه فقد تم تمثيل مجتمع الدراسة بنسبة (100%), وبالتالي تم توزيع (138) استمارة استبيان واسترجع منها (122) استمارة, وبعد تبويب الاستمارات الموزعة تبين ان الاستمارات الصالحة للتحليل تبلغ (109) بعد استبعاد (13) استمارات غير صالحة للتحليل, اي ان نسبة الاستجابة بلغت (79%).

سابعا: مقاييس الدراسة واداة القياس

يعد القياس من المفاهيم الاساسية في ادراء البحوث العلمية ويمكن تعريفه بانه عملية تخصيص ارقام لمتغير بالاستناد الى قواعد معينة تمكن من تمثيل المتغير بدقة. تمثلت اداة القياس في الاستبيان, من اجل جمع المعلومات والبيانات الضرورية حول العينة المدروسة وعليه فان الجدول (1) يبين متغيرات وابعاد الدراسة

الجدول (1) متغيرات وابعاد الدراسة

المتغير	البعد	عدد الفقرات	المصادر المعتمدة
الانتاج الرشيق	احادي البُعد	4	Thuranira,2016
الميزة التنافسية	التكلفة	5	Ibrahim & Ahmed, 2019
	الجودة	5	
	المرونة	5	
	الابداع	5	

المبحث الثاني: الجانب النظري للبحث

اولاً:- الانتاج الرشيق

يُعد الانتاج الرشيق مفهوم بديل لنماذج الانتاج التقليدية وذلك ما يحققه من فوائد للمنظمة ويحد من الهدر في الوقت والجهد المبذول, فالانتاج الرشيق يمثل الفرق بين مدخلات المنظمة الى مخرجاتها, اذ يؤكد الانتاج الرشيق على التخلص من المواد غير المستغلة والتأكيد على ضرورة استمرار تدفق العملية الانتاجية مما يسمح للزبون بشراء المنتجات بكميات كبيرة, فضلاً عن تحقيق تميز في الاداء وتحسين تدفق المواد والمعلومات في جميع اقسام المنظمة, الامر الذي يعمل على تعزيز الانتاج الضخم وتحسين جهود العاملين المبذولة لانتاج منتجات بجودة عالية (Thuranira,2016:16-17).

فالانتاج الرشيق يمثل استراتيجية تسعى المنظمة من خلالها الى تقديم افضل المنتجات وبناء علاقات ايجابية مع الزبائن وسلاسل امداد رشيقة وتطوير منتجات وعمليات انتاجية خالية من الهدر (Eiro& Torres-Junior,2015:846). ويعرف (Bakhracheva& Kayl,2017:1) الانتاج الرشيق بانه الاستخدام الفاعل للموارد المتاحة وتقليل التكاليف الاجمالية وزيادة ارباح المنظمة وتعظيمها. وأشار (Mao & Zhang,2008:371) ان الانتاج الرشيق يمثل مدخل لتصنيع المنتجات بالكميات المناسبة من خلال استخدام الموارد الخالية من التلف والمحافظة على المرونة من اجل التكيف مع المتطلبات الانتاجية المختلفة للمنظمة. ومما تقدم اعلاه يمكن القول ان الانتاج الرشيق عبارة عن محصلة لاستثمار قدرات المنظمة من اجل تقديم افضل الخدمات والمنتجات بالكمية والجودة المناسبين من خلال تقليل الهدر والضياعات الى ادنى حد ممكن.

ثانياً:- الميزة التنافسية

1. مفهوم الميزة التنافسية

تعرف الميزة التنافسية بانها تلك الميزة التي تمتلكها المنظمات من خلال امتلاكها مورد استراتيجي (Ambrosini&Bowman, 2009: 29). وعرفها امينة بانها القدرة على أداء الاعمال بأسلوب معين أو مجموعة من الاساليب التي تجعل المؤسسات الاخرى عاجزة عن مجاراتها في الامد القريب أو في المستقبل (Amina, 2000: 3). فالميزة التنافسية تشير الى ميزة أو عنصر تفوق للمنظمة يبيتم تحقيقه في حالة إتباعها الاستراتيجية معينة للتنافس (Shihab,2019: 4). ويعرف (Ahmed, 2015: 13) الميزة التنافسية بانها حصول المنظمة على موارد ومهارات وعلاقات تتيح له تقديم خدمات تنظيمية ذات قيمة تتفوق على ما تقدمه المنظمات المنافسة الأخرى. وتتمثل هذه القيمة في تقديم خدمات تنسم بالتميز سواء في الجودة أو السعر أو التوقيت ، مما يضعه في وضع أفضل من منافسيه في ما يتعلق بالاستجابة السريعة لحاجات العملاء وتحقيق رضائهم وكسب ولائهم اضافة الى نمو الحصة السوقية.

ومما تقدم اعلاه يمكن القول ان الميزة التنافسية عبارة عن توليفة من المهارات والمعرفة والخبرات التي يمكن للمنظمة استثمارها من اجل تحسين مواردها الاستراتيجية وتحقيق ميزة على اقرانها في نفس قطاع الصناعة.

2. اهمية الميزة التنافسية

تتبع اهمية الميزة التنافسية في كونها اسهم في تحسين عدة مجالات مهمة, هي:

- 1) لقد بسّطت نظرية الاقتصاد الجزئي إلى خمسة تأثيرات رئيسية فقط.
- 2) بشكل فعال وقبل وقته طبقت "التفكير المنظوماتي".
- 3) أظهر كيف أن "شدة المنافسة هي إلى حد كبير وظيفة للقوى الأربعة الأخرى.
- 4) لقد ساعد في التنبؤ بمعدل العائد على المدى الطويل في صناعة معينة.
- 5) تجاوز التركيز أكثر بساطة على معدلات النمو السوقية النسبية في تحديد جاذبية الصناعة.
- 6) ساعد في الجمع بين تحليل المدخلات والمخرجات لصناعة معينة مع حدود الصناعة عبر حواجز الدخول والبدائل.
- 7) شدد على أهمية البحث عن أسواق غير كاملة ، والتي توفر المزيد من الفرص الوطنية لعوائد متفوقة.
- 8) شدد على أهمية القوة التفاوضية وترتيبات المساومة في تحديد جاذبية السوق النسبية.
- 9) ركز المديرين على البيئة الخارجية لأكثر من تحليل "SWOT" التقليدي (Grundy,2006:215).

3. ابعاد الميزة التنافسية

يمكن قياس الميزة التنافسية من خلال اربعة ابعاد هي:

(Ibrahim & Ahmed, 2019; Al-Hakim & Majthab, 2019; Hamed & Hanan, 2019; Suleiman & Hanna, 2019; Yunus, 2020).

أ. **التكلفة:** تعد التكلفة الأدنى البعد التنافسي الأول الذي تسعى إليه الكثير من المنظمات (Khalaf et al., 2019: 250)، فالمنظمة التي تتمكن من السيطرة على تكلفتها وتجعلها في أدنى نسبة إلى المنافسين في الصناعة ذاتها فأنها سوف تمتلك اليد العليا في السوق، وتكون في موقع مميز يتيح لها السيطرة في السوق، ويكون لديها القدرة في ردع المنافسين الجدد، كما أن المنشأة الصناعية تنافس من خلال التكلفة المنخفضة وهي عامل مهم وأساسي بموجبه يمكن أن تقدم المنشأة منتجات منخفضة للزبائن، وتتصف التكلفة بثلاثة أنواع هي تكلفة العمالة، وتكلفة المواد الأولية، وتكلفة المواد التالفة، والنفقات وتكاليف أخرى (-223: Ali, 2016). (224).

ب. **الجودة:** نتيجة للتغيرات السريعة والتطورات المتعاقبة، زاد اهتمام المؤسسات بتلبية رغبات المستهلكين والحرص على رضاهم، اذ لم يعد السعر العامل المحرك لسلوك المستهلك، بل اصبح التجويد هو الاهتمام الاول له والقيمة التي يسعى للحصول عليها، هذا ما اوجب على المؤسسة التي ترغب في البقاء في المنافسة ان تصنع منتجات ذات جودة عالية (Nima et al.,2020: 271).

ت. **المرونة:** يعد بعد المرونة من الأسبقيات المهمة في المنظمة حيث تنصب المرونة على تطوير قدرات المنظمة على تغيير نوع المنتج وفقاً لحاجات الزبون وتبعاً للتغير في طلبات السوق والتي يطلق عليها بالأصحاء، والتي تمثل لقدرة على التكيف والاستجابة مع الحاجات الفريدة لكل زبون وتعتبر تصاميم السلع أو الخدمة حيث يتم تقديم المنتج حسب تفضيلات الزبون، ويتضمن بعد المرونة الأبعاد الآتية: مرونة المنتج، مرونة المزيج، مرونة التسليم مرونة الحجم (90: 2014: Al-Taweel & Al-Abadi).

ث. **الابداع:** ويشير الى طبيعة التغيرات التكنولوجية الجديدة اللازمة لسد حاجة السوق وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة، ويمكن تحقيق الإبداع من خلال خلق الفرص الجديدة في البيئة الخارجية ومراقبة أنشطة المنافسين وسرعة الاستجابة (201: 2014: Bustnge).

المبحث الثالث: الجانب العملي للبحث

أولاً: توصيف وترميز متغيرات الدراسة

تهتم هذه الفقرة في التعبير عن متغيرات الدراسة بمجموعة من الرموز من أجل تسهيل عملية تحليل البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة، فضلاً عن بناء تصور واضح للقارئ تجاه الرموز التي تم الاستعانة بها من أجل التحليل، وفي حقيقة الأمر ما هي هذه الرموز الى انعكاس لمتغيرات الدراسة، والجدول (4) يوضح توصيف وترميز متغيرات وابعاد الدراسة الداخلة في التحليل

الجدول (4) توصيف وترميز متغيرات وابعاد الدراسة الداخلة في التحليل

الرمز	عدد الفقرات	البعد	المتغير
XX	4	احادي البعد	الانتاج الرشيق XX
YA	5	التكلفة	الميزة التنافسية YY
YB	5	الجودة	
YC	5	المرونة	
YD	5	الابداع	

ثانياً: فحص التوزيع الطبيعي للبيانات

تشير نتائج الجدول ادنى الى ان البيانات المسحوبة من مجتمع الدراسة يتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى اكبر من (0.05) مما يد على ان البيانات الداخلة للتحليل تخضع لاختبار التوزيع الطبيعي، فضلاً عن انه يتم رفض الفرضية البديلة التي تفرض ان (البيانات المسحوبة من المجتمع المدروس لا يتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية اقل من 0.05)، بينما يتم قبول الفرضية الصفرية التي تفرض ان (البيانات المسحوبة من المجتمع المدروس لا يتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية ابر من 0.05).

الجدول (5) اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

المتغير	البعد	Kol-Smi	Sha-Wil	df	P-value
---------	-------	---------	---------	----	---------

$P \geq 0.05$	109	0.915	0.221	احادي البعد	الانتاج الرشيق
$P \geq 0.05$	109	0.971	0.089	0.135	التكلفة
$P \geq 0.05$	109			0.148	الجودة
$P \geq 0.05$	109			0.154	المرونة
$P \geq 0.05$	109			0.189	الابداع
$P \geq 0.05$	109				الميزة التنافسية

ثالثاً:- ثبات اداة قياس الدراسة

تبين النتائج الواردة في الجدول (6) والخاصة بمعاملات الفا كرونباخ, الى ان جميع النتائج تتراوح بين (0.950 – 0.973) وهي قيم مقبولة احصائية في البحوث الادارية والسلوكية لان قيمتها اكبر من المعيار المطلوب, فضلا عن ان اداة قياس الدراسة تتسم بالثبات النسبي بثبات كلي قدره (0.980), وهذا جاء مطابقا لثبات متغيرات الدراسة بواقع (0.950) للانتاج الرشيق, و(0.989) للميزة التنافسية, وعليه يمكن القول ان اداة القياس يمكن تتصف بثبات عالي يصب في مصلحة العينة المدروسة ويحقق غاياتها المنشودة.

الجدول (6) معاملات الفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة

القرار	الفا كرونباخ لابعاد الدراسة	عدد الفقرات	البعد	المتغير
فقراته تحقق شرط الثبات	0.950	4	احادي البعد	الانتاج الرشيق
فقراته تحقق شرط الثبات	0.973	5	التكلفة	الميزة التنافسية
فقراته تحقق شرط الثبات	0.951	5	الجودة	
فقراته تحقق شرط الثبات	0.948	5	المرونة	
فقراته تحقق شرط الثبات	0.967	5	الابداع	
	0.989	الفا كرونباخ لمتغير الميزة التنافسية		
قوي	0.980	معامل الارتباط بين جزئي الاستبانة		
فقراته تحقق شرط الثبات	0.985	فردى	12	معامل التجزئة النصفية
فقراته تحقق شرط الثبات	0.980	زوجى	12	
قوي	0.990	معامل سبيرمان براون		
قوي	0.987	معامل كوتمان للتجزئة النصفية		

رابعاً:- الوصف الاحصائي للبيانات

1. متغير الانتاج الرشيق

تستعرض النتائج الواردة في الجدول (7) ان نسبة الاتفاق العامة لمتغير الانتاج الرشيق بلغت (72%) وبمتوسط حسابي مقداره (3.61) وانحراف معياري مساوٍ لـ (0.783), مما يدل على اهتمام واتفاق المصنع المدروس في الفقرة الرابعة وبمتوسط حسابي بلغ (3.83) وانحراف معياري يبلغ (0.866) وبنسبة اتفاق قدرها (77%) وبمستوى اجابة مرتفع, وجاءت الفقرة الاولى في المرتبة الاخيرة بمتوسط حسابي مساوٍ لـ (3.45) وانحراف معياري يبلغ (0.645)

وبمستوى اتفاق قدره (69%)، ليشير الى اهتمام العينة المدروسة بتطوير قدراتها من خلال الحد من الهدر والضياع في عملياته الداخلية.

الجدول (7) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية ومستوى الاجابة لمتغير الانتاج الرشيق

الاهمية النسبية	الاتجاه الاجابة	مستوى الاجابة	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الوسط الحسابي	التسلسل
4	اتفق	مرتفع	0.645	69%	3.45	XX1
3	اتفق	مرتفع	0.853	72%	3.58	XX2
2	اتفق	مرتفع	0.963	72%	3.6	XX3
1	اتفق	مرتفع	0.866	77%	3.83	XX4
****	اتفق	مرتفع	0.783	72%	3.61	الانتاج الرشيق

2. متغير الميزة التنافسية

تبين النتائج المستعرضة في الجدول (8) الى ان نسبة الاتفاق لمتغير الميزة التنافسية قيمتها (76%) وبمتوسط حسابي بلغ (3.80) وانحراف معياري مقداره (0.721) وبمستوى اجابة مرتفع. وهذا يدل على اهتمام واتفاق المصنع المدروس في بُعد المرونة بمتوسط حسابي قدره (4.08) وانحراف معياري يبلغ (0.613) وبمستوى اتفاق مرتفع وباهمية نسبية مساوية لـ (82%)، بينما جاء بُعد الابداع في المرتبة الاخيرة بنسبة اتفاق مساوية لـ (70%) وبمتوسط حسابي مقداره (3.48) وانحراف معياري يبلغ (0.789)، ليتسنى للمصنع المدروس تحسين امكانياته من اجل ضمان تحقيق الابداع والجودة تجاه المنتجات التي يقدمها.

الجدول (8) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الاجابة لمتغير الميزة التنافسية

الاهمية النسبية	الاتجاه الاجابة	مستوى الاجابة	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الوسط الحسابي	الفرقة	الاهمية النسبية	الاتجاه الاجابة	مستوى الاجابة	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الفرقة
2	اتفق	مرتفع	0.596	85%	4.25	YC1	3	73%	0.865	3.65	YA1	
1	اتفق	مرتفع	0.662	86%	4.31	YC2	4	71%	0.865	3.56	YA2	
3	اتفق	مرتفع	0.688	82%	4.09	YC3	1	85%	0.715	4.23	YA3	
4	اتفق	مرتفع	0.657	79%	3.94	YC4	2	75%	0.886	3.74	YA4	
5	اتفق	مرتفع	0.759	76%	3.79	YC5	5	70%	0.899	3.48	YA5	
الاول	اتفق	مرتفع	0.613	82%	4.08	المرونة	الثالث	75%	0.806	3.73	التكلفة	
3	اتفق	مرتفع	0.774	69%	3.43	YD1	1	88%	0.593	4.39	YB1	
5	اتفق	مرتفع	0.77	67%	3.33	YD2	5	67%	1.06	3.37	YB2	
4	اتفق	مرتفع	0.938	67%	3.36	YD3	4	71%	0.737	3.57	YB3	
2	اتفق	مرتفع	0.946	72%	3.58	YD4	2	83%	0.803	4.17	YB4	
1	اتفق	مرتفع	0.749	74%	3.71	YD5	3	80%	0.707	4	YB5	
الرابع	اتفق	مرتفع	0.789	70%	3.48	الابداع	الثاني	78%	0.728	3.9	الجودة	
****	اتفق	مرتفع	0.721	76%	3.8	الميزة التنافسية						

خامسا:- اختبار فرضيات الدراسة

1. فرضية الارتباط

الفرضية الرئيسية الاولى: تنص هذه الفرضية على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية)

اظهرت نتائج جدول مصفوفة الارتباط (9) الى وجود علاقة ارتباط طردية وقوية وعند دلالة معنوية اقل من (0.01) بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية) ومقدارها بلغ (0.977) وهذا يدل على ان نسبة الخطأ بلغت (0.023) وبالتالي يتعين على المصنع المدروس تحسين قابلياتها تجاه تحسين العلاقة بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية. وتنفرع من هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية تتمثل في الاتي:

الفرضية الفرعية الاولى: تنص هذه الفرضية على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبعد الكلفة)

اوضحت النتائج الواردة في الجدول (9) ان هناك علاقة ارتباط طردية وقوية ذات دلالة احصائية بين الانتاج الرشيق وُبعد الكلفة مقدارها (0.973) وعند مستوى معنوية (0.01), وهذا يدل على ان نسبة الخطأ الواردة اثناء شراء المنتجات تبلغ (0.027) وهذا يسهم الى ضرورة تسين قدرة المصنع المعنية في تبني استراتيجيات شراء قادرة على تحسين خدمة الزبائن والحد من الهدر في عمليات الانتاج.

الفرضية الفرعية الثانية: تنص هذه الفرضية على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبعد الجودة)

تبين النتائج الواردة في الجدول (9) ان وجود قوة الارتباط قوية بين الانتاج الرشيق وُبعد الجودة بلغت (0.965) وهي تمثل علاقة طردية وعند مستوى معنوية اقل من (0.01). مما يدل على ضرورة ان يحرص المصنع المدروس على تحقيق التكامل للرؤية والثقافة والاستراتيجية لخدمة الزبائن بجودة عالية وتكلفة منخفضة وأوقات تسليم قصيرة في الشركة وبمقدار (0.035).

الفرضية الفرعية الثالثة: تنص هذه الفرضية على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبعد المرونة)

اسفرت النتائج الواردة في الجدول (9) الى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة احصائية بين الانتاج الرشيق وُبعد المرونة قدرها (0.940), و بدرجة قوية عند مستوى معنوية اقل من (0.01), مما يدل على ضرورة اهتمام المؤسسة المعنية بدعم مراكز التوزيع وتخفيض الاليات.

الفرضية الفرعية الرابعة: تنص هذه الفرضية على (وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق وُبعد الابداع)

تبين نتائج الجدول (9) ان هناك علاقة ارتباط طردية وقوية ذات دلالة احصائية بين الانتاج الرشيق وُبعد الابداع. (0.957) وعند مستوى معنوية (0.01). مما يدل على ان اهتمام المؤسسة المعنية بتحسين العلاقة مع الموردين من خلال تحسين طرق النقل ونظام الانتاج في الوقت المناسبة.

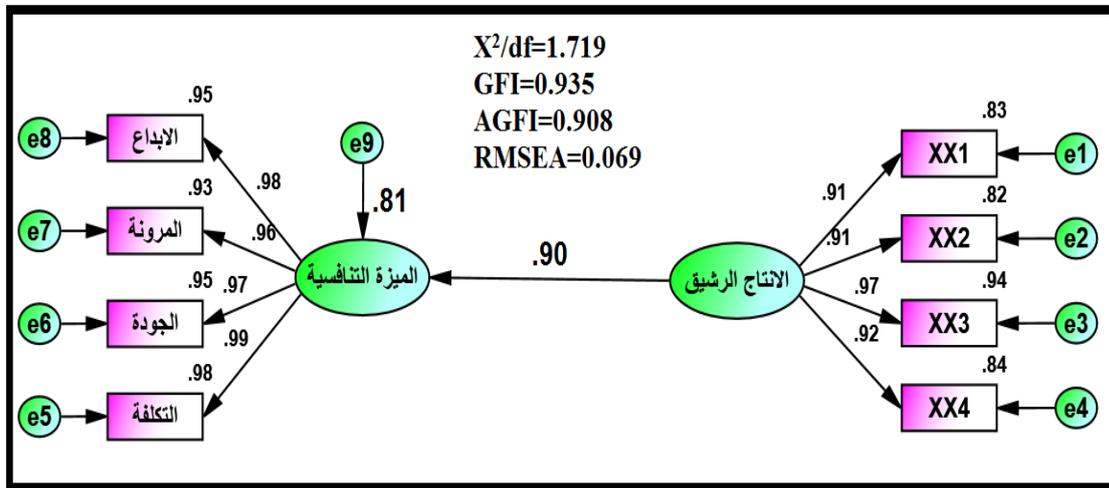
الجدول (9) مصفوفة علاقة الارتباط

الميزة التنافسية	الابداع	المرونة	الجودة	التكلفة	المتغيرات	الانتاج الرشيق
	0.957	0.940	0.965	0.973	Pearson Correlation	
	0.000				Sig. (2-tailed)	
	109				N	
علاقة الارتباط الكلية						
0.977						

2. فرضية التأثير

الفرضية الرئيسية الثانية: تنص هذه الفرضية على (وجود تأثير معنوية للانتاج الرشيق في الميزة التنافسية بأبعادها (التكلفة, والجودة, والمرونة, والابداع).

تظهر نتائج الجدول (10) والبيانات المستعرضة في الشكل (2) الى وجود تأثير معنوية للانتاج الرشيق في الميزة التنافسية, اذ ان زيادة الانتاج الرشيق بمقدار وحدة واحدة يؤدي الى احداث تحسين في الميزة التنافسية قدره (0.900) وبنسبة خطأ معياري مساوية لـ (0.019) وبقيمة حرجة مقدارها (9.890), مما يدل على ان اهتمام المصنع المدروس بالانتاج الرشيق يؤدي الى تحسين الميزة التنافسية من خلال تحسين قابلية المصنع على تطوير انشطتها الرشيقة بحيث تكون مصممة خصيصاً لتلبية متطلبات الزبائن مما يسهم في تحسين العمليات الرشيقة لخفض الكلف تعد من المتطلبات لتحقيق الميزة التنافسية.



الشكل (2) الانموذج القياسي لتأثير الانتاج الرشيق في الميزة التنافسية

اسفرت نتائج الجدول (10) الى ان الانتاج الرشيق اسهمت في تفسير (0.810) من القضايا التي تحد من تحقيق الميزة التنافسية مما يدل على ضرورة ان يراعي المصنع في تصميم شبكة من الانتاج الرشيق تتلائم مع معايير الخدمة المقدمة لتحقيق التفوق فيها, من اجل ضمان تطوير قدرات المصنع على تحقيق الميزة التنافسية بمقدار (0.190).

الجدول (10) الاوزان المعيارية لتأثير الانتاج الرشيق في الميزة التنافسية

نوع التأثير	الاحتمالية (P)	قيمة R ²	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	الاوزان المعيارية	مسار الانحدار	
						الميزة التنافسية	<---
معنوي	***	0.810	9.890	0.019	0.900	الميزة التنافسية	<---

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

اولاً:- الاستنتاجات

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين الانتاج الرشيق والميزة التنافسية, مما يدل على امكانية المصنع المدروس تجاه الكلفة والجودة والمرونة والابداع من اجل ضمان تحقيق الميزة التنافسية.
2. وجود تأثير معنوية للانتاج الرشيق في الميزة التنافسية بأبعادها (الكلفة والجودة والمرونة والابداع), ليشير الى تحسين قدرة المصنع على تطوير امكانياته تجاه تحسين الاليات وتطويرها من اجل ضمان تقديم منتجات ذات كلفة منخفضة وجودة عالية.
3. اهتمام المصنع المدروس بتحسين الابداع تجاه المنتجات والخدمات ليتسنى للعينة المدروسة تحسين قدرتها على التكيف مع التغييرات الخارجية.
4. يركز المصنع المدروس على دعم مقدراتها في الحد من المواد غير الضرورية في منتجاتها بما يحفز الشركة على دمج انظمتها وتحسين ادائها التشغيلي
5. يحرص المصنع المدروس على الاهتمام بمتطلبات الزبائن من اجل ضمان تحسين جودة الخدمات اللوجستية.

ثانياً:- التوصيات

1. يتعين على المصنع المدروس ان يحرص على تبني خبراء يمتازون بالخبرة في مجال ادارة انتاج رشيق, وتحسين الابداع والجودة المقدمة للزبائن
2. ضرورة ان يعمل المصنع المدروس على ضمان مشاركة العاملين في القرارات التي تتخذها من اجل وضع خطط لوجستية ابداعية وقادرة على مواجهة التهديدات.
3. يتعين على المصنع المدروس مراعاة اهمية للعاملين اللوجستيك لتأثيرهم في تحقيق الميزة التنافسية, مما يدل على ضرورة ان يعمل المصنع المدروس على حث العاملين على بناء الانغماس داخل الوظائف الموكلة اليهم من اجل ضمان تحقيق الميزة التنافسية.
4. ضرورة ان يراعي المصنع المدروس تصميم نقاط اتصال اللوجستيات وفق معايير الخدمة من اجل لتحقيق التميز في التكلفة والجودة والمرونة والابداع, مما يدل على ضرورة ان تعمل المؤسسة المعنية على بناء علاقات شراكة
5. ضرورة ان يطور المصنع المدروس من قدرته على تدفق السلع والخدمات للزبائن بشكل رشيق مما يدل على ضرورة ان تعمل المؤسسة المعنية على تطوير قدرات العاملين لديها من اجل تحسين جودة المنتجات المقدمة.

6. يتعين ان يحرص المصنع المدروس على احداث زيادة في تدفق المنتجات من خلال ردم الهدر والضياع في معظم الأنشطة غير ذات القيمة ما بعد البيع في المصنع مما يدل على ضرورة ان يعمل المصنع المدروس على تبني اليات تكنولوجية قادرة على تحقيق الميزة التنافسية في المنتجات التي تقدمها للزبائن واضفاء قيمة مضافة تعمل على جذب الزبائن والموردين على التعامل مع المصنع.

المصادر والمراجع

1. Ahmed, M, 2015, Customer Relationship Management and its Impact on Building Competitive Advantage in the Banking Sector, published PhD thesis, Sudan University of Science and Technology, College of Studies, Business Administration major.
2. Al-Bustanji, G, 2020“The impact of using the service marketing mix of an Islamic character on building competitive advantage in the Saudi Telecom Company STC” Journal of Humanities and Social Sciences, (31).
3. Al-Hakim, A & Majthab, A.2019 “Strategic Thinking and its Role in Achieving Sustainable Competitive Advantage: A Field Study in the Iraqi Oil Sector” Journal of Administration and Economics, V 42, N 122.
4. Ali, S,2016 “The Impact of Lean Manufacturing Pillars in Enhancing the Competitive Advantage of the General Pharmaceutical Company in Samarra (An Analytical Study), Anbar University Journal of Economic and Administrative Sciences, Volume 8, Issue 15.
5. Al-Khalaf, N, & Mahihi, S, 2019, The Role of Quality Costs in Achieving Competitive Advantage” Journal of Administration and Economics, V 42, N 122.
6. Al-Taweel, A, & Al-Abadi, A,2014 “The sequential impact of the supply chain management activities and the dimensions of the operations strategy on marketing performance: a study in the General Company for the Ready-made Garments Industry in Mosul,” Anbar University Journal for Administrative and Economic Sciences, Volume 2, Issue6, .
7. Amina. B, El-Ajjal.B, 2000 “Competitive Advantage: Concept and Determinants”, the National Forum on “Training Strategies in the Light of Total Quality Management as an Entrance to Achieving Competitive Advantage”, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Al-Taher Mawali University, Happy Yumi,.

8. Anderson, D., & Anderson, L. A. (2002). *Beyond change management: Advanced strategies for today's transformational leaders*. John Wiley & Sons.
9. Bakhracheva, Y. S., & Kayl, Y. Y. (2017). Lean production: experience among Russian organizations. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 35, p. 01137). EDP Sciences.
10. Eiro, N. Y., & Torres-Junior, A. S. (2015). Comparative study: TQ and Lean Production ownership models in health services. *Revista latino-americana de enfermagem*, 23(5), 846-854.
11. Grundy, T. 2006, Rethinking and reinventing Michael Porter's five forces model. *Strategic Change*, 15(5), 213-229.
12. Hamed, S, & Hanan, S, 2019 “The Impact of Dynamic Capabilities on Competitive Advantage Analytical Research in the General Company for Iraqi Cement” *Journal of Economic and Administrative Sciences*, Volume 25, Issue 111.
13. Ibrahim.A.M& Ahmad. M, 2019, the impact of the open records accounting method on increasing the competitive advantage in the industrial sector: a case study of Dal Foodstuff Company, *Journal of Administration and Economics*, Year 42, Issue 122.
14. Mao, X., & Zhang, X. (2008). Construction process reengineering by integrating lean principles and computer simulation techniques. *Journal of construction Engineering and Management*, 134(5), 371-381.
15. Nima, R, Al-Janabi, A & Muhammad, M, 2020, The effect of the promotional mix on achieving sustainable competitive advantage for industrial organizations: field research in the Doura refinery, *Journal of Economic and Administrative Sciences*, Volume 26, Issue 120, (2020).
16. Shehab, K, 2019, Knowledge management and its role in developing the competitive advantage of the industrial sector in Iraq: A case study on the communications and information technology industry, *Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences*, Volume 15, Issue 45 / Part 2.
17. Suleiman, H,& Hanna, I, 2019, Knowledge management processes and their role in achieving the requirements for establishing competitive advantage: An exploratory study in industrial infantry in the city of Mosul, *Anbar University Journal of Economic and Administrative Sciences*, Volume 11, Issue 26.

18. Thurania, M. (2016). The Effect of Lean Supply Chain Management Components on Operational Performance Among Tea Factories in Kenya (Doctoral dissertation, University of Nairobi).
19. Younis, H,2020, The Role of Physical Distribution Activities in Achieving Competitive Advantage: An exploratory study of the opinions of managers in the State Company for the Pharmaceutical Industry and Pharmaceutical and Medical Supplies (SDI) in Samarra, Al-Rafidain Development Journal, Volume 39, Issue 126.