

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

—

أولاً : الأجزاء المشتركة فى قوائم الاستقصاء الثلاثة : موردين - منتجين - تجار .
يقوم الدكتور/ ممدوح عبد العزيز رفاعى - قسم إدارة الأعمال - كلية التجارة
جامعة عين شمس ، بإعداد بحث بعنوان " أثر استخدام سلاسل التوريد الإلكترونية
على ظاهرة السحب العكسى للمخزون فى ضوء مشاركة معلومات الطلب (دراسة
تطبيقية على السلع المعمرة)

لذا فإن الباحث يرجو من سيادتكم التكرم باستيفاء بيانات هذه القائمة بدقة ،
علماً بأن هذه البيانات محاطة بالسرية التامة وتستخدم لأغراض البحث العلمى فقط .

دكتور/ ممدوح عبد العزيز محمد رفاعى

كلية التجارة - جامعة عين شمس

مفاهيم أساسية :

١ - مفهوم سلسلة التوريد :

هى تتابع من المنظمات - تسهيلات ووظائف وأنشطة تلك المنظمات - والتي يتم تضمينها فى الإنتاج والتسليم للمنتج والخدمة ، حيث يبدأ التتابع مع الموردين الرئيسيين للمواد الخام ويمتد نطاقه فى كل الطرق وحتى العميل النهائى .

- تشمل التسهيلات : المخازن ، المصانع ، مراكز التشغيل ، مراكز التوزيع ، مكاتب التجارة والتوكيلات .

- تشمل الوظائف والأنشطة : التنبؤ ، الشراء ، إدارة المخزون ، إدارة المعلومات ، تأكيد الجودة ، الجدولة ، الإنتاج ، التوزيع ، التسليم وأخيراً خدمة العميل .

٢ - إدارة سلسلة التوريد الإلكترونية :

هى تنسيق موضوع من الأساليب لتخطيط وتنفيذ كل الخطوات فى شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) للحصول على المواد الخام من المورد وتحويلها إلى منتجات تامة ثم إرسال المنتجات وتقديم الخدمات إلى العملاء، وتشتمل أيضاً سلسلة مشاركة المعلومات ، التخطيط وتنسيق الموارد وتطبيق مقاييس الأداء الدولية .

٣ - مشاركة معلومات الطلب :

مشاركة المعلومات الكاملة للمورد والتي تضمن الوصول الفورى لبيانات المخزون لدى التجار والموزعين مروراً بالمنتجين .

٤ - تحريف الطلب أو أثر السحب العكسى للمخزون :

هو المخزون الذى يتقدم متحركاً تصاعدياً إلى الخلف فى اتجاه الموردين خلال سلسلة التوريد .

بيانات عامة

الاسم :

التوصيف الوظيفي :

المستوى التعليمي : مؤهل متوسط مؤهل عال مؤهل فوق العالى

مدة الخبرة :

قطاع خاص

قطاع أعمال عام

نوع الشركة :

عمر الشركة :

عدد العاملين بالشركة :

يوجد للشركة موقع على شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت "

لا

نعم

- تستخدم الشركة الحاسب الآلى ونظم البرمجيات الحديثة فى عمليات إدارة البيع والشراء وتحديث أرصدة المخازن أولاً بأول .

لا

نعم

(١) تنسيق وتكامل سلسلة التوريد :

* ضع علامة (/) في الخانة التي ترى أنها متوافرة في شركتكم .

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					<p>١- تسمح الثقافة التنظيمية بالشركة بحدوث تغيير .</p> <p>٢- توجد علاقة تعاون وشراكة بين الشركة وشركات أخرى تعمل في نفس المجال .</p> <p>٣- هناك تبادل معلومات بين الشركة وكل من الموردين والعملاء .</p> <p>٤- هناك تنسيق عند اتخاذ قرارات الإنتاج مع كل من الموردين والعملاء .</p> <p>٥- توجد ثقة كاملة بين الشركة وكل من الموردين والعملاء فيما يتعلق بالمعلومات المتداولة بينهم .</p> <p>٦- ترتبط الشركة مع كل من الموردين والعملاء ارتباطاً طويلاً الأجل .</p> <p>٧- تقوم الشركة بتطوير الأهداف الاستراتيجية والتكتيكية بصورة مستمرة .</p> <p>٨- تقوم الشركة بتحقيق التنسيق والتكامل للأنشطة في الخبز الداخلي لسلسلة التوريد لديها .</p> <p>٩- تقوم الشركة بتحقيق التنسيق والتكامل مع الموردين والعملاء .</p> <p>١٠- تقوم الشركة بتحقيق التكامل بين قنوات التوريد وقنوات التسويق .</p> <p>١١- تؤمن الشركة أن خدمة العميل هي هدف استراتيجي لا بد من الوصول إليه .</p>

(٢) : برامج ومهارات سلسلة التوريد :

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					<p>١- تتوافر المهارة التحليلية ومهارة حل المشكلات فى مدير سلسله التوريد بالشركه .</p> <p>٢- تتوافر مهارة الاتصال ومهارة التوجه بالعمليات فى مدير سلسله التوريد بالشركه .</p> <p>٣- تعتمد الشركه على برامج تخطيط الاحتياجات من المواد .</p> <p>٤- تعتمد الشركه على برنامج تخطيط موارد المنشأة .</p> <p>٥- تعتمد الشركه على برنامج التخطيط المتقدم والحلول المثلئ .</p> <p>٦- تعتمد الشركه على برنامج ملاحظات الشحن المتقدم .</p> <p>٧- تعتمد الشركه على برمجيات الإحلال المستمر .</p> <p>٨- تعتمد الشركه على برامج تنفيذ سلسله التوريد .</p>

(٣) تدفق المعلومات إلكترونياً داخل الشركه :

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					<p>١- تعتمد الشركه على تكنولوجيا المعلومات فى تدعيم نظم الإمداد .</p> <p>٢- تعتمد الشركه على التبادل الإلكترونئ للبيانات بين الإدارات المختلفه .</p> <p>٣- هناك تدريب وتعليم متاح للعاملين بخصوص سلسله التوريد الإلكترونئيه .</p> <p>٤- تعتمد الشركه فى اتصالاتها الداخليه على الشبكات الاعتباريه .</p> <p>Virtual Areas Networks</p> <p>٥- اعتقد أن مجالات الأعمال الإلكترونئيه الفعاله هى نشاط التوجه بالعميل ، نشاط التوجه بالأعمال والبنئيه الأساسئيه اللازمه لتكنولوجيا الأعمال الإلكترونئيه .</p> <p>٦- أرى أن توافر الأعمال الإلكترونئيه فى الشركه لا يلغئ تماماً الحاجه إلى توافر مخزون احتياطئ .</p> <p>٧- أرى أن توافر الأعمال الإلكترونئيه فى الشركه لا يلغئ تماماً الحاجه إلى توافر طاقة احتياطئيه .</p> <p>٨- يحقق تدفق المعلومات إلكترونئياً عبر سلسله التوريد تحسئنات فجائئيه فى أداء السلسله إذا كانت الطاقة الإنتاجئيه لدى المورد عاليه .</p>

(٤) تدفق المعلومات إلكترونياً خارج الشركة :

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق على الإطلاق
<p>١- تستخدم الشركة الأسواق الإلكترونية فى تسويق منتجاتها والحصول على احتياجاتها اللازمة للتشغيل .</p> <p>٢- أعتقد أن شبكة المعلومات الدولية تسهل من زيادة استخدام برامج تخطيط موارد المنشأة (ERB) .</p> <p>٣- أعتقد أن شبكة المعلومات الدولية تسهل من زيادة استخدام برامج التخطيط المتقدم والحلول المثلى (ARS) .</p> <p>٤- أعتقد أن شبكة المعلومات الدولية تخلق الفرص لتكامل المعلومات واتخاذ القرارات عبر وحدات وظيفية مختلفة .</p> <p>٥- أعتقد أن شبكة المعلومات الدولية ترفع من دور النمذجة والتحليل لسلسلة التوريد داخل المنشأة .</p> <p>٦- أعتقد أنه مع توافر شبكة المعلومات الدولية أصبح من الممكن الحصول على أقل سعر توريد .</p> <p>٧- أعتقد أنه مع توافر شبكة المعلومات الدولية أصبح من الممكن تجاوز الطاقات العاطلة من خلال آليات السوق .</p> <p>٨- أعتقد أنه مع توافر شبكة المعلومات الدولية تزداد أهمية مفاهيم الرفع المالى ومشاركة المخاطر لأن المنتجات ربما يتم تخزينها فى مواقع أقل بالمقارنة بقنوات التوزيع التقليدية .</p>					

(٥) ظاهرة تحريف الطلب (أثر السحب العكسي للمخزون)

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					<p>١- ترجع ظاهرة تحريف الطلب (أثر السحب العكسي للمخزون) إلى عدم دقة التنبؤ بالطلب في المراحل المختلفة للسلسلة .</p> <p>٢- ترجع ظاهرة تحريف الطلب إلى عدم دقة فترات التوريد .</p> <p>٣- ترجع ظاهرة تحريف الطلب إلى نقص التوريد .</p> <p>٤- ترجع ظاهرة تحريف الطلب إلى اختلاف حجم الدفعة .</p> <p>٥- ترجع ظاهرة تحريف الطلب إلى تغيرات السعر .</p> <p>٦- تؤدي ظاهرة تحريف الطلب إلى عدم دقة التنبؤات للمراحل التالية في سلسلة التوريد .</p> <p>٧- تؤدي ظاهرة تحريف الطلب إلى الاستخدام المنخفض للطاقة .</p> <p>٨- تؤدي ظاهرة تحريف الطلب إلى توافر مخزون أكثر من اللازم .</p> <p>٩- تؤدي ظاهرة تحريف الطلب إلى انخفاض مستوى خدمة العميل .</p> <p>١٠- لتخفيض ظاهرة تحريف الطلب يفضل اتباع مركزية معلومات الطلب مع توافر معلومات كاملة عن طلب العميل .</p>

(٧) التنبؤ التعاونى ومشاركة المعلومات :

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					<p>١- أعتقد أن التنبؤ التعاونى أكثر فائدة من التنبؤ المحلى.</p> <p>٢- أعتقد أن التخطيط والتصميم التعاونى يزيل عدم الكفاءة فى العمليات .</p> <p>٣- أعتقد أن استخدام نظم تخطيط موارد المنشأة يمكن من تحقيق التنسيق والتعاون مع الموردين والعملاء .</p> <p>٤- أعتقد أن نمو الأعمال الإلكترونية جعل من السهولة بمكان مشاركة معلومات نظم تخطيط موارد المنشأة مع المنشآت الأخرى عبر سلسلة التوريد .</p> <p>٥- أعتقد أن استخدام شبكة المعلومات الدولية جنباً إلى جنب مع استخدام نظم تخطيط موارد المنشأة يمكن من تحقيق التنسيق بين الموردين والعملاء من ناحية والعمليات الإنتاجية الداخلية للمنشأة من ناحية أخرى.</p> <p>٦- أعتقد أن القدرة على مشاركة المعلومات تخلق الفرصة للمنشآت أن يكون لديها تخطيط وتصميم تعاونى .</p> <p>٧- أعتقد أن نظم التخطيط التعاونى والتنبؤ والإحلال (CPFR) تخفض من الاختلافات التى ربما توجد بين أعضاء سلسلة التوريد .</p> <p>٨- أعتقد أن نظم التخطيط التعاونى والتنبؤ والإحلال ترفع من كفاءة عمليات سلسلة التوريد لأن التنبؤ ناتج من التنسيق ومنفذه لديهم معلومات غنية ووفيرة .</p>

ثانياً : الأجزاء المتعلقة بكل فئة من فئات الدراسة على حدة

(٦) المشاركة الرأسيية لمعلومات الطلب : المورد

ضع علامة (/) أمام العمود المناسب من وجهة نظرك .

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					١- أعتقد أن مشاركة معلومات التنبؤ بين شركاء سلسلة التوريد يحسن من أداء تلك السلسلة .
					٢- يمكنى كمورد أن اشارك بيانات المبيعات لدى مع المنتج إذا أعطى ضمانات بأن هذه المعلومات لم يتم تسريبها للمنافسين .
					٣- أعتقد أنني كمورد لا أرغب فى مشاركة بيانات المبيعات مع المنتج أو الموزع .
					٤- أعتقد أنني كمورد يمكنى أن أحصل على فترة توريد طويلة يتفق عليها مع المنتج مقابل تخفيض السعر له .
					٥- أعتقد أنني كمورد يمكنى أن أمنح خدمة سريعة حالة التسجيل المبكر لدى من جانب المنتج .
					٦- أعتقد أنني كمورد أفضل تحديد فترة توريد معينة مع المنتج
					٧- أعتقد أنني كمورد أفضل التوريد ذات القيمة (الإبطأ والأقل تكلفه شحن) بالنسبة للمورد .
					٨- أعتقد أنني كمورد أفضل التوريد ذات العلاوة (الاستثنائى والأعلى تكلفة) للمورد بحيث تكون فترة التوريد أقل ما يمكن .
					٩- يمكن أن تخفض معلومات الطلب مقدماً بينى وبين المنتج من فترة التوريد .
					١٠- يمكن أن تخفض معلومات الطلب مقدماً بينى وبين المنتج من تكاليف نظام التوريد .
					١١- يمكن أن تخفض معلومات الطلب مقدماً بينى وبين المنتج من مستويات المخزون الأساسية لدى .
					١٢- يمكن أن تكون معلومات الطلب مقدماً بينى وبين المنتج بديلاً عن فترة التوريد .

* المنتجين :

ضع علامة (/) أمام العمود المناسب من وجهة نظرك .

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					١- تتم مشاركة المعلومات بين الشركة وعدة تجار متنافسين (أى مشاركة رأسية فى ظل وجود المنافسة الأفقية) .
					٢- تسبب المنافسة الأفقية بين التجار المتعاملين مع الشركة- تحفظ فى مدى مشاركة التجار بمعلومات الطلب لديهم .
					٣- أعتقد أن هناك أثرين للمشاركة الرأسية للمعلومات هما الأثر المباشر (الفوائد) والأثر غير المباشر (أثر التسريب) .
					٤- تحقق المشاركة الرأسية للمعلومات بين المنتج والتاجر أثراً إيجابياً مباشراً على العوائد المحققة للمشاركين فيها .
					٥- تحقق المشاركة الرأسية للمعلومات بين المنتج والتاجر أثراً غير مباشر على المشاركين من التجار الآخرين حيث تسبب لهم مكاسب إضافية .
					٦- تحقق المشاركة الرأسية للمعلومات بين المنتج والتاجر أثراً غير مباشر على المشاركين من التجار الآخرين حيث تسبب لهم خسارة .
					٧- أعتقد أن الثقة فى مشاركة المعلومات ضرورية بين المنتج والتاجر فى ظل المنافسة الأفقية فى سلاسل التوريد .
					٨- أعتقد أنني كمنتج يمكننى الاعتماد على معلومات الطلب التى يشاركنى فيها التاجر .
					٩- تسمح مشاركة معلومات الطلب مقدما (ADI) للمنتج بالتزود بأفضل مستويات الخدمة .
					١٠- تسمح مشاركة معلومات الطلب مقدماً للمنتج بالوصول إلى الأمثلة فى المخزون .
					١١- تسمح مشاركة معلومات الطلب مقدما للمنتج بالوصول إلى الأمثلة فى احتياجات التصنيع .
					١٢- يسمح التدفق الهابط لسلسلة التوريد من العميل وحتى المورد بمشاركة المعلومات وتحقيق الاستجابة السريعة (QR) .
					١٣- يسمح التدفق الهابط لسلسلة التوريد من العميل وحتى المورد بمشاركة المعلومات وتحقيق الاستجابة الكفاء للمستهلك . (ECR) .
					١٤- يسمح التدفق الهابط لسلسلة التوريد من العميل وحتى المورد بمشاركة المعلومات وتحقيق الإدارة الفعالة للمخزون لدى البائع (VMI) .
					١٥- يسمح التدفق الهابط لسلسلة التوريد من العميل وحتى المورد بمشاركة المعلومات وتنفيذ برمجيات الإحلال المستمر

• **التجار :**

ضع علامة (✓) أمام العمود المناسب من وجهة نظرك .

غير موافق على الإطلاق	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة
					١- يمكنني كتاجر أن اشارك بيانات المبيعات لدى مع المنتج إذا أعطى ضمانات بأن هذه المعلومات لم يتم تسريبها للمنافسين (في المنافسة الأفقية) .
					٢- أعتقد أنني كتاجر لا أرغب في مشاركة بيانات المبيعات مع المنتج أو المورد .
					٣- أعتقد أن المنتج يكون صادقاً في معلومات الطلب التي يشاركني فيها .
					٤- أعتقد أنني كتاجر يمكن أن أحصل على الخدمة السريعة حالة التسجيل المبكر لدى المنتج .
					٥- أعتقد أنني كتاجر أفضل تحديد فترة توريد معينة مع المنتج .
					٦- تتم مشاركة معلومات الطلب مقدماً (ADI) عن طريق شركاء التدفق الهابط لسلسلة التوريد (العملاء أو التجار) من خلال إجراءات الاتفاقات والتعاقدات .
					٧- يمكن الاعتماد على معلومات الطلب مقدماً كبديل للمخزون ومن ثم تخفيض تكاليف الاحتفاظ بالمخزون .
					٨- يمكن أن تخفض معلومات الطلب مقدماً من فترة التوريد .
					٩- يمكن أن تخفض معلومات الطلب مقدماً من تكاليف نظام التوريد .
					١٠- يمكن أن تخفض معلومات الطلب مقدماً من مستويات المخزون الأساسية .
					١١- يمكن أن تكون معلومات الطلب مقدماً بديلاً عن فترة التوريد .

ملحق رقم (٢) النتائج الإحصائية

أولاً : نتائج المصفوفات الارتباطية :

- ١ - نتائج المنتجين .
- ٢ - نتائج الموردين .
- ٣ - نتائج التجار .

ثانياً : نتائج تحليل الإنحدار التدريجي :

- ١ - نتائج المنتجين .
- ٢ - نتائج الموردين .
- ٣ - نتائج التجار .

ملحق رقم (١)

قوائم الاستقصاء

- قائمة استقصاء موجهة إلى موردى قطع الغيار ومكونات إنتاج...
" الموردين "
- قائمة استقصاء موجهة إلى منتجى
" المنتجين "
- قائمة استقصاء موجهة إلى موزعى وتجار الجملة وتجار التجزئة....
" التجار "
- التلفزيون والثلاجة المنزلية .

الصفحة	الموضوع	رقم
١	المبحث الأول : الخلفية النظرية للدراسة	(١)
١	مقدمة	١/١
٢	تعريف سلسلة التوريد.....	٢/١
٣	تطور سلسلة التوريد.....	٣/١
٤	سلسلة التوريد وسلسلة القيمة وسلسلة الطلب.....	٤/١
٤	تعريف إدارة سلسلة التوريد الإلكترونية.....	٥/١
٧	أدوات إدارة سلسلة التوريد الإلكترونية.....	٦/١
١٠	مشاركة معلومات الطلب.....	٧/١
١٧	تأثير شبكة المعلومات الدولية على سلاسل التوريد.....	٨/١
١٩	التنبؤ التعاوني ومشاركة المعلومات.....	٩/١
٢٣	الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.....	١٠/١
٢٥	المبحث الثاني : مشكلة وفروض ومنهجية الدراسة	(٢)
٢٥	مشكلة الدراسة.....	١/٢
٢٧	مجتمع وعينة الدراسة.....	٢/٢
٣٢	متغيرات الدراسة.....	٣/٢
٣٢	فروض الدراسة.....	٤/٢
٣٣	أهداف الدراسة.....	٥/٢
٣٣	أهمية الدراسة.....	٦/٢
٣٤	صلاحية واعتمادية الأداة المستخدمة في التحقق من فروض الدراسة.....	٧/٢
٤٣	المبحث الثالث: نتائج التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية.....	(٣)
٤٣	دراسة تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على مشاركة معلومات الطلب... دراسة تأثير متغيرات مشاركة معلومات الطلب على ظاهرة السحب العكسي للمخزون (تحريف الطلب).....	١/٣ ٢/٣
٥١	دراسة تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على ظاهرة السحب العكسي للمخزون	٣/٣
٥٥	نتائج تحليل المسار.....	٤/٣
٥٩	نتائج الدراسة.....	٥/٣
٦١	التوصيات.....	٦/٣
٦٤	الدراسات المستقبلية.....	٧/٣
٦٧	قائمة المراجع.....	
٨٦	الملاحق.....	
٧١	ب -	

قائمة الجداول

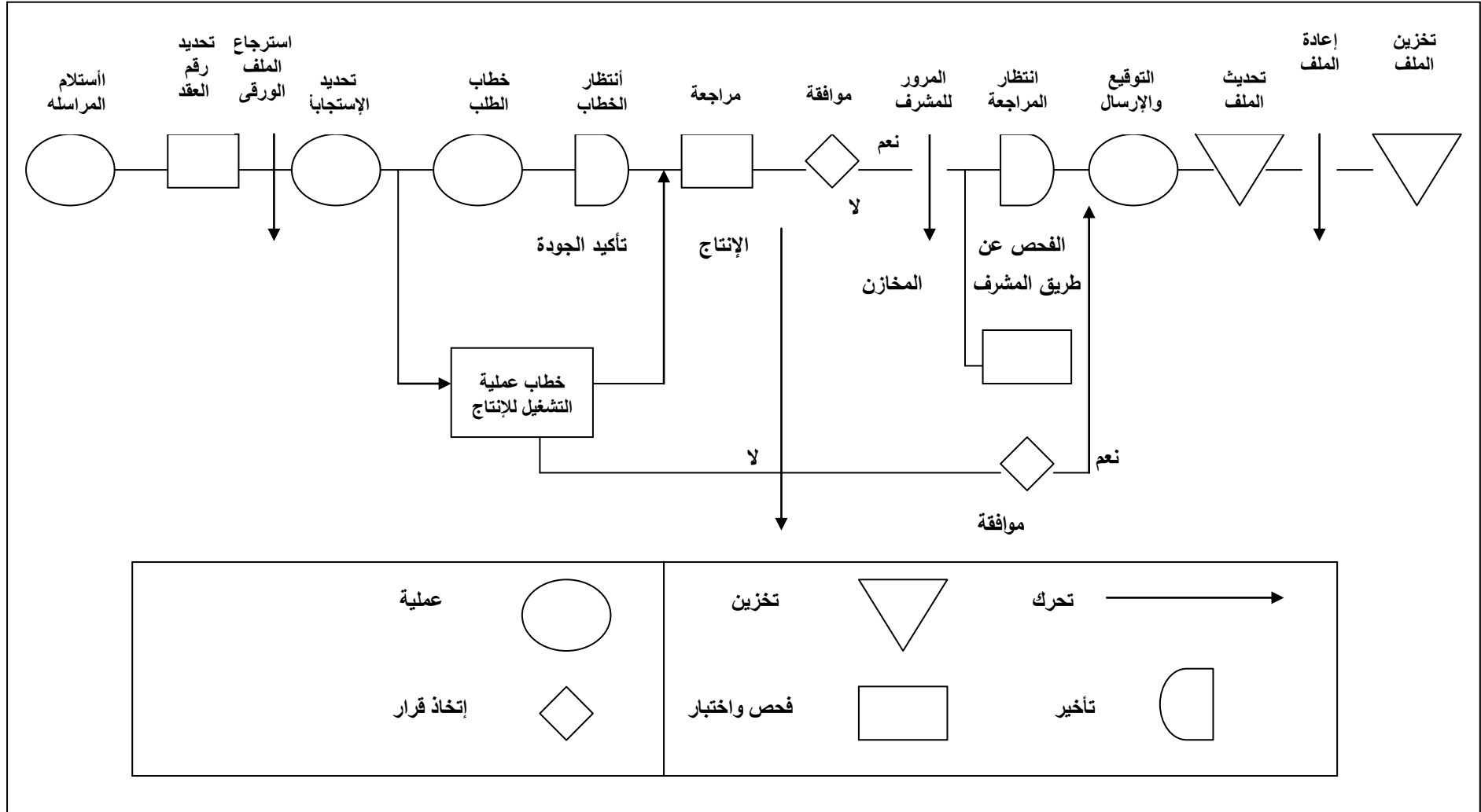
رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
(١)	قيمة الإنتاج من التلفزيونات والثلاجات المنزلية.....	٢٥
(٢)	قيمة الصادرات من التلفزيونات والثلاجات المنزلية ومكوناتهما.....	٢٥
(٣)	قيمة الواردات من التلفزيونات والثلاجات ومكوناتهما	٢٦
(٤)	نسبة المبيعات المنتجة محليا ونسبة الواردات إلى إجمالي مبيعات السوق من التلفزيونات والثلاجات	٢٦
(٥)	الشركات المنتجة للثلاجات المنزلية والتلفزيونات العاملة بمصر.....	٢٨
(٦)	الشركات المنتجة والموردة لمكونات الثلاجة المنزلية والتلفزيون.....	٢٩
(٧)	الحجم الفعلي لعينة الدراسة.....	٣١
(٨)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى فعالية إدارة سلاسل التوريد.....	٣٤
(٩)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى درجة الاعتماد على شبكة المعلومات الدولية....	٣٥
(١٠)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب.....	٣٥
(١١)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى ظاهرة تحريف الطلب (السحب العكسى للمخزون).....	٣٦
(١٢)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى التنبؤ التعاونى ومشاركة المعلومات	٣٦
(١٣)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى فعالية إدارة سلاسل التوريد.....	٣٧
(١٤)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى استخدام شبكة المعلومات الدولية.....	٣٨
(١٥)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى ظاهرة تحريف الطلب.....	٣٨
(١٦)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب.....	٣٨
(١٧)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى التنبؤ التعاونى ومشاركة المعلومات.....	٣٩
(١٨)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى فعالية إدارة سلاسل التوريد.....	٤٠
(١٩)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى درجة الاعتماد على شبكة المعلومات الدولية....	٤٠
(٢٠)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى ظاهرة تحريف الطلب.....	٤١
(٢١)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب.....	٤١
(٢٢)	نتائج صلاحية واعتمادية بُعدى التنبؤ التعاونى ومشاركة المعلومات.....	٤١
(٢٣)	متغيرات الدراسة حسب ترميزها بالحاسب الآلى.....	٤٣
(٢٤)	نتائج المصفوفة الارتباطية لمتغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع بعضها البعض.....	٤٣
(٢٥)	نتائج العلاقات الارتباطية بين متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع مشاركة معلومات الطلب	٤٤
(٢٦)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب باستخدام الإنحدار التدريجى.....	٤٤
(٢٧)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على بُعدى التنبؤ التعاونى ومشاركة المعلومات باستخدام الإنحدار التدريجى.....	٤٥

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
(٢٨)	نتائج المصفوفة الارتباطية لمتغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع بعضها البعض.....	٤٦
(٢٩)	نتائج العلاقة الارتباطية بين متغيرات إدارة سلاسل التوريد مع مشاركة معلومات الطلب.....	٤٦
(٣٠)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على مشاركة معلومات الطلب (المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب) باستخدام الإنحدار التدريجي.....	٤٧
(٣١)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على مشاركة معلومات الطلب (التنبؤ التعاوني ومشاركة المعلومات) باستخدام الإنحدار التدريجي.....	٤٧
(٣٢)	نتائج المصفوفة الارتباطية لمتغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع بعضها البعض.....	٤٨
(٣٣)	نتائج العلاقة الارتباطية بين متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع مشاركة معلومات الطلب.....	٤٨
(٣٤)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على مشاركة معلومات الطلب (المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب) باستخدام الإنحدار التدريجي.....	٤٩
(٣٥)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على مشاركة معلومات الطلب (التنبؤ التعاوني ومشاركة المعلومات) باستخدام الإنحدار التدريجي.....	٥٠
(٣٦)	نتائج تأثير مشاركة معلومات الطلب (المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب) على ظاهرة السحب العكسي للمخزون.....	٥١
(٣٧)	نتائج تأثير مشاركة معلومات الطلب (التنبؤ التعاوني ومشاركة المعلومات) على ظاهرة السحب العكسي للمخزون باستخدام الإنحدار الخطي البسيط.....	٥٢
(٣٨)	نتائج تأثير مشاركة معلومات الطلب (المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب) على ظاهرة السحب العكسي للمخزون باستخدام الإنحدار الخطي البسيط.....	٥٣
(٣٩)	نتائج تأثير مشاركة معلومات الطلب (التنبؤ التعاوني ومشاركة المعلومات) على ظاهرة السحب العكسي للمخزون باستخدام الإنحدار الخطي البسيط.....	٥٣
(٤٠)	نتائج تأثير مشاركة معلومات الطلب (المشاركة الرأسية لمعلومات الطلب) على ظاهرة السحب العكسي للمخزون باستخدام الإنحدار الخطي البسيط.....	٥٤
(٤١)	نتائج تأثير مشاركة معلومات الطلب (التنبؤ التعاوني ومشاركة المعلومات) على ظاهرة السحب العكسي للمخزون.....	٥٤
(٤٢)	نتائج العلاقات الارتباطية بين متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع ظاهرة السحب العكسي للمخزون.....	٥٥
(٤٣)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على ظاهرة السحب العكسي للمخزون.....	٥٦

تابع قائمة الجداول

رقم الجدول	الموضوع	الصفحة
(٤٤)	نتائج العلاقة الارتباطية بين متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع ظاهرة السحب العكسي للمخزون.....	٥٧
(٤٥)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على ظاهرة السحب العكسي للمخزون باستخدام الإنحدار التدريجي.....	٥٧
(٤٦)	نتائج العلاقة الارتباطية بين متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية مع ظاهرة السحب العكسي للمخزون.....	٥٨
(٤٧)	نتائج تأثير متغيرات إدارة سلاسل التوريد الإلكترونية على ظاهرة السحب العكسي للمخزون باستخدام الإنحدار التدريجي.....	٥٨

شكل (٢٣) رسم توضيحي لعملية (إرسال أمر التوريد) Charting The Process



جامعة عين شمس
كلية التجارة
قسم إدارة الأعمال

قائمة استقصاء موجهة إلى موردى قطع الغيار
ومكونات إنتاج التلفزيون والثلاجة المنزلية
" الموردين "

إعداد

دكتور/ ممدوح عبد العزيز محمد رفاعى
مدرس إدارة الأعمال - كلية التجارة جامعة عين شمس

