



جامعة القدس المفتوحة

عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

عنوان الرسالة

دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية

للمنتج المحلي

(دراسة ميدانية على الصناعات الغذائية)

**Role of Palestine Standards Institution in improving the
competitiveness advantage of local product**

(A survey study on the food industry)

إعداد الباحث

كامل سليمان عبد سليمان

إشراف الأستاذ الدكتور: ماجد حسني صبيح

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في الإدارة والسياسات العامة

جامعة القدس المفتوحة (فلسطين)

2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

صدق الله العظيم

(سورة البقرة، 32)

إجازة الرسالة

دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية
للمنتج المحلي

(دراسة ميدانية على الصناعات الغذائية)

**Role of Palestine Standards Institution in improving the
competitiveness *advantage* of local product**

(A survey study on the food industry)

إعداد الباحث

كامل سليمان عبد سليمان

بإشراف

الأستاذ الدكتور : ماجد حسني صبيح

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 2021/11/9

أعضاء لجنة المناقشة

رئيس لجنة المناقشة الأستاذ الدكتور ماجد حسني صبيح

ممتحنا داخليا الأستاذ الدكتور عمر محمود أبو عيده

ممتحنا خارجيا الدكتور نصر عبد الكريم

التفويض

أنا الموقع اسمي أدناه، كامل سليمان عبد سليمان أفوض جامعة القدس المفتوحة بتزويد نسخ الكترونية أو ورقية من رسالتي للمؤسسات أو المنظمات أو الهيئات أو الأشخاص المعنية بالدراسات عند طلبهم .

الاسم: كامل سليمان عبد سليمان

التوقيع:

التاريخ:

الإهداء

إلى من علمني المثابرة والإصرار، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، إلى من أفنى عمره ليمهد لنا طريقاً نحو مستقبل أجمل، إلى روح والدي تغمده الله برحمته.

إلى من وفقت بفضل دعائها، إلى من هي الجنة تحت أقدامها، إلى روح والدي رحمها الله وأسكنها فسيح جنانه.

إلى تلك القلوب المحبة الطاهرة التي ساندتني، زوجتي ورفيقة دربي، وأولادي فلذات كبدي أهدي إليكم رسالة الماجستير.

داعياً المولى الله أن تتال القبول من أعضاء لجنة المناقشة الأفاضل.

الباحث،،

الشكر والتقدير

اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، اللهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا. يقول سبحانه وتعالى: (رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ). (النمل، 19) وقال تعالى (وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ) . (لقمان، 12). صدق الله العظيم

بأصدق الكلمات والمشاعر النابعة من قلب يكن كل الحب والاحترام والتقدير، أتقدم بالشكر الجزيل إلى الذين يحملون أسمى رسالة في الحياة، إلى الذين يبذلون الجهود لبناء أجيال تحيا بها الأمة، أشكر أساتذتنا الكرام الذين لم يبخلوا علينا ومنحونا الكثير من فيض علمهم وعطائهم، فجزاهم الله عنا خير الجزاء.

وكما أتقدم بخالص الشكر للمربي الفاضل الأستاذ الدكتور ماجد حسني صبيح الذي تكرم وأشرف على رسالتي، ولم يبخل عليّ بعلمه وخبرته الواسعة وتوجيهاته السديدة، فجزاك الله عني كل خير.

والشكر موصول لأعضاء لجنة المناقشة الأفاضل

الدكتور: نصر عبد الكريم الجامعة العربية الامريكية.

الدكتور: عمر أبو عيده جامعة القدس المفتوحة.

الذين تكروا عليّ وبذلا الجهد والوقت لتقديم النصيح والإرشاد لإثراء هذه الرسالة.

وكما أشكر اخوتي وأخواتي وزوجتي وأولادي الذين كانوا خير سند وعون لي

والله ولي التوفيق

الباحث،،

قائمة المحتويات

أ	استهلال.....
ب	إجازة الرسالة.....
ت	التفويض.....
ث	الإهداء.....
ج	الشكر والتقدير.....
ح	قائمة المحتويات.....
ذ	قائمة الجداول.....
س	قائمة الأشكال.....
س	قائمة الملاحق.....
ش	الملخص باللغة العربية.....
ص	الملخص باللغة الإنجليزية.....

الفصل الأول

2	خلفية الدراسة ومشكلتها.....
2	المقدمة.....
4	1.1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.....
5	1.2 أهمية الدراسة.....
5	1.3 أهداف الدراسة.....
6	1.4 فرضيات الدراسة.....
6	1.5 حدود الدراسة.....
7	1.6 التعريفات الإجرائية للمصطلحات.....

الفصل الثاني

10	الإطار المفاهيمي والدراسات السابقة.....
10	تمهيد.....
10	2.1 المبحث الأول: دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وأهميتها.....
10	2.1.1 مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية.....
11	2.1.2 مجلس إدارة المؤسسة.....
12	2.1.3 مهام مؤسسة المواصفات والمقاييس.....

13	2.1.4 أهداف مؤسسة المواصفات والمقاييس.....
15	2.1.5 الخدمات التي تقدمها مؤسسة المواصفات والمقاييس.....
15	2.1.5.1 التوصيف.....
27	2.1.5.2 الجودة ومنح الشهادات.....
32	2.1.5.3 الفحص والتفتيش.....
34	2.1.5.4 المترولوجيا.....
37	2.1.5.5 التعليمات الفنية الإلزامية.....
40	2.2 المبحث الثاني: الميزة التنافسية.....
40	2.2.1 مفهوم الميزة التنافسية.....
41	2.2.2 أهمية الميزة التنافسية.....
43	2.2.3 استراتيجية إنشاء الميزة التنافسية.....
46	2.2.4 مصادر الميزة التنافسية.....
48	2.2.5 أبعاد الميزة التنافسية.....
61	2.3 المبحث الثالث: الصناعات الغذائية في فلسطين
61	2.3.1 الصناعات الغذائية.....
64	2.3.2 الشركات التي أجريت عليها هذه الدراسة.....
67	2.4 المبحث الرابع: الدراسات السابقة.....
67	2.4.1 الدراسات السابقة العربية.....
82	2.4.2 الدراسات السابقة الأجنبية.....
87	2.4.3 التعقيب على الدراسات السابقة.....
	الفصل الثالث
96	3.1 الطريقة والإجراءات.....
96	3.2 منهجية الدراسة.....
96	3.3 مجتمع الدراسة.....
96	3.4 عينة الدراسة.....
97	3.5 أداة الدراسة.....
97	3.5.1 صدق أداة الدراسة.....
97	3.5.2 ثبات أداة الدراسة.....
99	3.5.3 الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.....
101	3.6 سمات عينة الدراسة.....

105.....	3.7 متغيرات الدراسة.....
106.....	3.8 المعالجة الإحصائية.....
الفصل الرابع	
109.....	نتائج الدراسة ومناقشتها.....
109.....	4.1 تمهيد.....
109.....	4.2 النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة.....
124.....	4.3 اختبار الفرضيات.....
124.....	4.3.1 اختبار الفرضية الرئيسية.....
125.....	4.3.2 اختبار الفرضيات الفرعية.....
الفصل الخامس	
134.....	النتائج والتوصيات.....
134.....	5.1 النتائج.....
134.....	5.1.1 نتائج الإجابة عن أسئلة الدراسة.....
135.....	5.1.2 نتائج اختبار الفرضيات.....
136.....	5.2 التوصيات.....
137.....	5.3 مقترحات لتطوير الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.....
138.....	5.4 اقتراحات لدراسات لاحقة مستقبلية.....
139.....	قائمة المراجع.....
150.....	الملاحق.....

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	مواصفات نظام الجودة	18
2	إحصائية المواصفات والخدمات وشهادات الجودة	24
3	الفرق بين استراتيجيات إنشاء الميزة التنافسية	46
4	عدد المؤسسات الصناعية وعدد العاملين فيها في فلسطين	63
5	التوزيع النسبي لاماكن بيع المنتجات الصناعية الفلسطينية	63
6	الأرقام القياسية ونسب التغيير الشهرية لكميات الانتاج	64
7	الشركات الغذائية الفلسطينية الحاصلة على شهادات الجودة والحلال	64
8	الفجوة البحثية في الدراسات السابقة	93
9	الفجوة البحثية في الدراسات المحلية	94
10 (أ)	نتائج اختبار كرونباخ ألفا لفحص ثبات المقياس (10-أ)	98
10 (ب)	نتائج اختبار كرونباخ ألفا لفحص ثبات المقياس (10-ب)	99
11	نتائج اختبار بيرسون لفحص صدق الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة	100
12	التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية	101
13	جدول درجة المقياس الخماسي المستخدم في الدراسة	107
14	جدول مستويات مقياس التصحيح لمقياس الدراسة	107
15	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على مجال المواصفات والمقاييس	109
16	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق على مجال التوصيف	111
17	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على مجال منح الشهادات وعلامة المطابقة	113
18	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على مجال الفحص والتفتيش	114

115	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على مجال القياس	19
116	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على التعليمات الفنية	20
118	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على محور واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين	21
120	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على محور رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس	22
122	جدول المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على محور التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس	23
123	نتائج اختبار بيرسون لفحص دلالة علاقة الارتباط بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات	24
124	نتائج اختبار بيرسون لفحص دلالة علاقة الارتباط بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين	25
125	نتائج اختبار بيرسون لفحص دلالة علاقة الارتباط بين كل مجال (مقياس فرعي) وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين	26
128	جدول اختبار (t) لعينتين مستقلتين لمعرفة الفروق في آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير الجنس	27
129	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير العمر	28

130	نتائج الاختبار البعدي (LSD) لتحديد مصدر الفروقات في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير العمر	29
131	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير سنوات الخبرة	30
131	نتائج الاختبار البعدي (LSD) لتحديد مصدر الفروقات في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير سنوات الخبرة	31
132	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المؤهل العلمي	32
132	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المسمى الوظيفي	33

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الأشكال	الرقم
11	أعضاء مجلس إدارة مؤسسة المواصفات والمقاييس	1
15	الخدمات التي تقدمها مؤسسة المواصفات والمقاييس	2
17	دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في التوصيف	3
21	سلسلة نظام الجودة الأيزو 9000	4
26	آلية التوصيف وعمل اللجان	5
39	آلية إعداد التعليمات الفنية	6
43	استراتيجيات إنشاء الميزة التنافسية	7
48	أبعاد الميزة التنافسية	8
51	الترابط بين المواصفات والجودة الشاملة وتأثيرها في تحسين الميزة التنافسية والحصة السوقية	9
56	محاور الوصول إلى رضا العملاء	10
57	تأثير المواصفات والمعايير والجودة في العملاء	11
59	العلاقة بين توسيع قاعدة العملاء وزيادة المبيعات وزيادة الحصة السوقية	12
102	التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير الجنس	13
102	التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير الفئة العمرية	14
103	التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير سنوات الخبرة	15
104	التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير المؤهل العلمي	16
104	التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير المسمى الوظيفي	17
106	متغيرات الدراسة	18

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
150	أسماء السادة المحكمين	1
151	الاستبانة	2

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس لجودة المنتجات الغذائية ، ومعرفة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية .

اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للبيانات، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين العاملين في مؤسسة المواصفات والمقاييس، وفي كل من شركة الجبريني للألبان في مدينة الخليل ورام الله، ومصانع سنيورة للصناعات الغذائية في العيزرية، وشركة البينار للألبان في مدينة رام الله والبالغ عددهم 996 موظفاً وموظفة . وتم اختيار أفراد العينة بطريقة العينة الميسرة، وبلغ عدد الاستبانات التي جرى توزيعها بناء على حجم العينة التي تم سحبها 370 موظفاً وموظفة من المؤسسات والشركات المذكورة، وأعيدت 368 استبانة. وتم استخدام معامل كرونباخ الفا لقياس درجة الثبات، ومعامل بيرسون للارتباط لقياس صدق الاتساق الداخلي ، اختبار بيرسون للارتباط لقياس مدى العلاقة بين بعض المتغيرات كما هو مذكور في فرضيات الدراسة والمتسوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة.

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة:

إن مؤسسة المواصفات والمقاييس تطبق معايير المواصفات والمقاييس وإجراءاتها بدرجة مرتفعة، مما يلعب دوراً في تحسين الميزة التنافسية، وإن المؤسسة تعمل على تطبيق إجراءات التوصيف، ومنح الشهادات، وإجراءات الفحص والتفتيش بدرجة مرتفعة، وإن هناك علاقة طردية بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات.

ومن أهم التوصيات:

إجراء تقييم سنوي لمواصفات الصناعات الغذائية ومعاييرها المعمول بها؛ من أجل تطويرها بما يتلاءم مع التطورات والمستجدات الحديثة. وتحفيز الشركات والمصانع المحلية على الحصول على شهادة الجودة؛ لرفع قدراتها التنافسية في الأسواق المحلية. وأوصت برفع درجات الوعي لدى المستهلكين باتجاه دعم المنتج الوطني.

Abstract

The study aimed at recognizing the extent of commitment, on the part of local companies and factories, in implementing the criteria of Palestine Standards Institution as pertains to quality of food production, also knowing the role of Palestine Standards Institution in improving competitiveness in food industry

The study adopted the quantitative methodology to decipher and analyze data. The population of the study consisted of all employees in the Palestine Standards Institution, as AL-Jebrinin Dairy Industry in Hebron and Ramallah, siniora company in AL-Ezareyeh, and Albinar company in Ramallah. Population totaled to 996 employees, an available sample of 370 employees were chosen whereas 368 questionnaires were actually returned, Cronbach Alpha was used to approbate reliability and Pearson correlation coefficient for internal consistency as to measure correlation among variables of study as stated in study hypothesis means and standard deviations, were also used to answer study questions.

Results of study showed that Palestine Standards Institution applies the related criteria at a high level of performance, the matter that leads to improving the competitiveness quality, the Standards Institution applies the procedural knowledge and related criteria related to specifications, certificate, inspections also as a high level. There was a high correlation between commitment of companies and local factories in implementing criteria of Standards Institution and improving competitiveness of industrial product.

The study recommended to conduct an annual assessment for criteria and specifications of food industry for the scale of improving them to be congenial with the developmental and competitive labor markets, it is important to animate enterprises companies to obtain quality certificates to increase their level of capacity to locally competitive in local markets, and also recommended raising awareness among customers towards supporting national products.

الفصل الأول

خلفية الدراسة ومشكلتها

المقدمة

1.1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

1.2 أهمية الدراسة

1.3 أهداف الدراسة

1.4 فرضيات الدراسة

1.5 حدود الدراسة

1.6 التعريفات الإجرائية للمصطلحات

الفصل الأول خلفية الدراسة ومشكلتها

المقدمة:

يعيش العالم اليوم في عصر العولمة الذي أصبح يتميز بتحولات جذرية، وتزايد نحو تدويل النظام الاقتصادي، وتفاعل غير مسبوق؛ لجعله أكثر انفتاحا وأكثر تحررا في العديد من المجالات الاقتصادية والتكنولوجية، وما تبع ذلك من تحرر في التجارة العالمية وانفتاح الأسواق أمام حركة البضائع المستوردة وزيادة حدة التنافس. كان هذا دافعا لمؤسسات القطاع العام لإعادة رسم السياسات الاقتصادية لتنمية الاقتصاد المحلي وتطويره، وأصبح لزاما على القطاعات الإنتاجية التي ترغب في المحافظة على استمرارية وجودها، السعي إلى تطبيق المواصفات الفنية في المنتجات لتحقيق الجودة الشاملة، التي تعتبر من أهم المعايير التي تدعم وتحسن من المركز التنافسي للمؤسسات في الأسواق المحلية والعالمية.

إن تطوير الإنتاج وتحسينه، والالتزام بالمواصفات والمعايير الفنية يدعم من موقف الشركات الانتاجية في مواجهة التحديات الداخلية والخارجية التي فرضها التطور التكنولوجي الذي يمثل في التغيير المستمر في احتياجات الأسواق المحلية من متطلبات واحتياجات المستهلكين وبخاصة أن السوق المحلي الفلسطيني حسب الاتفاقيات الموقعة مثل اتفاقية أوسلو واتفاقية باريس ، أصبح منفتح أمام التجارة الدولية والبضائع المستوردة، ومنفتح أمام المنتجات الإسرائيلية التي غزت الأسواق المحلية على حساب المنتجات الوطنية؛ فأصبح لا بد من تطوير المنتجات، والالتزام بالمواصفات والمعايير الفنية العالمية والفلسطينية، والحصول على شهادة الجودة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية.

لأن هذه الشهادة تعتبر علامة أكثر شمولاً وتتعامل مع المنتجات النهائية بالإضافة إلى العمليات الداخلية. وتعتبر علامة الجودة هذه ذات أهمية لأنها تعطي الزبائن نوعاً من الراحة حيال المنتجات المتوفرة. ويتم منح هذه العلامة للمنتجات التي تتوافر فيها كل متطلبات المواصفات الفلسطينية المتبعة، وعلى أن يتطابق مع متطلبات ISO/PSI. - 9001 (الصالح، 2015، ص 25). إن الميزة التنافسية مرتبطة بشكل كلي بالمواصفات العالمية والجودة الشاملة للمنتجات، فالالتزام بالمواصفات والحصول على الجودة يضمن استمرار الاقتصاد المحلي في النمو، ويمكنه من الصمود أمام التحديات الجسيمة التي تواجه هذه المؤسسات في النمو والتطور، وكذلك الالتزام بالأنظمة والقوانين المناسبة التي تدعم من القدرات التنافسية وتحسنها؛ لتمكن الشركات والمصانع المحلية كافة من الدخول بقوة إلى الأسواق المحلية، وتمكنها أيضاً من المنافسة في الأسواق العالمية بهذه المنتجات الوطنية ذات الجودة العالية. وهذا السبب في إنشاء مؤسسة المواصفات والمقاييس.

والتي تهدف إلى "اعتماد أنظمة حديثة لمؤسسة المواصفات والمقاييس مواكبة للتطور العلمي ومبنية على أسس علمية حديثة في مجال ضبط الجودة والمواصفات والمعايير، ولكي تسهم في توفير السلامة الغذائية والصحية والبيئية والاقتصادية للمستهلكين من خلال اعتماد مواصفات ومعايير فلسطينية، تكون مرجعية لمؤسسة المواصفات والمقاييس في منح شهادات الجودة والمطابقة، وكما تهدف إلى التنمية الاقتصادية بدعم الاقتصاد المحلي والمساهمة في تأهيل وتطوير الصناعة المحلية بالتعاون مع المؤسسات المختصة في فلسطين" (قانون المواصفات رقم 6 لسنة 2000).

إن التطور المتسارع والانفتاح في عصر المعلومات زاد من ثقافة المستهلكين ووعيهم، فأصبحوا يبحثون عن السلامة الغذائية والجودة في المنتجات التي تلبى رغباتهم. فالشركات التي تتبنى مبدأ الجودة الشاملة، وتطبق المواصفات العالمية للجودة تكون قادرة على تعزيز وجودها واستمرارها في الأسواق، وتستطيع أن تحسن من قدراتها التنافسية. وتعتبر مؤسسة المواصفات من إحدى أهم مقومات الاقتصاد والتنمية في فلسطين الداعم للقطاع الصناعي وللمنتجات المحلية وبخاصة أن الاقتصاد المحلي دخل في مرحلة الركود وبخاصة بعد أوسلو، وصارت معظم الشركات والمصانع المحلية في فلسطين تعاني من كثرة المنتجات الغذائية المستوردة ذات الجودة العالية والأسعار المنخفضة؛ مما أدى إلى تراجع نسبة تسويق المنتجات الوطنية في الأسواق المحلية، وبخاصة أن القطاع الخاص يعتبر مساهما رئيسيا في النمو الاقتصادي، ويسهم في خلق العديد من فرص العمل.

وبناء عليه، كان الاهتمام بالقطاع الخاص والمساهمة في تطوير المنتجات المحلية، هو من أولويات الدولة ومؤسساتها كوزارة الاقتصاد ومؤسسة المواصفات والمقاييس؛ لتمكين القطاعات الإنتاجية من رفع جودة منتجاتها، وتمكنها من الاستمرارية في التطور والبقاء، وتزويد من قدراتها التنافسية في الأسواق كافة؛ مما يؤدي إلى إحداث تنمية حقيقية وتقدم كبير ومستدام يحد من البطالة والفقر، ويحقق الأهداف الإنمائية للدولة. وكما يقع على عاتق هذه الشركات من أجل بقائها وتفوقها في المنافسة أن تواكب التطورات التكنولوجية المتسارعة، وعليهم بذل المزيد من الجهود من أجل تطوير جودة منتجاتهم وتحسينها، ونيل رضا المستهلكين.

لذلك على القطاعات الصناعية التركيز على المواصفات الفنية للمنتجات؛ لأن "الميزة التنافسية تتحقق عندما تكون الشركة قادرة على تطوير منتجات جديدة أو تقديم خدمات أعلى جودة من تلك المنتجات أو الخدمات الخاصة بالمنافسين، وهذا لا يتحقق ما لم تكتسب الشركة عوامل إنتاج ومزايا مختلفة يتجاهلها المنافسون، ويتعذر عليهم الوصول إليها وبالتالي تخلق ميزة تنافسية لديها" (Hosseini,Soltani,MEHDIZADEH,2018,p3).

ويمكن الحصول على العديد من المزايا ومنها ما تقدمه وتصدره مؤسسة المواصفات من شهادات بناء على نظام الجودة الفلسطينية، وهذه الشهادة تزيد من قدرات الشركات والمصانع التنافسية وتحقق تفوقها، وكما يتوجب عليها أيضا الاستمرار والسعي المتواصل في تطوير ذاتها، واكتشاف

وسائل جديدة في المنافسة. لذلك عملت مؤسسة المواصفات والمقاييس على وضع الخطط والسياسات الضرورية؛ لتطوير المواصفات وتحديثها لتحسين جودة المنتجات ، لتنافس المنتجات المستوردة، وتتلاءم مع الاحتياجات الفعلية للأسواق المحلية والدولية؛ لذلك تم إنشاء المختبرات الوطنية للفحص والمعايرة، حسب المواصفات العالمية وتم وضع المختبرات تحت إدارة مؤسسة المواصفات والمقاييس، رغم معارضة الاحتلال على امتلاك الحكومة لهذه المعدات، ومع ذلك تمكنت الحكومة من تجهيز المختبرات التي من شأنها أن تسهم في تطوير المنتجات الوطنية. وهذه المختبرات سوف تسهم في توطيد خدمة الفحص والمعايرة بدل اللجوء إلى المختبرات الدولية، وستسهم هذه المختبرات في تطوير عمل المؤسسة، والقطاع الخاص للوصول إلى اقتصاد قوي ومستقل ومزدهر. هذا بالإضافة إلى القوانين التي تنص في العديد من بنودها على دعم المنتج الوطني للنهوض بقطاع الصناعات؛ وبالتالي تزيد هذه القوانين من القدرات التنافسية للمنتج الوطني، وتزيد من حصة المنتج في الأسواق المحلية والدولية، كما إن الدعم المتواصل للمنتجات المحلية ودعم القطاع الخاص، وفتح المجال أمام المستثمرين يؤدي إلى تطوير القدرة التنافسية للمنشآت الصناعية، فتعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطوير جودة المنتج الوطني من خلال تطبيق المواصفات الفنية في الإنتاج؛ ليصبح المنتج الوطني منافسا قويا في الأسواق المحلية والدولية.

1.1 مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يعتبر موضوع الاهتمام بتحسين جودة المنتجات وتطويرها من المواضيع الأساسية التي تخلق ميزة تنافسية، وتمكن الشركات والمصانع المحلية من الاستمرارية في النمو والتقدم، ولكن هذه الشركات تواجه مشكلة منافسة شديدة في الأسواق المحلي؛ بسبب الصناعات المستوردة مثل: الصناعات التركية والصينية والصناعات الإسرائيلية والعديد من الصناعات الأخرى، التي يمتاز معظمها بجودة عالية وأسعار منافسة لأسعار المنتجات المحلية. هذا بالإضافة إلى أن العديد من المؤسسات المحلية تعاني من صعوبة الحصول على المواد الأولية التي تدخل في الإنتاج، الذي يمنع الاحتلال الإسرائيلي الحصول عليها ، لذلك أثرت هذه القيود وأعاقت عمليات الاستثمار في المنتجات والسلع التجارية، وكما أدت إلى تخفيض نسبة الاستثمار في العمليات والأنشطة الإنتاجية القابلة للتداول، هذا بالإضافة إلى القيود المباشرة التي تفرضها الإجراءات الإسرائيلية على الأنشطة الإنتاجية" (الاستراتيجيات القطاعية لتنمية الاقتصاد الوطني، 2020: 13).

هذا بالإضافة إلى وجود العديد من الشركات والمصانع المحلية التي لا تسعى للحصول على شهادة الجودة الشاملة التي تمنحها مؤسسة المواصفات والمقاييس؛ نتيجة لتطبيقها مواصفات الجودة. وهذا يشكل عبئا إضافيا على وزارة الاقتصاد وحماية المستهلك في مراقبة صلاحية المنتجات المحلية وجودتها، رغم جهود وزارة الاقتصاد بالتعاون مع مؤسسة المواصفات والمقاييس في رسم السياسات

التي من شأنها تنمية الإنتاج، وتحسين المستمر من جودة المنتجات الغذائية لتزيد من القدرات التنافسية والإنتاجية لهذه المؤسسات. إلا أن مدى نجاح هذه السياسات والتوجهات تحتاج إلى دراسة معمقة لمعرفة مدى قدرتها في تحسين المنتج المحلي وقدرته التنافسية في الواقع الفلسطيني، وبناء على هذه المعطيات تبين أن مشكلة الدراسة تكمن في الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي:

ما دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية؟

ويتفرع من السؤال الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين؟
- 2- ما مدى رضا المبحوثين (الشركات والمصانع المحلية) عن الدور الذي تقوم بها مؤسسة المواصفات والمقاييس؟
- 3- ما مدى التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس؟
- 4- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات؟

1.2 أهمية الدراسة

الأهمية التطبيقية:

- إن أهمية الدراسة من الناحية التطبيقية فإنها تتمثل في الآتي:
- يمكن للدراسة أن تكون مفيدة لمتخذي القرار وصناع السياسات في تقييم مدى النجاح في دعم التنافسية للمنتج المحلي.
 - يمكن أن تسهم هذه الدراسة في تقييم الدور الحقيقي لمؤسسة المواصفات والمقاييس في الواقع الفلسطيني
 - يمكن أن تكون هذه الدراسة دافعا لمؤسسات القطاع الخاص للتعاون مع مؤسسة المواصفات والمقاييس في تطبيق مواصفات الجودة والحصول على شهادة الجودة الشاملة.

1.3 أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، ولتحقيق هذا الهدف العام لا بد من تحقيق الأهداف الفرعية التالية:
- 1- معرفة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في اعتماد المواصفات والمقاييس ومنح شهادات المطابقة.
 - 2- معرفة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في دعم المنتجات المحلية وتحسين قدراتها التنافسية.

- 3- معرفة واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين.
- 4- معرفة مدى رضا المبحوثين (الشركات والمصانع المحلية) عن الدور الذي تقوم بها مؤسسة المواصفات والمقاييس.
- 5- معرفة مدى التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس.
- 6- معرفة اذا كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات.

1.4 فرضيات الدراسة:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا أقل أو تساوي ($\alpha \leq 0.05$) بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس، وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا أقل أو تساوي ($\alpha \leq 0.05$) بين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين وبين كل من الخدمات التي تقدمها المؤسسة في مجال تحسين الميزة التنافسية للمنتجات الوطنية (التوصيف، الجودة ومنح الشهادة، الفحص والتفتيش، المترولوجيا، التعليمات الفنية)
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا أقل أو تساوي ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لكل متغير من المتغيرات (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي).

1.5 حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل في دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني لقطاع الصناعات الغذائية، بإصدار المواصفات والتعليمات الفنية للمنتجات بما يتلاءم مع المواصفات العالمية، وسيتم معرفة واقع الدور الذي تقوم به المؤسسة في تحسين الميزة التنافسية من خلال وجهة نظر المصانع المحلية للمنتجات الغذائية.

الحدود الزمانية: تتمثل في الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي 2021.

الحدود المكانية: مؤسسة المواصفات والمقاييس والمؤسسات الإنتاجية الغذائية في الضفة الغربية.

الحدود البشرية: اشتملت على الموظفين في مؤسسة المواصفات والمقاييس، وفي الشركات الصناعية (شركة سنيورة، شركة الجبريني للألبان وشركة البينار) في فلسطين.

1.6 التعريفات الإجرائية للمصطلحات

مؤسسة المواصفات والمقاييس: هي مؤسسة فلسطينية أنشئت بموجب قانون مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم(6) لسنة 2000، تتمتع بالشخصية الاعتبارية، وتعتبر المرجع الرسمي والوحيد في فلسطين في كل ما يختص بإعداد المواصفات والمعايير واعتمادها وتطويرها، والمسؤولة عن منح شهادات الجودة والمطابقة. (قانون مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم(6) لسنة 2000).

المنتج المحلي الفلسطيني: أي منتج من المنتجات الصناعية الوطنية الذي تزيد قيمة المدخلات المحلية التي تضاف إلى عملية التصنيع أو المدخلات المضافة الناتجة عن عملية التصنيع على (25%)، يعتبر منتجاً محلياً فلسطينياً. (الوقائع الفلسطينية، 2011، ص 16).

شهادة الجودة Quality Certificate: هي مجموعة من المعايير المحلية والعالمية التي تضعها وتقرها المؤسسات المتخصصة؛ بهدف تمييز الشركات أو المؤسسات التي تطبق اشتراطات الجودة ومعاييرها في العمليات الإنتاجية، فيصبح لزاماً على المؤسسات المتخصصة إصدار ومنح شهادة الجودة. (عبد الحميد، 2012، ص 208).

وعرفها (ال سيف، 2013، ص 3) انها عبارة عن ثلاث شهادات تطبق كل منها على نوع معين من المؤسسات. شهادة الـ ISO 9001 التي تطبق على الشركات التي تصمم وتنتج وتبيع منتجاتها، وشهادة الـ ISO 9002 تطبق على الشركات التي تنتج وتبيع منتجاتها، وشهادة الـ ISO 9003 تطبق على المؤسسات التي تباع المنتجات فقط .

الجودة الشاملة: هي مجموعة من المواصفات والمعايير التي تركز على مجموعة من المبادئ التي يبنى عليها أنظمة الجودة في المؤسسات، وتعمل على توفير الجهد والوقت من أجل الوصول إلى تحقيق رضا العملاء، وتمكين الإدارة في قياس النتائج الفعلية على أساسها، وتمكين المؤسسة من الحكم على أدائها وإنجازها. (صقر، 2013، ص 5)

وعرفها (رضوان، 2012، ص 24) هي فلسفة المنظمة الإدارية والعملية التي تستغل مواردها المادية والبشرية كافة؛ لكي تكون أكثر كفاءة وفاعلية للوصول إلى تحقيق أهدافها.

المواصفات القياسية: هي عبارة عن وثيقة يتم إقرارها ووضعها بتوافق الآراء، وتكون معتمدة من مؤسسة معترف بها، وتعد للاستخدام العام والشائع وتتضمن الإرشادات العامة، وتنص على المبادئ التوجيهية وخصائص المنتج، وطرق الإنتاج ويكون الالتزام بالمواصفة اختيارياً. (الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة، 2017، ص 10)

منظمة المعايير الدولية: (ISO) وهي اختصار لاسم الهيئة الدولية للمواصفات ومقرها جنيف International Organization for Standardization. وتعني مساوي لـ..... أصدرت منظمة

المعايير في عام 1987م مجموعة من شهادات الـ ISO 9000، وهي مواصفات تختص بنظم إدارة المنشآت الصناعية أو الخدماتية، وتعطي الحدود الدنيا للضوابط والقواعد الواجب تطبيقها والالتزام بها؛ لضمان التأكيد والتحكم المستمر في مستوى جودة المنتجات. وتم التعديل على المواصفات منذ تلك الفترة، حتى صدرت بصورتها النهائية عام 1994 لكي تتماشى مع متطلبات أنظمة إدارة الجودة المطبقة عالمياً واحتياجاتها. وتقوم المنظمة بمهمة تطوير المواصفات في المجالات كافة باستثناء المواصفات الفنية للمنتجات الخاصة بالصناعات الكهربائية والهندسية الاليكترونية. (ال سيف، 2013، ص2)

الجودة: هي مجموعة من الخصائص والسمات التي يتم من خلالها تحديد مدى قدرة المنتجات على تلبية رغبات العملاء ومتطلباتهم واشباعها عن طريق إنتاج سلع ذات جودة عالية بحيث تفوق رغبات العملاء وتوقعاتهم (الجبلى، 2020: 524).

وكما عرفها (نصيرة، 2015ص8) بأنها مجموعة من الخصائص والسمات التي تحدد مدى ملاءمة المنتجات وقدرتها في تحقيق رغبات المستهلكين المتوقعة وتحقيق الغرض الذي أنتجت من أجله، وتعتبر المواصفات والمعايير المحدد الرئيس للجودة .

وعرفها (خضر، 2020 ص178) على أنها الخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج على تلبية احتياجات العملاء المعلنة والضمنية .

الميزة التنافسية: هي قدرة المؤسسة على تطبيق سياسات واستراتيجيات ترتقي بها إلى مراكز أفضل مقارنة بالمؤسسات الأخرى التي تعمل في نفس المجال، وهي قدرة المؤسسة على استغلال الإمكانيات والموارد المتاحة كافة بطريقة تجعلها في مكانة أفضل بين المؤسسات عن طريق تقديم منتجات ذات جودة عالية تلبي رغبات العملاء (سعيدة، 2018 ص290).

المرونة: هي الاستجابة أو التكيف العقلي الذي يمكن الأشخاص من التكيف الإيجابي مع متغيرات الحياة المحيطة كافة المرتبطة بالتغيير والابتكار، والتي تؤدي الى استدامة تحسين القدرات والتطور المستمر مع مرور الوقت (الاحمدي، 2019، ص ص3-4).

الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي والدراسات السابقة

2.1 المبحث الأول: دور مؤسسة المواصفات والمقاييس

2.2 المبحث الثاني: الميزة التنافسية

2.3 المبحث الثالث: الصناعات الغذائية في فلسطين

2.3.1 الصناعات الغذائية

2.3.2 الشركات التي أجريت عليها الدراسة

2.4 المبحث الرابع: الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار المفاهيمي والدراسات السابقة

تمهيد

يحتوي الفصل الثاني على عرض للإطار المفاهيمي الذي يتكون من ثلاثة مباحث، حيث سيتناول المبحث الأول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس، ويتناول المبحث الثاني الميزة التنافسية، أما المبحث الثالث فسيتناول الدراسات السابقة باللغتين: اللغة العربية واللغة الإنجليزية، التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة الحالية.

2.1 المبحث الأول: دور مؤسسة المواصفات والمقاييس

مقدمة

تلعب مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية دورا مهما في التنمية الاقتصادية على اعتماد العديد من المواصفات الدولية وإصدار مواصفات أخرى متعلقة بالاقتصاد الفلسطيني الناشئ؛ لتتناسب مع المواصفات العالمية. كما لعبت المؤسسة دورا فعالا وإيجابيا في تطوير مواصفات المنتجات المحلية وتحسينها حتى تصل إلى المواصفات المعتمدة محليا ودوليا؛ لما لذلك من أثر إيجابي في زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية، ورفع القدرات الإنتاجية في القطاع الصناعي. لذلك لا بد من تسليط الضوء على أهمية هذه المؤسسة ودورها.

2.1.1 مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية:

أنشئت المؤسسة لتكون المرجع الوحيد في الدولة لكل ما يتعلق بإعداد المواصفات الفلسطينية القياسية واعتمادها، ومنح شهادات الجودة وعلامات المطابقة للمواصفات الفلسطينية. فهي المؤسسة المسؤولة عن المواصفات الوطنية لدولة فلسطين؛ بغرض تطوير مواصفات وإصدارها من خلال لجان فنية تعنى بالقطاعات الخاصة والعامة، والمؤسسات الأكاديمية، وقطاع الجمعيات، وهيئات حماية المستهلك. ويدير مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية مجلس إدارة من القطاعين الخاص والعام ووزارة الاقتصاد الوطني. وللمؤسسة ثلاثة فروع في: غزة، ونابلس، والخليل، بالإضافة إلى مقرها الرئيس في رام الله (الصالح، 2015، ص ص: 11-12).

تعتبر مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية من أهم مؤسسات القطاع العام التي تم إنشاؤها منذ دخول السلطة الوطنية إلى أرض الوطن في عام 1994 بقرار من الرئيس الراحل ياسر عرفات بصفته رئيسا لمنظمة التحرير الفلسطينية، وبأشرت المؤسسة عملها بموجب القانون الذي صدر عام 2000، وهو من أوائل القوانين الذي طبقته الحكومة؛ لأهمية دورها في التنمية الاقتصادية، وتمكين

القطاع الخاص، وتطوير المنتجات المحلية؛ لرفع القدرة التنافسية للمنتجات الفلسطينية وتحسينها، ودعم قطاعي الصناعة والتجارة وتطويرهما، والحفاظ على سلامة المواطنين. فمؤسسة المواصفات والمقاييس تعتبر المرجع الرئيس الرسمي في فلسطين الذي يتولى المسؤولية الكاملة عن كل ما يتعلق بمنح شهادات الجودة والمطابقة للمنتجات الوطنية، وتقديم خدمات الفحص والتفتيش والتوصيف، ووضع المواصفات والمعايير المحلية في الدولة واعتمادها بما يتلاءم مع المواصفات العالمية، لكونها عضوا رسميا في المنظمة الدولية للمعايير، وعضوا في المنظمة العربية للتنمية الصناعية، وأصبحت بمثابة جسر العبور إلى النظام الدولي والأسواق العالمية (السياسة الوطنية للجودة، 2014، ص22).

2.1.2 مجلس ادارة مؤسسة المواصفات والمقاييس:

يعتبر مجلس الإدارة الجهة العليا لصنع السياسات، واتخاذ القرارات، ووضع مشاريع القوانين، واعتماد المواصفات الجديدة وإقرارها أو تعديلها أو إلغائها، واعتماد شهادات المطابقة والجودة ومنحها، بالإضافة إلى المسؤوليات المالية والإدارية. ويتكون مجلس إدارة المؤسسة-حسب القانون المنظم للمؤسسة-من وزير الاقتصاد الوطني ويشغل منصب رئيس مجلس الإدارة، ويكون نائبه من الاتحاد العام للصناعات، بالإضافة إلى عشر أعضاء من القطاع العام والقطاع الخاص، أما مدير عام المؤسسة فيتم تعيينه بقرار من رئيس السلطة الوطنية الفلسطينية، وبتسيب من رئيس مجلس الإدارة (قانون المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم(6) لسنة (2000)).



الشكل رقم(1) يبين أعضاء مجلس إدارة مؤسسة المواصفات والمقاييس

المصدر: من اعداد الباحث استنادا الى معلومات من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية

2.1.3 مهام مؤسسة المواصفات والمقاييس:

سعت السلطة الوطنية إلى تغيير الواقع الاقتصادي المحلي المتردي والمدمر الناتج عن سياسة الاحتلال الإسرائيلي على مدار العقود الماضية، ورغم وجود الاتفاقيات الموقعة التي تنص على حرية الاقتصاد وتنميته، إلا أن سلطات الاحتلال الإسرائيلي خرقت جميع الاتفاقيات، ووضعت القيود والعراقيل أمام التنمية الاقتصادية والاستثمارات في المشاريع الإنتاجية والتطويرية؛ لتبقي الأسواق المحلية أسواقاً استهلاكية للمنتجات الإسرائيلية، حيث كانت تدعم الواردات من إسرائيل إلى الأسواق المحلية وتشجعها حتى بلغت نسبة الاستيراد الفلسطيني للمنتجات من إسرائيل نسبة كبيرة من الاستهلاك المحلي (جميل، قزمار، ربيع، 2020 ص7).

شكل ذلك أهم التحديات أمام مؤسسة المواصفات والمقاييس، فكان من أهم مهامها هو إعادة ترميم الاقتصاد الفلسطيني وإصلاحه، ومعالجة التشوهات التي خلقها الاحتلال كافة، ومساندة الحكومة في عملية الانفكاك الاقتصادي، وإنهاء مرحلة التبعية؛ للوصول إلى مرحلة الاستقلال التام لتحقيق التنمية المحلية الشاملة، ومن أهم المهام حسب (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية) التي تقوم بها الدوائر المتخصصة في مؤسسة المواصفات والمقاييس ما يلي:

- 1- تتولى لجنة التعليمات الفنية إعداد التعليمات الفنية الإلزامية بالتعاون مع مختلف الجهات الرقابية.
- 2- تقوم دائرة التوصيف في المؤسسة بإعداد تطوير المواصفات الفلسطينية بالتعاون مع لجان فنية دائمة تُشكل من مختلف القطاعات الصناعية والتجارية والهيئات الحكومية وحماية المستهلك.
- 3- تشرف مديرية القياس الوطني على نشاطات القياس في المجال القانوني والصناعي، وإجراء عمليات المعايرة لأدوات القياس وأجهزته للتحقق من دقة الأدوات والأجهزة المستخدمة.
- 4- تقوم المؤسسة باعتماد شهادات الجودة ومنحها مثل: شهادة المطابقة، شهادة الحلال، وعلامة الإشراف وفقاً للأنظمة المعتمدة لدى المؤسسة.
- 5- تقوم دائرة الخدمات الفنية بتقديم خدمات النقيش للأنظمة التشغيلية، والفحص الدوري للشركات والمصانع كافة الحاصلة على إحدى شهادات المؤسسة، وإجراء الفحوصات المخبرية عن طريق فحص عينات للتأكد من مطابقة المنتجات المحلية والبضائع المستوردة للمواصفات والمعايير الفلسطينية.

فمؤسسة المواصفات والمقاييس من أهم الفواعل في التنمية الاقتصادية الوطنية، من خلال سعيها المتواصل في مساندة القطاع الخاص بتطبيق المواصفات الفنية للمنتجات؛ لتحسين مستوى جودتها وأدائها في تنظيم آليات العمل والإنتاج. وتشارك في العطاءات لدعم جودة المنتجات المحلية ومراقبتها ومطابقتها للمواصفات الفلسطينية، وتراقب مدى مطابقة المنتجات المستوردة للمواصفات

العالمية والمواصفات الفلسطينية. كما تلعب مؤسسة المواصفات والمقاييس دوراً مهماً في الارتقاء بمستوى التنمية الاقتصادية، فتعمل على توقيع العديد من الاتفاقيات لبناء شراكات مع القطاع الخاص؛ لتطبيق نظام المعايير الفلسطينية لضمان تحسين مستوى الجودة للمنتجات المحلية؛ لكي تستطيع المنافسة على المستويين المحلي والدولي. ومن هذه الاتفاقيات مذكرة التفاهم مع الصندوق الفلسطيني للتشغيل، نصت هذه الاتفاقية على العديد من البنود كان من أهمها تصميم وتنفيذ برامج مشتركة تهدف إلى دعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة في مجالات ضبط الجودة وتعزيز قدرة المنتج الوطني التنافسية، وضرورة دعم وتعزيز فرص التشغيل للشباب في مجالات ضبط الجودة، وفي مجال التدريب نصت الاتفاقية على تنظيم دورات تدريبية مشتركة لتأهيل المرشحين للتشغيل في مجالات عمل كلا المؤسستين، وتوفير ما أمكن من متدربين ضمن برامج التشغيل المؤقت للخريجين من الجامعات للعمل في مؤسسة المواصفات والمقاييس" (الصندوق الفلسطيني للتشغيل، 2021).

ويرى الباحث، أن الانفتاح في الأسواق المحلية أمام المنتجات المستوردة، وازدياد حدة التنافس فيما بينها، وتراجع الطلب على العديد من المنتجات المحلية وكسادها في الأسواق المحلية؛ أدى إلى ازدياد في تردي الأوضاع الاقتصادية للعديد من المؤسسات، وأدى إلى زيادة حجم التحديات أمام مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحفيز الشركات الفلسطينية وتشجيعها، وخلق رغبة لديهم في الحصول على شهادة الجودة المحلية؛ وذلك لتعزيز العمليات الإنتاجية ودعمها، وتحسين القدرات التنافسية وتطويرها لديهم في المشاريع الإنتاجية كافة. وتقوم المؤسسة بمنح شهادات الجودة والإشراف، والحلال والمطابقة، وذلك مشروط بمدى مطابقة المواصفات الفنية للمنتجات لمواصفات الجودة المحلية والمواصفات الدولية. وفي مراحل الإنتاج تقوم المؤسسة بالمصادقة على بطاقات البيان واعتماد المواصفات المدرجة، وذلك بعد إجراء الفحوصات المخبرية كافة عن طريق أخذ عينات عشوائية للمنتجات المحلية، للتأكد من مطابقة نتائج التحاليل بالمواصفات الفنية.

2.1.4 أهداف مؤسسة المواصفات والمقاييس: (قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني

رقم(6) لسنة 2000)

- 1- تهدف المؤسسة إلى المساهمة في توفير حماية بيئية واقتصادية، وتعزيز صحة المستهلك وسلامته.
- 2- اعتماد أنظمة للمواصفات والمقاييس الفلسطينية وتطبيقها على أسس علمية مواكبة للتطورات العلمية في مجال المواصفات والمعايير الدولية.
- 3- المساهمة في وضع خطط التنمية الاقتصادية لدعم الاقتصاد المحلي.
- 4- المساهمة في تأهيل الصناعات المحلية وتطويرها بالتعاون مع المؤسسات المتخصصة.

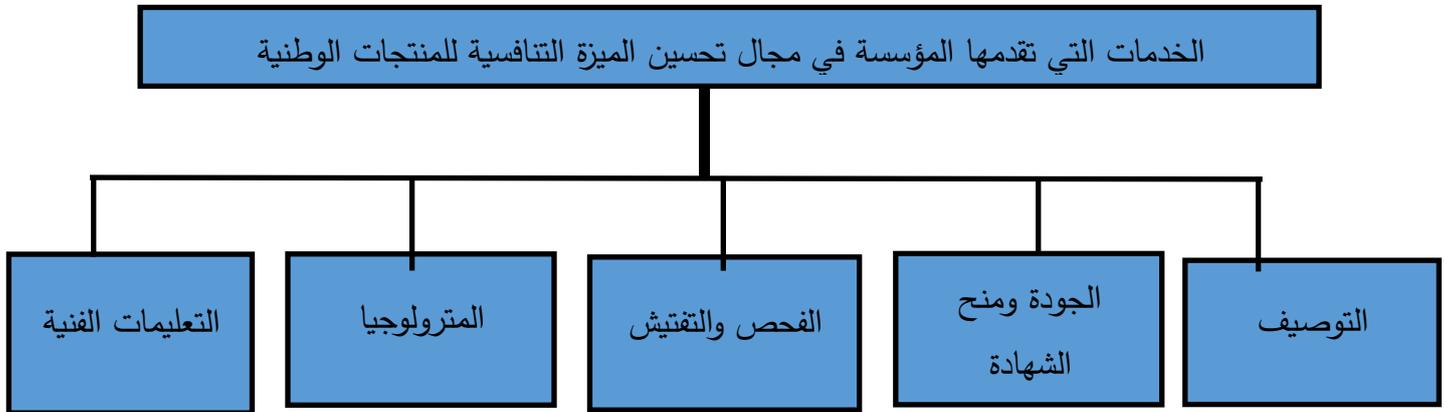
وبحسب (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية) تهدف المؤسسة إلى:

- 1- رفع الميزة التنافسية للمنتجات المحلية وتحسينها عن طريق تطوير المواصفات والبنية التحتية للجودة.
 - 2- الحفاظ على السلامة الغذائية للمحافظة على صحة المستهلك وسلامته.
 - 3- العمل على حماية البيئة.
 - 4- تنظيم الأسواق المحلية.
 - 5- نشر الوعي بين القطاعات التجارية والصناعية كافة، وقطاعات الأعمال والمستهلكين، وتوثيق العلاقة والتعاون بين الأطراف كافة.
 - 6- تعزيز الشخصية الاعتبارية للمؤسسة وتحسين كفاءة أدائها.
 - 7- زيادة الحصة السوقية للمنتجات الوطنية، ورفع القدرات التنافسية بتطوير البنية التحتية للجودة والعمل على تطبيق السياسة الوطنية للجودة؛ ليتوافق النظام الفلسطيني للجودة مع المواصفات والمتطلبات العالمية. (الاستراتيجية القطاعية لتنمية الاقتصاد الوطني، 2020 ص 42)
- كما تهدف مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى تعزيز الشخصية الاعتبارية للمؤسسة، ورفع كفاءة أدائها عن طريق تحديث منظومة القوانين والأنظمة واللوائح بما يتلاءم مع احتياجات تطوير البنية التحتية، وتطوير هيكلية المؤسسة ونظامها الإداري، ورفع كفاءة مواردها البشرية وتطوير نظام مالي يتلاءم مع الإطار القانوني للمؤسسة، وتطوير السياسة الوطنية للجودة واعتمادها.
- كان قرار إنشاء مؤسسة المواصفات والمقاييس يهدف إلى المساهمة في النهوض بالاقتصاد الفلسطيني، والمساهمة في بناء المقومات الاقتصادية للدولة والحفاظ على الثروات المادية وتوفير الخدمات، والحماية للمستهلكين والمحافظة على سلامتهم، عن طريق رسم السياسات الوطنية؛ لتطوير البنية التحتية للجودة، ولتحسين القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية. فعملت المؤسسة على تبني واعتماد المواصفات العالمية، وتطوير المواصفات الفلسطينية على أسس علمية حديثة تؤدي إلى تحسين جودة المنتجات والصناعات الوطنية؛ من أجل تحسين القدرة التنافسية للمنتج الوطني ورفعها، وتمكينه من الدخول والمنافسة في الأسواق المحلية والعالمية. وطورت أنظمة القياس الوطني لتوفير خدمات المعايرة والقياس؛ لتعزيز ثقة المواطنين بالمنتجات المحلية، كما هدفت المؤسسة إلى تطوير القطاع الخاص والقطاعات الصناعية والإنتاجية بنشر الوعي للمنتجين والمستهلكين بمدى أهمية تطبيق مواصفات الجودة في الإنتاج بما يعود بالفائدة المادية والصحية على المواطنين وعلى القطاع الصناعي بالتطور والازدهار. وتهدف المؤسسة إلى تحقيق تنمية الاقتصاد الوطني من خلال تطبيق المواصفات الفلسطينية والعالمية المعتمدة؛ لتحقيق الجودة الشاملة على جميع السلع والمنتجات الفلسطينية للشركات كافة، ومنحها شهادة الجودة التي تعزز من ثقة المواطنين بالمنتجات، وتزيد من قدراتها التنافسية. كما تهدف في الوقت نفسه إلى التركيز على برامج الدعم الإداري في القطاع العام

بشقيه المدني والأمني عن طريق وضع الأنظمة، وآليات العمل والأدلة الاجرائية الناظمة للأداء، حيث تسهم في زيادة إنتاجية الموظفين وتطوير أدائهم، ويزيد من قدرتهم على الإبداع والانتماء للقطاع العام (التقرير السنوي لمؤسسة المواصفات والمقاييس، 2020 ص 24).

2.1.5 الخدمات التي تقدمها مؤسسة المواصفات والمقاييس

لمعرفة دور المؤسسة لا بد من تسليط الضوء على أعمال المؤسسة الإدارية والتنفيذية، ومعرفة الخدمات التي تقدمها المؤسسة ومعرفة سياسات الجودة، التي من خلالها يمكن معرفة مدى أهمية دور مؤسسة المواصفات والمقاييس ودورها في تحسين الميزة التنافسية للمنتجات المحلية وتحليلها.



الشكل رقم(2) الخدمات التي تقدمها مؤسسة المواصفات والمقاييس

المصدر: من إعداد الباحث استنادا للموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية

2.1.5.1 التوصيف:

عرفت المنظمة الدولية للمواصفات والمعايير التوصيف بأنه "البيان الموجز لمجموعة المتطلبات التي ينبغي تحقيقها في منتج أو مادة أو عملية ما مع إيضاح الطريقة التي يمكن بواسطتها التحقق من استيفاء هذه المتطلبات كلما كان ذلك ملائماً (عثمان، 2016، ص10).

تركز مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية على أهمية المشاركة في خطة الإصلاح والتنمية، فتعمل على وضع الخطط الاستراتيجية وخطط التوصيف، لاستحداث أو لتطوير المواصفات حسب أولويات الاحتياج الفعلي للصناعات المحلية؛ وذلك من أجل المحافظة على تحسين جودة الإنتاج، وحماية المستهلك، وتشجيع الاستثمار، وزيادة نسبة الصادرات من المنتجات المحلية (تقرير مؤسسة المواصفات والمقاييس السنوي، 2020، ص11).

فعملية التوصيف تعمل على تحسين الكفاءة الإنتاجية وزيادتها عن طريق ضمان الناتج المحقق عن طريق ضبط الأداء، والتقليل من عدد العمليات الإنتاجية بحيث تغطي العملية الإنتاجية بأقل مجهود وبأقل قدر من مدخلات الإنتاج وبأقل قدر من سوء الاستخدام أو الهدر، فيتم الإنتاج في الوقت المناسب والتكلفة المناسبة، فالكفاءة الإنتاجية -هنا- تعني استغلال الطاقة الإنتاجية في الشركات وتوجيه الموارد المتوفرة كافة، والموازنة بين جميع مدخلات الإنتاج واستغلالها لتعطي أكبر نتائج ممكنة (الطراونة، 2016، ص8).

ويرى الباحث، أن تحسين جودة المنتجات وزيادتها يتم عن طريق تطبيق المواصفات والمعايير التي أقرتها مؤسسة المواصفات والمقاييس، وأن الالتزام بالتعليمات والمواصفات في جميع العمليات الإنتاجية يؤدي إلى المحافظة على صحة المستهلك وسلامته. فالمواصفات والمعايير توضح نوعية مواصفة المواد المراد استخدامها في التصنيع وتحددها؛ ليتم إنتاج أجود السلع. وهذا الأمر يتطلب الالتزام من الإدارة بوضع برامج وخطط؛ لتحسين الجودة عن طريق أصحاب الاختصاص والخبرات والمهنيين والموظفين المدربين الأكفاء، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في العملية الإنتاجية؛ لكي تكون قادرة على الاستمرارية والمنافسة في الأسواق والحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة، ولكي تتمكن من تحقيق الأرباح، يجب على الشركات العمل على تطوير الأدوات التكنولوجية المستخدمة في التصنيع؛ لتقليل الوقت والجهد والأيدي العاملة، وزيادة إنتاج السلع الآلات المستخدمة نفسها، والإمكانيات البشرية نفسها؛ ما يؤدي إلى تعزيز الميزة التنافسية في الأسواق المحلية والعالمية؛ لأن العملاء والمستهلكين يبحثون عن المنتج الأفضل الذي يطبق المواصفات والمعايير من أجل ضمان جودة المنتج، ويؤدي تطبيق المواصفات والمعايير الدولية والحصول على شهادة الجودة إلى زيادة طلب العملاء وزيادة الأرباح، ويؤدي إلى التحسين المستمر في نوعية المنتجات وفي العمليات الإنتاجية.

ولتوضيح دور مؤسسة المواصفات من تحقيق ذلك، لا بد من توضيح ما يتعلق بعملية التوصيف كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم(3) دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في التوصيف

مصدر المعلومات (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية) الشكل من تصميم الباحث

1- المواصفات:

- هي عبارة عن وثائق معتمدة لتطبيق خصائص واشتراطات فنية للمنتجات وتحدد المتطلبات الموصى بها لضمان جودة المنتجات (خير الله، 2014 ص12).

وعرفت منظمة المعايير الدولية المواصفات القياسية والمعايير بأنها "اتفاقية تم تطويرها من قبل العديد من الأطراف بقصد أن تتبعها جميع الأطراف، وهي المستندات التي توفر المتطلبات أو المواصفات أو الإرشادات أو الخصائص التي يمكن استخدامها باستمرار لضمان ملاءمة المواد والمنتجات والعمليات والخدمات للغرض منها" (tanveer,2017).

وعرف (حمزاوي، علي، 2007 ص44) المواصفة القياسية بأنها وثيقة رسمية يتم اعتمادها من الجهات المتخصصة ومعترف بها توضح أنظمة توحيد القياس وإجراءاتها، والاشتراطات والمتطلبات التي يجب أن يتم اتباعها وتنفيذها في العديد من المجالات .

ويعرفها الباحث بأنها تحديد العناصر الواجب توفرها في المنتج أثناء عملية التصنيع من شكل وحجم، وتركيبه المنتجات ومكوناتها من المواد الأولية، بحيث تعطي هذه المواصفة قيمة إضافية وجودة عالية للمنتج. وهذا ما يقع على عاتق مؤسسة المواصفات والمقاييس، لكونها الجهة صاحبة الاختصاص في هذا المجال والقادرة على تحديد نوعية التركيبة والمواصفات الفنية للمنتج. لذلك تعتبر مؤسسة المواصفات والمقاييس هي الجهة الرسمية الوحيدة المعتمدة التي لها الحق والصلاحيه لإعداد المواصفات والمقاييس الفلسطينية واعتمادها وإصدارها. ويقوم بإعداد هذه المواصفات فريق متخصص من مؤسسة المواصفات والمقاييس ومن القطاعين الحكومي والخاص. ويرتكز - بالأساس - على المواصفات الفلسطينية والدولية التي تم اعتمادها كمواصفات فلسطينية، وذلك لكون فلسطين عضوا في منظمة المعايير الدولية، كما يجب أن تتوفر في المواصفات العديد من الشروط: كسهولة التطبيق

وقابليته، ولا تؤدي إلى زيادة في التكاليف الإنتاجية، كما يجب أن تتصف المواصفة بالوضوح وسهولة الفهم، كما لا بد أن تؤدي إلى رفع الكفاءة في الأداء؛ لإنتاج منتج بجودة عالية ويحقق أرباحاً مناسبة. أنواع المواصفات: هناك العديد من المواصفات منها: مواصفات تختص بالقياسات، وتحديد الأبعاد للمنتجات مثل: توحيد صناعة صنف معين في جميع المصانع بالمقاس والأبعاد نفسيهما، والمواصفات التي تحدد أداء المنتجات وليس التصميم. فمواصفات الأداء تهدف إلى تحقيق الجودة في المنتج التي يبحث عنها المستهلك، والمواصفات القابلة للفحص والاختبار، وفحص الجودة؛ لأنه من المهم أن تكون مواصفات المنتج قابلة للفحص المخبري، ليتم التأكد من مدى المطابقة والجودة (مركز التجارة الدولي، 2011 ص 43).

ومن أهم بعض المواصفات التي أصدرتها منظمة المعايير الدولية لنظام الجودة التي تستند إليها مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في عمليات التوصيف (Fredkin, 2017)

جدول رقم 1

المواصفة التي تختص بمعايير الجودة في العمليات كافة لرفع قدرة المؤسسة على تقديم خدمات ومنتجات بجودة عالية (نوال، 2016، ص 107).	ISO 9000
وهذا يتخصص في تطبيق معايير السلامة الغذائية لضمان خلو الغذاء من العوامل المسببة للتلوث والأمراض كافة، وهذا يضمن للمؤسسات تسويق أفضل الأغذية الصحية.	ISO 22000
يتخصص في بيئة المؤسسة الداخلية لمنع خطر التلوث وضمان السلامة البيئية في المؤسسة	ISO 14001
تطبيق السلامة المهنية لضبط المخاطر التي تهدد العاملين والمباني.	ISO 45001
يتخصص في تحديد مواطن الخطر خلال العمليات الإنتاجية للمواد الغذائية عن طريق المراقبة والتحكم بالآليات الإنتاجية لمنع وقوع أي خلل، وتفاذي الأخطار والمشاكل.	HACCP

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى منظمة المعايير الدولية

وفيما يلي توضيح لهذه الأنظمة:

(أ) **نظام الجودة ISO9000**: مجموعة من المعايير العامة المعترف بها دولياً لإدارة الجودة، ويتم استخدامها من قبل كل من الصناعات التحويلية والخدمية (Qms Aim, 2016, P12).

وعرفها (ال سيف، 2013 ص 3) على أنها عبارة عن مجموعة من الشهادات تدل على تطبيق نظام توكيد الجودة في المؤسسة الحاصلة عليها. فهي تعمل على ضمان تأكيد لطرف ثالث بقدرة المؤسسة التي تحصل عليها على تلبية المواصفات المطلوبة للجودة في المنتج الذي تقدمه .

و(بركاني،2019) عرفها بأنها "شهادة تمنحها المنظمة العالمية للمواصفات الـ ISO للمؤسسات التي تتوفر على مجموعة من المقاييس والمعايير في نظام جودتها التي تفرضها هذه المنظمة".

فوائد نظام ISO9000: كان هدف المنظمة الدولية للمعايير هو مواءمة المعايير العالمية كافة؛ وذلك لتعزيز التجارة وبالتالي الرفاهية العالمية. وتحقيقا لهذه الغاية، تم إقرار نظام الأيزو 9000، حيث كان من أنجح المعايير التي أقرتها المنظمة الدولية للتوحيد القياسي، ويمكن تقسيم الدوافع وراء تنفيذ الأيزو 9000 إلى ثلاث فئات رئيسية:

(1) الامتثال للوائح الحكومية.

(2) القدرة على إقامة علاقات تجارية من خلال تلبية متطلبات المشتري.

(3) مكاسب الكفاءة الداخلية في الواقع، جميع العوامل التي تؤثر في المديرين للحصول على شهادة

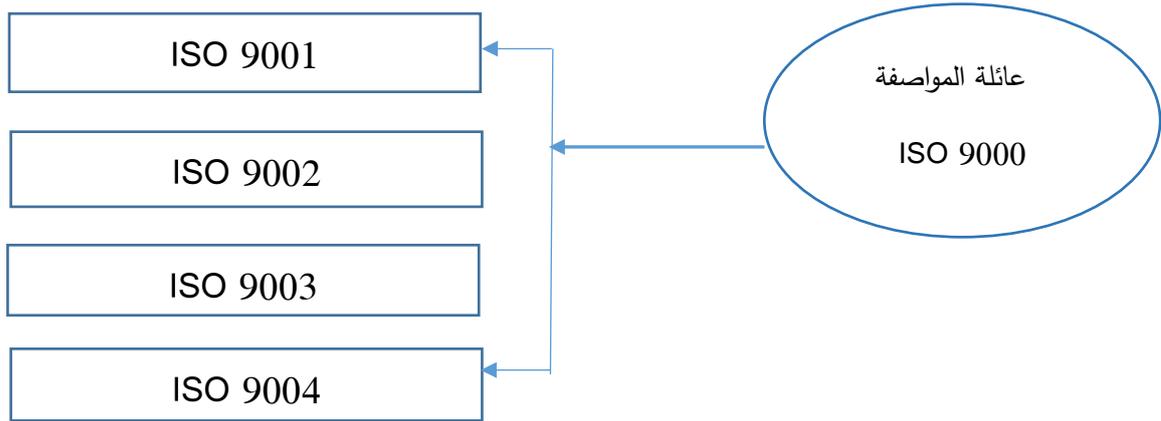
الأيزو في المجالات الثلاثة

وغالبًا ما يشار إلى مجموعة معايير الأيزو 9000 على أنها معايير إدارة الجودة العامة، لأنه يمكن لأي منظمة تنفيذها بغض النظر عن حجمها أو نشاطها؛ لأن إدارة الجودة تعكس ما تفعله المؤسسة لكسب رضا العملاء من خلال تلبية متطلباتهم وتوقعاتهم، وبعبارة أخرى، يضمن الأيزو 9000 أن منتجات الشركة التي يتعامل معها العملاء تتوافق مع المواصفات والمقاييس (Clougherty, grajek,2012,p6).

ونظام الجودة ISO9000 ومجموعة المعايير المنبثقة: هي سلسلة من المواصفات والمعايير المعتمدة دوليا تستخدم لإعطاء الإرشادات الضرورية لبناء إدارة الجودة وللتأكيد على جودة العمليات في الشركات، ويمكن تطبيقها على أي نظام أو أي شركة سواء أكانت إنتاجية أم خدمية من أجل زيادة الجودة والفعالية، وتساعد في تخفيض التكاليف وتحسين العمليات الإنتاجية للوصول إلى الجودة الشاملة، وتستخدم لاختصاص ضبط الجودة خارج المؤسسات الإنتاجية (نوال،2016، ص ص 107-108).

ويرى الباحث، أنه أصبح من الضروري تبني هذا النظام وبخاصة في ظل هذا التقدم الذي يشهده القطاع الصناعي، حيث أصبح متطلبا وشرطا أساسيا عند العملاء في تحديدهم للشركات التي يتعاملون معها، ويفضلون شراء منتجات الشركات الحاصلة على شهادة الأيزو. وهذا يؤدي إلى تحسين سمعة هذه الشركات وإكسابها ميزة تنافسية وأفضلية في الأسواق مقارنة مع الشركات المنافسة. وهذا يدفع بالشركات الحاصلة على الشهادة إلى الاستمرار في التطوير والبحث عن الأفضل والأجود في المنتجات أو الخدمات.

- 1- القيادة: لا بد لأي مؤسسة أو شركة أو أي قطاع صناعي يسعى إلى النجاح من قيادة قادرة على وضع الخطط الاستراتيجية، وتحديد الرؤيا والأهداف العامة؛ لتطوير العمليات الإنتاجية عن طريق الالتزام بالمعايير الدولية والتقيد بها؛ للوصول إلى الجودة الشاملة، والتميز في المنتج أو في الخدمة، لتحسين الميزة التنافسية للشركات، فتكون سببا رئيسا في استمرارها وتطورها.
- 2- العملاء: لا يمكن لأي شركة أن تنجح وتتطور وتحافظ على حصة في الأسواق دون كسب رضا العملاء، وقناعة العملاء تأتي بمقدار تطبيق المنتج واحتوائه على المواصفات والتعليمات الفنية الإلزامية، لذلك لا بد لقيادة هذه الشركات أن تكون على دراية واطلاع تام بمتطلبات العملاء ورغباتهم؛ من أجل تلبية هذه الرغبات، وتقديم منتجات ذات جودة عالية تفوق توقعاتهم.
- 3- إشراك الموارد البشرية: يعتبر العاملون والموظفون في الشركات أو في القطاعات الصناعية من أهم أسباب تطور هذه الشركات وتقدمها. فنمو تنافسية الشركة تنبع من كفاءة هؤلاء العاملين وقدرتهم على الأداء المتميز، والتسيير الفعال للأعمال. فالقيادة والإدارة الحكيمة هي التي تعمل على إشراك الموظفين في أخذ القرارات الإنتاجية والتطويرية؛ لإشعارهم بأنهم جزء من هذه الشركات، وأنهم أصحاب قرار، وأنهم شركاء في إدارة هذه الشركات. لذلك يجب التركيز على العنصر البشري، والعمل على تطوير قدراتهم ومهاراتهم وتقديم الدورات التدريبية؛ لإكسابهم المزيد من الخبرات والمعرفة التي سوف تنعكس على أدائهم وعلى المنتجات (قندوز، 2015 ص 190).
- 4- إدارة العمليات: إن إدارة العمليات الإنتاجية ابتداء من الحصول على المواد الأولية اللازمة للإنتاج، وإدارة العمليات الإنتاجية باستغلال الطاقات والقدرات الموجودة كافة دون هدر في الوقت أو تكاسل في الأداء؛ ليتم التحكم في العملية الإنتاجية والاستخدام الأمثل للمدخلات كافة، وتحويلها بكفاءة وفاعلية إلى مخرجات كمنتج بجودة عالية.
- 5- التحسين والتطوير: لا بد للشركات من العمل بشكل مستمر على تحسين المنتجات وتطويرها؛ لمواكبة التطور المستمر في العديد من المجالات الصناعية والتكنولوجية والاقتصادية، ولمواكبة هذا التطور لا بد للشركات من ابتكار آليات الإنتاج وتطويرها؛ للوصول إلى منتج بجودة عالية يلبي رغبات العملاء ومتطلباتهم.
- 6- المنفعة المتبادلة مع الموردين: كلما زادت علاقات الشركة بالموردين وكسبت العديد من العملاء، زادت تطورا، وحافظت على استمراريته ونجاحها، ولذلك يجب تنمية هذه العلاقة لتحقيق الميزة التنافسية.



الشكل رقم(4) - يبين سلسلة نظام الجودة الأيزو 9000

المصدر: من إعداد الباحث استنادا الى (عبد الحميد وائل، 2012، ص216)

- نظام الجودة 9001: هو معيار من عائلة الأيزو 9000 يساعد المؤسسات على تلبية توقعات العملاء، ويقوم على مراقبة مستوى الجودة وإدارة العمليات في الشركة، ويوضح طرق الارتقاء بالخدمة وتطوير أداء الأعمال (نوري، 2020، ص4).

يستخدم هذا النظام لاختصاص ضبط الجودة، ويطبق على الشركات الإنتاجية والقطاعات الصناعية التي تعمل في مجال التصميم والخدمات والتطوير؛ للتأكد من جودة المنتج ومطابقته للمواصفات والشروط ابتداء من تصميم المنتجات وانتهاء بالخدمة. فنظام الجودة 9001 هو ليس مواصفة لمنتج وإنما مواصفة لنظام إداري متكامل يقيس قدرة الشركة على إنتاج سلع، أو خدمات تلبي رغبات العملاء ومتطلباتهم. ويوجد العديد من الفوائد الناتجة عن تطبيق هذا النظام ومن أهمها: الحصول على الاعتراف الدولي الكامل بهذه الشركات والمنتجات، ويعمل على كسب رضا أكبر قاعدة من العملاء على المستوى المحلي والدولي، ويزيد من معدلات الإنتاج بأقل التكاليف؛ مما يؤدي إلى زيادة الأرباح (العزاوي، 2019، ص 108).

أما المواصفات الدولية لكل من الأيزو 9001، 9002، 9003، 9004 فهي تستخدم لأغراض الجودة التالية (عبد الحميد وائل، 2012، ص216):

• المواصفة الدولية 9002

تستخدم هذه المواصفة أيضا لاختصاص ضبط الجودة خارج المؤسسات الإنتاجية، بحيث يتم مراقبة المواصفة خلال المراحل الإنتاجية، ويتم فحص عينات للتأكد من مطابقة المنتج مع الشروط والمواصفات الخاصة بالمنتجات، ولمنع حدوث أي خلل في المواصفة.

• المواصفة الدولية 9003

تستخدم هذه المواصفة لاختصاص ضبط الجودة في المراحل النهائية قبل المصادقة على الإنتاج، حيث يتم القيام بالتفتيش وأخذ عينات عشوائية واختبارها للتأكد من المطابقة.

• المواصفة الدولية 9004

هذه المواصفة تختص بالنواحي الفنية المؤثرة في جودة المنتجات، وهي بمثابة السياسات الموضوعية ابتداء من تحديد احتياج الموردين والأسواق، ووضع خطة الإنتاج لتلبية احتياجات المستهلكين والمهام التي تهدف إلى إنهاء أي خلل في المنتجات (عثمان، 2016، ص16).

(ب) نظام الجودة ISO 22000: هو معيار دولي يحدد متطلبات نظام إدارة السلامة الغذائية من خلال دمج جميع عناصر ممارسات التصنيع الجيدة، ونقاط التحكم الحرجة في تحليل المخاطر، ويعتمد مع الأيزو 9001 المطور، ويتناسب معه خصيصاً لضمان الطعام (Kafetzopoulos, Aggelopoulos, 2009, p6).

وهذا النظام يقوم بالرقابة على القطاعات الصناعية وعلى الشركات المنتجة؛ للتأكد بأنها تستوفي الشروط المناسبة للتصنيع، وتطبق جميع المعايير التي نصت عليها منظمة الأيزو، ويجمع بين الأيزو 9001 وبين haccp لضمان جودة السلامة الغذائية، وضمان جودته في الحد من المخاطر (كدسة، 2014، ص59).

ويرى الباحث، أن السلامة الغذائية من أهم اهتمامات العالم أجمع، وتحتل الأولوية الأولى في القطاعات الإنتاجية؛ لذلك اهتمت المنظمة العالمية للمعايير بوضع مواصفات للحفاظ على السلامة الغذائية ولحماية المستهلك.

فوائد تطبيق نظام الجودة 22000

يعمل نظام الجودة 22000 على تمكين المؤسسات من وضع نظام شامل لإدارة السلامة الغذائية، كما يساعد المؤسسات على تحسين أدائها وتطويره، وبخاصة عندما يتعلق الأمر بالسلامة الغذائية. ومن أهم الفوائد لهذا المعيار: (Rodrigues, Teixeira, Domingues, Cabecinhas, 2020, p395)

- 1- يعطي القدرة على توفير الخدمات ذات العلاقة بالأغذية بشكل مستمر التي تكون آمنة وتفي بالمتطلبات.

- 2- يحسن من عمليات إدارة المخاطر في عمليات السلامة الغذائية.

- 3- يزيد من الروابط مع الدستور الغذائي التابع للأمم المتحدة الذي يضع مبادئ وتوجيهات لسلامة الأغذية ويقويها.

(ج) نظام الهاسب (HACCP):

كلمة الـHACCP هي كلمة إنجليزية مختصرة لـ Hazard Analyses Critical Control Point) وتعني تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة، ويعرف نظام الهاسب كما يلي: هو نظام تخطيطي وقائي يتعامل مع الأفعال قبل حدوثها كبديل عن اختبار المنتج النهائي، ويقلل من حجم منتجات الأغذية المرفوضة (المزيدي، 2014 ص 4).

وعرفه (خير الله، 2014 ص 57) بأنه نظام يحدد المخاطر؛ لضمان سلامة الغذاء من خلال التعرف إلى الأخطار التي تؤثر في صحة الإنسان وتحديدها وتقييمها، وكيفية السيطرة عليها لتقليل مستوى المخاطر أو منعها من التسبب في أي من مخاطر لصحة الإنسان وسلامته .

فنظام الهاسب هو النظام المتخصص بالعمليات الإنتاجية للمواد الغذائية، والمسؤول عن تحديد مواطن الخطر في جميع مراحل العمليات الإنتاجية للمواد الغذائية عن طريق المراقبة والتحكم بالآليات الإنتاجية؛ لمنع وقوع أي خلل وتفاذي الأخطار والمشاكل؛ لضمان إنتاج منتجات سليمة خالية من الميكروبات والملوثات من أجل المحافظة على السلامة الغذائية وسلامة المستهلكين. فالنظام يعتمد على الإجراءات الوقائية أثناء القيام بعمليات التصنيع، وليس على الإجراءات العلاجية التي تتمثل في تصحيح الأخطاء وبخاصة أن موضوع السلامة الغذائية يشغل اهتمام الجميع؛ بسبب زيادة الوعي والثقافة الغذائية عند المنتجين والمستهلكين الذين يبحثون عن الأغذية الصحية، وعلى الشركات المنتجة تلبية لرغبات المستهلك بإنتاج غذاء صحي ضمن المواصفات والشروط الغذائية، ويعتمد نظام الهاسب على الوقاية وعلى مستندات المواصفات والتعليمات لإنتاج غذاء صحي (العزاوي، 2019 ص 282-283).

ويركز نظام الهاسب على سلامة المنتجات وليس على جودتها؛ لذلك أحدث هذا النظام تغييرا جذريا في مبادئ صناعة الأغذية وأسسها، التي أصبحت تدقق بطرق علمية وموثوقة أثناء القيام بعمليات التصنيع في مراحلها كافة؛ وذلك لمنع الخلل والمخاطر قبل وقوعها (محمد، 2019، ص 73). ومن أهم فوائد هذا النظام أنه يعمل على الوقاية من الأمراض كافة التي تنتقل عبر الأغذية بتحديد الخطر ومعالجته قبل وقوعه، والمحافظة على سلامة المستهلك وصحته، وتحقيق متطلباتهم ورغباتهم، بضمان تقديم أغذية سليمة، ويزيد من ثقة المستهلك بالمنتجات الغذائية، ويعمل على زيادة الحصص السوقية للمنتجات الغذائية؛ بسبب زيادة الطلب، كما يزيد من الميزة التنافسية للشركات الغذائية (خير الله، 2014 ص 57).

وتتبع مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية أنظمة الأيزو ونظام الهاسب في عمليات الفحص والمطابقة للمنتجات خلال العملية الإنتاجية وبعدها؛ لضمان إنتاج غذاء صحي يستوفي شروط السلامة الغذائية كافة لإصدار شهادات المطابقة. وبناء على هذه الأنظمة العالمية في الجودة تقوم مؤسسة المواصفات والمقاييس بإصدار التعليمات الفنية، واعتماد العديد من المواصفات للعديد من

المؤسسات والقطاعات الإنتاجية المحلية. وهذه التعليمات الفنية والمواصفات سوف تسهم في رفع كفاءة المؤسسات، وتحسن الإنتاج وتسهم في تحسين الميزة التنافسية. ويوضح الجدول التالي إحصائية لمجموع المواصفات والخدمات، بالإضافة إلى شهادات الجودة والمطابقة والمتابعة، التي تم اعتمادها في الأربع سنوات السابقة من قبل مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية.

جدول رقم(2)

نوع المواصفات والخدمات	العدد			
	2020	2019	2018	2017
المجموع الكلي للمواصفات المعتمدة.	4385	4258	4037	3887
تعليمات فنية إلزامية لحماية المستهلك.	88	84	76	75
المصانع والشركات التي تتابعها لغايات علامة الجودة والإشراف.	353	280	192	168
شهادات جديدة للجودة وعلامة الحلال.	22	42	6	9
مناقشة وتجديد لشهادة الجودة وعلامة الحلال.	107	150	83	95
شهادة ميثاق الجودة لزيت الزيتون.	30	30	33	33
خدمات الفحص والمطابقة لغايات منح الشهادة في مختلف القطاعات.	325	555	488	514
معاملة لغاية الاستيراد.	343	488	558	487
فحص تشغيلي للمساعد والأنظمة التشغيلية الأخرى.	1627	876	765	732
المصادقة على بطاقات البيان.	1010	1184	771	886
المشاركة في العطاءات المركزية.	117	209	213	217
شهادات المطابقة.	485	607	542	450
شهادات مطابقة الصادرات.	11	9	14	342
المنتجات التي تم تقييمها لغايات الاستخدام خلال جائحة كورونا.	2350	0	0	0
معايرة الأجهزة في مجال المعايرة الصناعية للمصانع والمختبرات.	773	888	633	508
الأجهزة التي تم التحقق منها في الأسواق مثل: الموازين والمضخات	4407	4763	3995	3630
زيارات التوعية والإرشاد للمصانع.	52	37	36	32

المصدر: اعداد الباحث استنادا إلى (تقرير مؤسسة المواصفات والمقاييس السنوي، 2017، ص ص34-33)، (تقرير مؤسسة المواصفات والمقاييس السنوي، 2018، ص ص32-31)، (تقرير مؤسسة المواصفات والمقاييس السنوي، 2019، ص ص32-31)، (تقرير مؤسسة المواصفات والمقاييس السنوي، 2020، ص ص32-31).

ويستنتج الباحث من هذا الجدول الذي يوضح العديد من الخدمات التي تقدمها مؤسسة المواصفات والمقاييس، أنه يوجد اختلاف في عدد الخدمات الأساسية المقدمة في السنوات الأربعة المذكورة؛ بسبب سياسة العرض والطلب على هذه الخدمات التي تقدمها مؤسسة المواصفات والمقاييس، وبسبب احتياج الأسواق أو المؤسسات لهذه الخدمات. ويلاحظ وجود تزايد في بعض

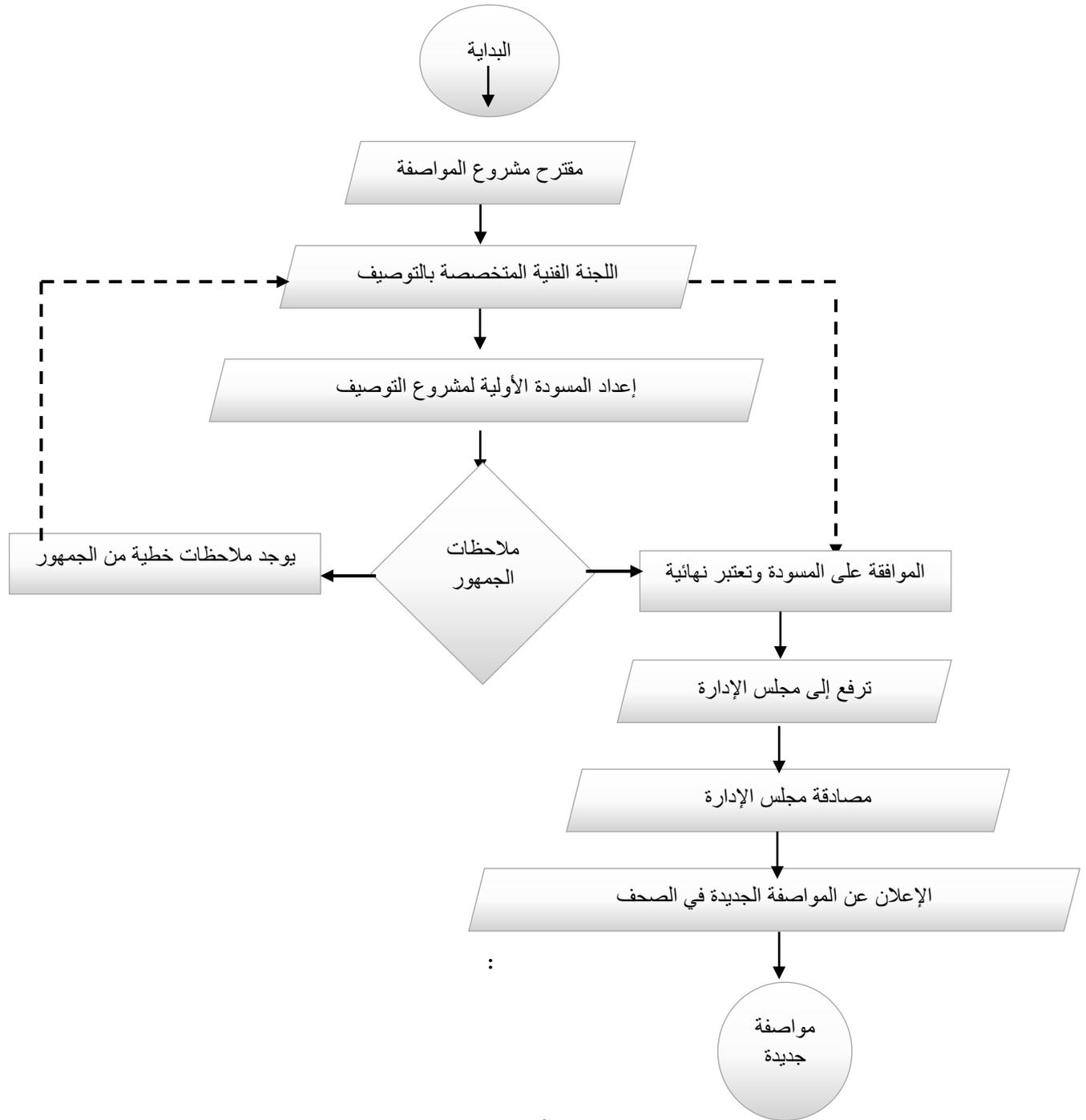
الخدمات، وتعتبر هذه الزيادة مؤشرا على مثابرة المؤسسة في التطور لتحقيق أجندتها، كما يدل على زيادة الوعي عند القطاعات الإنتاجية بضرورة اتباع المواصفات والتعليمات الفنية والحصول على الشهادات التي تمنحها المؤسسة لغايات الجودة.

أما بالنسبة للصناعات الغذائية، فقد كان مجموع المواصفات الغذائية 614 مواصفة من المجموع الكلي للمواصفات البالغة 4385 مواصفة (التقرير السنوي لمؤسسة المواصفات والمقاييس، 50، ص 2020). وتم إنجاز العديد من الوثائق المرتبطة بالتعليمات الفنية، ومنها ما يختص بالمنتجات الغذائية، ومن هذه الوثائق: (التقرير السنوي لمؤسسة المواصفات والمقاييس، 2020، ص 51).

1- قائمة الإضافات الغذائية ومن ضمنها المواد الحافظة المسموح إضافتها، وشروط استخدامها

في الإضافات الغذائية والأنزيمات الغذائية والمنكهات الغذائية والمغذيات.

2- قائمة الفئات الغذائية المسموح بها وشروط استخدامها في الفئات الغذائية



الشكل رقم(5) آلية التوصيف وعمل اللجان:

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى (تعليمات اعداد المواصفات الفلسطينية رقم (1) لسنة 2003، 5:3) ينظم قانون المواصفات والمقاييس الفلسطيني (قانون رقم 6 لسنة 2000)، عمل مؤسسة المواصفات والمقاييس، وبالإضافة إلى هذه القوانين عملت المؤسسة على وضع العديد من الأنظمة لتنظيم عمل المؤسسة ومن هذه الأنظمة: إعداد المواصفات التي تدرج تحت الخطة السنوية لمؤسسة المواصفات والمقاييس بتطوير الخدمات واعتمادها. فيقوم مجلس الإدارة بتشكيل لجنة مكونة من

أصحاب الاختصاص حسب المواصفة المطلوبة لكل قطاع من القطاعات الاقتصادية، وبمشاركة الجهات المعنية من القطاع الخاص أو العام لإعداد المواصفات الفنية للمشاريع الموكلة إليهم وتطويرها، ومناقشة مسودات المواصفات المقترحة وتعديلها؛ لرفعها إلى مدير عام مؤسسة المواصفات والمقاييس لدراستها، ووضع توصياته عليها لترفع إلى مجلس الإدارة لاعتمادها وإقرارها لتصبح وثيقة رسمية لمواصفة فلسطينية تتضمن المتطلبات الواجب توافرها في المنتجات كافة ليكون لها تأثير إيجابي في تحسين جودة المنتجات الوطنية وتطويرها.

وهذه المواصفات الجديدة تكون متوافقة مع المواصفات والمعايير الوطنية والإقليمية والدولية. وبالإضافة إلى تولي مؤسسة المواصفات والمقاييس إصدار مواصفات جديدة واعتمادها، تقوم أيضا بتطوير المواصفات الوطنية وتحديثها؛ لضمان مواءمتها مع التطور التكنولوجي في القطاعات الصناعية والإنتاجية، والتغير المستمر في متطلبات الأسواق على المستوى المحلي والدولي. لذلك يوجد أهمية بالغة وتأثير لهذه المواصفات الجديدة على تحسين العمليات الإنتاجية، ورفع جودة المنتجات لتضاهي المنتجات العالمية ويزيد من القدرات التنافسية للمنتجات الوطنية ودرجات قبولها والطلب عليها. لذلك يتطلب من أعضاء اللجان بذل الكثير من الجهود في إعداد المواصفات الفنية ودراستها وتعديلها للوصول إلى إقرارها من قبل مجلس الإدارة، وذلك للأهمية الكبيرة للمواصفات التي سترتب عليها العديد من النتائج الاقتصادية التي تسهم في التنمية المحلية عن طريق رفع القدرات الإنتاجية، وزيادة الحصة السوقية من المنتجات وزيادة القدرات التنافسية.

2.1.5.2 الجودة ومنح الشهادات:

تقوم مؤسسة المواصفات والمقاييس بإصدار العديد من شهادات المطابقة والجودة وشهادة الاشراف والحلال ومنحها، وذلك وفقا لنظام علامة الجودة الفلسطيني. ويتم إصدار هذه الشهادات إذا استوفت المنتجات المتطلبات الأساسية للمواصفات والمعايير الفلسطينية أو الدولية، ويعتبر التزام الشركات بتطبيقات المواصفات والمعايير المحلية السبيل الوحيد للحصول على شهادة الجودة؛ مما يحقق أهداف القطاعات الصناعية والاقتصادية، ويرتقي بجودة منتجاتها ومستوى أدائها. (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية)، وكما تسهم شهادة الجودة في زيادة قدرة الشركة على المنافسة بما يساعدها في تصدير منتجاتها للأسواق الدولية، ويحقق للمستهلك مراده في الحصول على المنتجات بالجودة المطلوبة بسبب استخدام المواد الأولية المطلوبة والمطابقة للمواصفة (النقري، 2017، ص ص 12-13).

يرى الباحث أن التسارع في حركة التغيير والتطوير في المنتجات والمنافسة الشديدة بين القطاعات الإنتاجية، بسبب التطور التكنولوجي والتنوع في التقنيات والأساليب المستخدمة في الإنتاج

دفع العديد من القطاعات الصناعية إلى السعي المتواصل في تطوير المنتجات والحصول على شهادات الجودة؛ لضمان استمرارها في الأسواق، لذلك تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على منح العديد من الشهادات المذكورة أعلاه للمؤسسات التي تطبق الشروط والمواصفات الفنية والمعايير الواجب توافرها في المنتجات، التي تسهم في رفع جودة المنتجات وكفاءتها، وتلبي رغبات العملاء ومتطلباتهم. فكل شهادة من هذه الشهادات أهمية وفوائد كبيرة تعود بالنفع على القطاعات الصناعية وعلى القطاع العام؛ لأن هذه الشهادات تعتبر بمثابة دليل على جودة المنتجات.

الشهادات التي تمنحها مؤسسة المواصفات والمقاييس

1 - شهادة الجودة: هي شهادة يتم منحها للمؤسسات المتميزة التي تلتزم بالمعايير والمواصفات المحلية أو العالمية لمنظمة المعايير الدولية أو للمؤسسات المحلية المتخصصة (عبد الحميد، 2012، ص 208).

وعرفتها (مؤسسة المواصفات والمقاييس) بأنها شهادة يتم منحها لمنتج معين وتدل على أن المنتج مطابق للمواصفات المعتمدة، ويخضع للمراقبة والفحوصات على مدار العام .

فوائد الحصول على شهادة الجودة: (عثمان، 2016، ص 42)

أ) جودة المنتج: منتجات ذات جودة عالية بسبب تطوير المواصفات والمعايير وتطوير أساليب الإنتاج.

ب) المنافسة: الحصول على شهادة الجودة يحفز الشركات على الارتقاء إلى مستوى عال من الجودة والتغلب على الشركات التي لم تحصل على شهادة الجودة.

ت) خدمات العملاء: يزيد ثقة العملاء بالمنتجات الحاصلة على شهادة الجودة.

ث) زيادة الأرباح: جودة المنتج تحسن القدرات التنافسية، وتؤدي إلى المزيد من المبيعات وزيادة الدخل والأرباح.

تمنح مؤسسة المواصفات والمقاييس شهادة الجودة للمنتجات التي تتوفر فيها المعايير والمواصفات المطلوبة في التصنيع، والتي تتوافق مع المواصفات والمعايير الفلسطينية، وذلك بعد التدقيق على نظام الجودة داخل المنشأة، وتقوم بأخذ عينات عشوائية وفحصها ومطابقة نتائج الفحوصات مع المواصفات الفنية والمعايير الفلسطينية للتأكد من جودة العمليات الإنتاجية وجودة المنتجات. لذلك تسعى العديد من الشركات والمصانع إلى الحصول على شهادة الجودة لما لها من الأهمية والفائدة التي ستجنيها هذه الشركات بعد حصولها على شهادة الجودة التي ستؤثر إيجاباً في تطوير الشركات، وزيادة نسبة الإنتاج وتحقيق مكاسب مادية من خلال التوفير في التكاليف الإنتاجية

والاستخدام الأمثل للموارد المادية، وتؤثر في نسبة الحصة السوقية، وكما إن حصول الشركات والمصانع على شهادة الجودة يؤدي إلى زيادة ثقة المستهلكين بالمنتجات المحلية، وزيادة القدرات التنافسية لهذه الشركات وتكون دافعا لها على التطوير المستمر في جودة المنتجات والسعي المستمر في إنتاج أجود الأصناف لزيادة حجم مبيعاتها. وبخاصة أن الجهات المستهلكة سواء كان القطاع العام أو القطاع الخاص يشترط وجود العديد من المواصفات في المنتج المراد شراؤه، ويطلب شهادة مطابقة وفحوص مخبرية عند التسليم. كما أصبح توفر المواصفات وشهادة الجودة ضرورة أساسية لدخول العطاءات الحكومية التي تعطي المنتج الوطني أفضلية 15% على المستورد، وهذا يشكل دافعا للقطاع الصناعي في الحصول على شهادة الجودة؛ لأنها تعطي امتيازاً للمنتجات الوطنية في العطاءات الحكومية وفي السوق المحلي. كما تعتبر شهادة الجودة بمثابة تصريح لدخول الأسواق العالمية، وتزيد من قدراتها التنافسية في تلك الأسواق، وتزيد من مصداقية الشركات في الأسواق المحلية والعالمية؛ بسبب جودة المنتجات الحاصلة على شهادة الجودة. (منحت مؤسسة المواصفات والمقاييس في عام 2019 (13) شهادة جودة، وتلقت 47 طلباً للحصول على شهادة الجودة، وعملت على تجديد 97 شهادة جودة (التقرير السنوي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، 2019، ص53)

2-شهادة الإشراف الفلسطينية: هي شهادة تمنح للشركات والمصانع كدليل وإثبات على مطابقة مواصفات منتجاتها للمواصفات والمعايير الفلسطينية والتعليمات الفنية. وتعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على إعداد المواصفات الفلسطينية، ومنح شهادات الجودة والإشراف الفلسطينية بما يتوافق مع المواصفات والمعايير الفلسطينية والمعايير الدولية. ويعتمد منح شهادات الإشراف على إجراءات الفحوصات الفنية للمنتجات التي يجب أن تتوافق مع المواصفات والمعايير الفلسطينية وتتطابق معها، وبناء على ذلك تمنح شهادة الإشراف. (منحت المؤسسة في عام 2019 (2) شهادة إشراف، وعملت على تجديد 37 شهادة، وتلقت 11 طلباً للحصول على شهادة الإشراف) (التقرير السنوي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، 2019، ص53).

ولشهادة الإشراف أهمية كبيرة في تعزيز ثقة المستهلكين بالمنتجات المحلية لمطابقتها للمواصفات والمعايير الفلسطينية؛ وبالتالي تسهم في تحقيق متطلباتهم ورغباتهم في الحصول على أجود المنتجات وبالأسعار المناسبة؛ لأن المستهلك دائماً يبحث عن الأفضل والأجود، ومن فوائدها أيضاً أنها تزيد من الحصة السوقية لهذه المنتجات، وتزيد نسبة المبيعات. كما منح القانون امتيازات عديدة وأسهم في دعم المنتجات الوطنية بإعطائها الأفضلية في الأسعار بنسبة 15% والأولوية في المشاركة في العطاءات الحكومية، وذلك من أجل المساهمة في التنمية المحلية ودفع عجلة الاقتصاد

المحلي نحو التطور والازدهار. واعتبر القانون المنتجات التي تزيد نسبة مدخلاتها المحلية عن 25% منتجات وطنية (قرار مجلس الوزراء رقم (4) ل سنة 2013)

فشهادة الإشراف تلعب دورا مهما في تحسين القدرات الإنتاجية للقطاعات الصناعية بتطوير جودة المنتجات المحلية، وهذا يؤدي إلى ازدياد الفرص التسويقية في الأسواق وتحسن من القدرات التنافسية لهذه الشركات. كما تعمل دائرة الجودة والإشراف في مؤسسة المواصفات والمقاييس على مساعدة الشركات في الحصول على شهادة الجودة والإشراف عن طريق النصح والإرشاد بتطبيق المواصفات الفنية في المنتجات. فعندما تقوم هذه الشركات بتقديم طلب للحصول على شهادة الإشراف يتم أخذ عينات من المنتجات وإجراء الفحوصات المخبرية والحسية عليها وفق المواصفات الفلسطينية، فإذا كانت نتيجة المطابقة سلبية، توجه دائرة الجودة الشركات إلى ضرورة إجراء التعديلات اللازمة التي ترتقي بجودة المنتجات للمواصفات الفلسطينية، أما إذا كانت نتيجة الفحوصات المخبرية والحسية مطابقة للمواصفات الفلسطينية، فيتم منح شهادة الإشراف ولكن تبقى هذه الشركات والمنتجات تحت إشراف مؤسسة المواصفات والمقاييس ورقابتها، فتؤخذ عينات عشوائية بشكل دوري وتجري الفحوصات عليها للتأكد من التزام الشركات بالمواصفات والمعايير الواجب توفرها في المنتجات (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية).

3- شهادة الحلال: يبحث العديد من الناس اليوم عن الأطعمة الآمنة والصحية والمطابقة للمواصفات والمعايير الصحية. فالأغذية الحلال هي التي يجب أن تتوفر فيها معايير الشريعة الإسلامية عند إعداد المنتج أو تصنيعه، وذلك من لحظة التصنيع إلى أن يصبح منتجا قابلا للتوزيع والاستهلاك. وتشمل معايير الأغذية الحلال والمواد الأولية المواد المضافة كافة وآليات التصنيع والتعبئة. وهناك معايير وضعها معهد المواصفات والمقاييس للدول الإسلامية للأغذية الحلال وهي التي تتوافق مع مصادر التشريع الإسلامي القرآن والسنة والإجماع والقياس وتتوفر فيها الشروط التالية: "يجب أن يكون أي غذاء أو المواد المضافة إليه خاليا من أي مكون من المواد المحرمة أو الحيوانات المحرمة أو الحيوانات التي لم يتوافق ذبحها مع المعايير الإسلامية، يجب أن يكون الغذاء أو المواد المضافة إليه خاليا مما يسمى " نجس " في الفقه الإسلامي " (شهادة الحلال التركية، 2018)

انضمت مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية إلى المعهد في عام 2013 م، حيث تعتمد مؤسسة المواصفات والمقاييس على المواصفات الإسلامية المعتمدة من المعهد، وتم تبنيها كمواصفات فلسطينية وتطبيقها على المنتجات المحلية، وهذا يساعد في دعم المنتجات الوطنية على دخول الأسواق الإقليمية. وبالتالي فإن جميع المصانع والشركات المحلية الحاصلة على شهادة الحلال ستزداد قدراتها التنافسية في الأسواق المحلية والدولية؛ وذلك بسبب ازدياد الطلب من المستهلكين على

المنتجات الحاصلة على شهادة الحلال لثقتهم بهذه المنتجات التي صنعت وفق المعايير الإسلامية. وللحصول على شهادة الحلال يجب أن يتوفر العديد من الشروط والمواصفات الفنية في الشركات أو المصانع ومن هذه الشروط: مقدر الشركة المادية على تصنيع المنتجات الغذائية الحلال، يجب أن يكون لدى الشركات إمكانية الحصول على المواد الخام من مصادر رئيسة حاصلة على شهادة الحلال، ورغم ذلك يتم فحص بعض العينات العشوائية مخبرياً؛ للتأكد من مطابقتها للمواصفات والمعايير وبطاقات البيان.

4-ميثاق الجودة لزيت الزيتون: يعتبر زيت الزيتون من أهم المنتجات الغذائية التي تحظى باهتمام بالغ من قبل الدول المنتجة لزيت الزيتون كافة، ومن قبل الدول الأخرى المستوردة التي تبحث عن الأجود والأفضل والأكثر تميزاً، ومطابق للمواصفات ، وتعتبر متطلبات ميثاق جودة زيت الزيتون الاطار العام الذي من خلاله يتم تحديد المواصفات ، وآلية تحقيقها وضبطها في الزيت الفاخر، وكما يعتبر الميثاق مرجعية لتحديد الجودة وارتباطها بالإنتاج ، فلا بد أن ينتج زيت الزيتون وفق شروط ومواصفات الميثاق للحصول على شهادة المطابقة ولا بد ان يجتاز الزيت الفحوصات الحسية والمخبرية ، وأن يكون المزارع قد التزم بشروط وزارة الزراعة بدأ من العناية بالأشجار وبالترية وبطريقة التسميد وبالري وبالتقليم وانتهاءً بعمليات العصر والتخزين ، وللميثاق فوائد كثيرة تعود بالنفع على المنتجين ومن اهمها زيادة الطلب في الأسواق المحلية على الزيت الأجود والحاصل على شهادة الميثاق والوصول الى الأسواق الدولية ومنافسة الزيوت العالمية مما يعود بالنفع على المزارعين وزيادة نسبة ارباحهم مما يشجعهم على الاهتمام والعناية بالأشجار وإيجاد وسائل حديثة لتطوير قطاع الزيتون. وتمنح شهادة ميثاق زيت الزيتون بعد اجتياز الزيت للفحوصات الحسية فحص التذوق والرائحة عن طريق خبراء للتذوق ، واجتياز الفحوصات المخبرية لتحديد الخصائص الكيماوية ومطابقتها بالمواصفات والمعايير المعتمدة رسمياً.

فالميثاق هو المرجعية القانونية والإطار العام للمواصفات المثالية التي يجب أن تتوفر في زيت الزيتون ليكون زيتاً ذات جودة عالية، حيث يجب أن يكون الزيت مطابقاً للمواصفة الفلسطينية، من حيث كونه ذا طعم ورائحة جيدين، وحموضة أقل من 0.8% ، والبيروكسيد لا يزيد عن 20، ودرجة التذوق الحسي لا تقل عن 6.5 وهو معيار الزيت القوي strong oil فهناك ثلاثة معايير لزيت الزيتون، معيار الزيت الخفيف أقل من 3.5، ومعيار الزيت الوسط من 3.5 إلى 6.5 ومعيار الزيت القوي أكثر من 6.5 ويجب أن يكون خالياً من العيوب (ميثاق جودة زيت الزيتون، 2019، ص5).

لذلك تقوم مؤسسة المواصفات والمقاييس بمنح جوائز لأجود الزيوت التي تجتاز الفحص المخبري والفحص الحسي للزيت البكر، ومنها جائزة زيت الزيتون الذهبي، والفضي، والبرونزي، كما تقوم المؤسسة بشكل دائم على تقديم الدعم والإرشاد للمزارعين ولأصحاب المعاصر وتوعيتهم بالطرق

الحديثة للعناية بالأشجار والتربة، والابتعاد عن رش مبيدات الأعشاب والأسمدة الكيماوية التي تؤثر في جودة الزيت، كما تهتم بآلية التخزين التي يجب أن تكون في عبوات خاصة (ميثاق جودة زيت الزيتون، 2019، ص ص 4-5).

ميثاق الجودة لعسل النحل:

يعتبر ميثاق جودة العسل دليلاً على أن الإنتاج قد حقق مبادئ الصحة والسلامة والجودة العالية، وأنه تم إنتاجه وفق المعايير التي نص عليها الميثاق. وعسل النحل هو منتج يزداد عليه الطلب في كل دول العالم لما فيه من مزايا عديدة وبخاصة عند المسلمين؛ لأنهم يشترطون العسل كغذاء وعلاج لذلك يبحثون عن العسل الأجدد النقي والخالي من السكر. لذلك يعطي ميثاق عسل النحل ثقة عالية للعملاء والمستهلكين بجودة العسل، كما يؤدي الميثاق إلى زيادة نسبة المبيعات وزيادة أرباح المنتجين. ومن أهداف الميثاق: إنتاج عسل محلي ذا جودة عالية وممتازة، ورفع القدرات الإنتاجية لأصحاب المناحل، وزيادة القدرة التنافسية للعسل في الأسواق المحلية والعالمية (ميثاق جودة عسل النحل، 2018، ص 4).

فوائد ميثاق عسل النحل:

- 1- يعمل ميثاق عسل النحل على سهولة تصدير العسل إلى الأسواق العالمية.
- 2- يزيد من الطلب في الأسواق المحلية على العسل الأجدد والحاصل على شهادة الميثاق.
- 3- ارتفاع سعر العسل الحاصل على شهادة الميثاق؛ مما يعود بالنفع على المنتج.
- 4- إعطاء شهرة وسمعة حسنة في الأسواق العالمية للعسل الفلسطيني (مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية).

2.1.5.3 الفحص والتفتيش:

- 4- الفحص والتفتيش هي طرق للتحقق من أن المنتج يطابق المتطلبات المحددة، وهي عملية مرافقة لكل مراحل الإنتاج ولما بعد الإنتاج (التطوير والتعديل)، ويتضمن هذا البند: إجراءات فحص المواد عند استلامها واختبارها. إجراءات الفحص والاختبار في مراحل التشغيل. إجراءات الفحص والاختبار النهائي). (ال سيف، 2013، ص 24)
- 5- التفتيش: هو عملية فحص كل المنتجات والمصانع والمنشآت والمواد وعمليات التصنيع للتأكد من مدى مطابقتها والتزامها بالمتطلبات العامة للمواصفات (الدليل الفني لتدريب مفتشي السلامة والصحة المهنية، 2017، ص 67).

تقوم مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية بمتابعة القطاعات الصناعية والإنتاجية كافة الحاصلة على إحدى شهادات الجودة من مؤسسة المواصفات والمقاييس، من خلال طواقم مهنية مؤهلة ومتخصصة في العديد من المجالات. وتجري عملية الفحوصات بأخذ عينات عشوائية من الأصناف المراد فحصها، وإجراء الفحوصات المخبرية في مختبرات متخصصة ومعتمدة لدى المؤسسة وفق المعايير والمواصفات الفلسطينية؛ للتأكد من مدى التزام المنشأة بالمواصفات ومعايير السلامة المهنية والصحية، وللتأكد من مدى مطابقة المنتجات أو العينات المسحوبة مع المواصفات الفلسطينية الملزمة لاستمرار المحافظة على إحدى الشهادات الممنوحة. وتتم عملية الفحوصات بشكل دوري بناء على الإجراءات المتبعة في مؤسسة المواصفات والمقاييس؛ للتأكد من اتباع الشركات للمواصفات والمعايير الإنتاجية، وتتم عملية الفحص أحيانا بناء على طلب أحد الزبائن أو صاحب العلاقة، أو بناء على شكاوى مقدمة تطعن في جودة المنتجات، أو في الصلاحية.

وبناء على نتائج فحوصات اللجنة أو طاقم المؤسسة المهني يتم اتخاذ الإجراءات المناسبة بما يتوافق مع النتائج، إما إصدار شهادة مطابقة أو سحب إحدى الشهادات الممنوحة أو تجديد إحدى الشهادات الممنوحة للشركة المعنية. ومن المعروف أن مدة صلاحية هذه الشهادات لا يتجاوز العامين، وتمنح في البداية لمدة عام واحد فقط، ويجب أن تخضع الشركات والمصانع والمنتجات إلى إجراءات الفحص الكامل ويجب أن تطابق نتائج فحوصات المنتجات المواصفات والمعايير الفلسطينية؛ لكي يتم تجديد شهادات الجودة أو الشهادات الأخرى. ولتسهيل عملية الفحص قامت مؤسسة المواصفات والمقاييس في عام 2019 بإنشاء مختبرات للفحص والمعايرة ستسهم بشكل كبير في تطبيق المواصفات الفلسطينية؛ لأنه لا يمكن الحديث عن منتجات وطنية بدون مواصفة فلسطينية تعزز من جودة المنتجات الوطنية وثقة المستهلكين، وزيادة القدرات التنافسية للمنتجات الوطنية.

إن الهدف من قيام مؤسسة المواصفات والمقاييس بإجراء عملية الفحص هو للمحافظة على سلامة المواطنين وصحتهم، وحمايتهم من الاستغلال والخداع. لذلك تعمل المؤسسة على تحديد هوية كل منتج بوساطة بطاقة البيان التي توضح البيانات الضرورية والأساسية كافة، ابتداء من اسم المادة ومكوناتها وتواريخ الصلاحية وإرشادات الاستخدام والتحذيرات.... الخ هذه المعلومات كلها يجب أن تتضمنها بطاقة بيان المنتج، التي يتم إعدادها من خلال لجنة متخصصة من المؤسسة تقوم بدراسة المنتج؛ للتمكن من وضع بطاقة بيان مفصلة مصادق عليها من مؤسسة المواصفات والمقاييس. وتقوم مؤسسة المواصفات والمقاييس بإجراء العديد من خدمات الفحص بهدف المحافظة على سلامة المواطنين: كخدمة فحص الغاز المركزي، والألعاب الترفيهية، والمساعد، ومحطات الوقود. ويقوم بهذه الفحوصات طاقم مؤهل من مؤسسة المواصفات والمقاييس حسب التعليمات الفنية والمواصفات الفلسطينية ذات العلاقة (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية).

ويرى الباحث أن عمليات الفحص التي تجريها مؤسسة المواصفات والمقاييس بشكل دوري ما هي إلا لتحقيق أهداف المؤسسة في التنمية، وتحسين القدرات الإنتاجية المحلية، وذلك عن طريق تطوير البنية التحتية للجودة وتطوير المواصفات والمعايير الفلسطينية بما يتوافق مع المواصفات العالمية؛ لكي تمكن المنتجات المحلية من تلبية متطلبات الأسواق والعملاء، وتعزيز القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية. فعمليات الفحص المستمرة تطور من جودة المنتجات، وتحافظ على سلامة المواطنين وعلى السلامة الغذائية، وتحافظ على الحصة السوقية للمنتجات واستمرارية الإنتاج، وتحافظ على الشهادات الممنوحة من قبل المؤسسة. ومن المعروف أن مدة صلاحية هذه الشهادات لا يتجاوز العامين وتمنح في البداية لمدة عام واحد فقط، ويجب أن تخضع الشركات والمصانع والمنتجات إلى إجراءات الفحص الكامل، ويجب أن تطابق نتائج فحوصات المنتجات المواصفات والمعايير الفلسطينية؛ لكي يتم تجديد شهادات الجودة أو الشهادات الأخرى.

2.1.5.4 المترولوجيا

علم القياس المترولوجيا (Metrology) هي علم القياس وجميع نشاطاته "التي تتمثل في جميع النشاطات المتعلقة بتطوير وسائل وطرق وأدوات القياس المرجعية في مختلف المجالات بهدف التأكد من صحة ودقة عمل أجهزة القياس المستخدمة في جميع مجالات الحياة للوصول إلى نتائج قياس دقيقة من خلال معايرتها بهدف الوصول إلى المستوى المطلوب من الجودة للمنتجات والخدمات في جميع مجالات الحياة، مما يؤدي إلى المساهمة في تطوير الاقتصاد الوطني. (مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية)

وكما عرفت (مؤسسة المواصفات والمقاييس المملكة الأردنية الهاشمية، 2018، ص32) علم التقييس هو علم يهدف إلى تحقيق أفضل الدرجات من النظام من خلال وضع الشروط المناسبة للاستخدام المتكرر والشائع مع الأخذ بعين الاعتبار أي مشاكل محتملة، وتتضمن هذه العملية تطبيق المواصفات القياسية.

وعرفته (المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، 2008، ص3) وهو وسيلة لتحقيق الأهداف عن طريق جعل المنتجات أو عمليات التصنيع أو الخدمات ملائمة للغرض الذي صنعت من أجله .

كما يطلق على علم التقييس حسب (التقرير السنوي، 2017، الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة) بأنه عملية إعداد أسس ووضعها، وقواعد لتنظيم أنشطة معينة والعمل على تطبيقها بالتعاون مع الجهات المتخصصة؛ بهدف تحقيق متطلبات السلامة وتحقيق وضع اقتصادي مثالي

يوجد دور كبير للمترولوجيا في المحافظة على حقوق المنتجين والمستهلكين، ولها دور كبير أيضا في تطوير النشاط الصناعي والتجاري والخدماتي. ونصت المادة (1) من الأحكام العامة للمترولوجيا على

تحديد المتطلبات الأساسية لأدوات القياس التي يجب تطبيقها ووضعها قيد الاستعمال لقياس المهام التي تؤثر في المصلحة والسلامة العامة، وعلى النظام العام وحماية المستهلكين. ونصت المادة (2) من المجال على تطبيق هذا التوجيه على جميع أدوات القياس مثل: عدادات الماء، الغاز، الكهرباء، أجهزة قياس الوزن، وعلى أدوات القياس المستعملة والجديدة المتوفرة في الأسواق (التوجيه العربي، 2015، ص 3).

أسس علم التقييس: يقوم علم التقييس على الأسس التالية: (الصيرفي، 2006، ص 50-51)

- 1- **التوصيف:** عن طريق وضع بيانات موجزة ومحددة بمجموعة المتطلبات التي يجب أن تتوفر في المنتجات وكتابتها مع توضيح الآليات التي يمكن من خلالها ضمان تحقيق هذه المتطلبات.
- 2- **التوحيد:** ويستهدف التوحيد تحقيق إمكانية تحقيق تبادل المنتجات في أكبر عدد ممكن من القطاعات، وذلك بدمج أكثر من مواصفة من أجل الحصول على مواصفة واحدة، وذلك لتحقيق أكبر عدد من الإنتاج.
- 3- **التبسيط:** عن طريق القيام باختصار وتقليل أعداد نماذج المنتجات إلى الحد الذي يلزم ويكفي لتغطية الاحتياجات الفعلية اللازمة في وقت معين، والاستغناء عن النماذج الزائدة أو القيام باستحداث نماذج جديدة محل نموذجين أو أكثر.

لقد تم تشكيل مديرية تتبع مؤسسة المواصفات والمقاييس تسمى مديرية القياس الوطني التي ستساند المؤسسة في تحسين البنية التحتية للجودة، وتختص هذه المديرية بتنظيم عمليات المعايرة والقياس وتوحيد وسائل وطرق القياس وتطويرها وفق المعايير العالمية والتطورات العلمية؛ للحفاظ على كفاءة المعاملات التجارية والصناعية ونزاهتها، والحفاظ على سلامة المواطنين وصحتهم، وتعمل على اعتماد آليات منح شهادات المعايرة وإجراءاتها والتحقق منها، وتقوم بإصدار التعليمات الفنية الخاصة بتطبيق طرق المعايرة والتحقق. وهذا يؤدي إلى جودة خدمات القياس والمعايرة المقدمة إلى القطاعات الصناعية، وتساند الدائرة مؤسسة المواصفات والمقاييس في التنمية المحلية بتطبيق المواصفات والمعايير الفلسطينية كافة في الصناعات والمنتجات المحلية، وتزيد من القدرات التنافسية للمنتجات الوطنية في الأسواق المحلية والعالمية، وتحسن إنتاجية القطاعات الصناعية، ويتبع لمديرية القياس الوطني دائرتان هما: دائرة المعايرة الوطنية ودائرة تنظيم القياس. وتتولى مديرية القياس الوطني عملية الإشراف على جميع أنظمة القياس وتقدم خدمات المعايرة كافة؛ لرفع جودة القياسات وضبط المعاملات التجارية في مجالات الأوزان والقياس. وتقوم دائرة تنظيم القياس بضبط الأجهزة المستخدمة في المجالات التجارية ومعايرتها، مثل: موازين الذهب، ومضخات البترول، والموازين التجارية. وقد منحت الوثيقة المعتمدة من مجلس الوزراء صلاحيات واسعة لمديرية القياس الوطني بضبط جميع

نشاطات المترولوجيا في فلسطين ومراقبتها، وتحديد جميع المتطلبات الفنية والإدارية في استخدام أجهزة القياس (النظام الوطني للقياس، 2003، ص3).

يسهم علم القياس في تحسين الميزة التنافسية؛ لأنه يسهم في الحد من وجود منتجات غير مطابقة للمواصفات؛ لأنه يعمل على ضبط أدوات القياس التي تدخل في عمليات التصنيع، لجعلها ملائمة بحيث تعطي أدق النتائج مقارنة مع المعطيات المحددة مسبقا (المعجم الدولي للمترولوجيا، 2017، ص65). كما يعمل على ضبط العديد من المنتجات التي تلبي احتياجات المستهلكين بالتقيد بالأحجام والقياسات المطلوبة؛ لأن معظم المعاملات التجارية ومتطلبات الأسواق تستند إلى القياس الذي يحدد جودة المنتج، وجودة العمليات الصناعية التي تستند إلى الأوزان التي تحدد أيضا القيمة المادية للمنتجات.

يعتبر علم القياس بمثابة ضمان لتحقيق العدالة والشفافية في التعاملات التجارية، ويحمي حقوق المواطنين في المعاملات التجارية ويحافظ عليها، بحيث يمكنه من الحصول على المنتج الأجود بالقيمة الحقيقية، ويحافظ على سلامتهم وبخاصة في المجال الطبي والأجهزة الطبية وتحديدًا في الجرعات الدوائية، وأجهزة التشخيص التي تسهم في اكتشاف الأمراض في مراحلها الأولى، ويعطي فرصة ناجحة لعلاج الأمراض. كما إن وجود نظام قياس وطني يضمن تطابق المعايير الوطنية مع المعايير العالمية، وهذا يتطلب من مؤسسة المواصفات والمقاييس ومديرية القياس الوطني ضمان توفير هذه المواصفات والمعايير الوطنية؛ من أجل تطوير الصناعات المحلية، وإنتاج أجود البضائع للأسواق المحلية والعالمية. وهناك رابط قوي بين تطبيق المواصفات والمعايير وبين علم القياس في تحسين الجودة، فعلى سبيل المثال، يجب على القطاعات الإنتاجية الالتزام بالمواصفات والمعايير عند تصنيع منتجاتها. وللتأكد من جودة المنتجات لا بد من إجراء الفحوصات المخبرية في المختبرات المتخصصة في هذه المنتجات؛ للتأكد من مطابقة المنتجات للمواصفات والمعايير المطلوبة. وهذه المختبرات لا يمكن أن تكون نتائجها دقيقة دون اللجوء إلى علم القياس والمعايرة لضبط الأجهزة لكي تعطي نتائج دقيقة. كما تسهم المترولوجيا في تقييم المطابقة ومنح الشهادات المطلوبة (غوجادور، 2011، ص 231).

مهام مديرية القياس الوطني: (زايلر، 2018، ص6)

- 1- المحافظة على معايير القياس المحلية والمواد المرجعية ذات الشهادة (GRMs).
- 2- التأكد من مطابقة سلسلتها لنظام القياس الدولي أو إلى الأنظمة المرجعية.
- 3- توفير المعايرة للمعايير ذات المستوى الأقل كافة.
- 4- التعاون مع الجهات الحكومية والعملاء وتقديم المشورة والنصح.

- 5- التنسيق والتعاون مع منظمات التقييس على المستوى الإقليمي والدولي.
- 6- فحص أجهزة القياس ومعايرتها والتحقق منها، مثل: مؤشرات قياس الضغط في المختبرات والمصانع، ومعايرة الموازين التجارية، ومعايرة كتل الأوزان وموازين الذهب، وأجهزة قياس قوى الشد والضغط، ومضخات الوقود والصهاريج، ومعايرة موازين الحرارة للأفران والثلاجات؛ للتأكد من دقة القياس في كل منها (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية).
- 7- التأكد من الوزن الصافي لمحتوى العبوات المعبأة مسبقاً.

أهداف التقييس

- لقد تم إيجاد نظام وتشريع دولي للقياسات، وتم تركيز الاهتمام على دقة القياس عن طريق إيجاد آليات لضبط أجهزة القياس للوصول إلى قياسات دقيقة؛ من أجل تحقيق الأهداف التالية (ضاوية، سعاد، 2018، ص ص 6-7):
- 1- الحصول على الجودة العالية في الخدمات والمنتجات.
 - 2- توحيد الوحدات المستخدمة في القياس لتتوافق مع غيرها من القياسات للحد من هدر الموارد والمحافظة عليها.
 - 3- ضمان الجودة والسلامة عن طريق مواءمة المنتجات والخدمات لظرف الاستعمال والظروف البيئية؛ لأن القياس أصبح لغة معتمدة بين القطاعات الصناعية التي تتشارك في المعاملات التجارية والأنشطة اليومية.
 - 4- الحد من العقبات التقنية في التجارة وفرض المساواة وعدم التمييز.
 - 5- منح ثقة للعملاء والمستهلكين في المنتجات والخدمات التي تتوافق مع المعايير القياسية.
- ويرى الباحث أن الدور المباشر الذي تقوم به مؤسسة المواصفات في وضع الأسس لنظام التقييس والمعايير يكفل ضبط جودة القياس وتحسينه ليكون مطابقاً لمواصفات القياس المعتمدة؛ لأنها أدركت مدى أهمية علم القياس وتأثيره في الوضع الاقتصادي والتجاري، وفي المواطنين وحقوقهم وسلامتهم، لأن التقييس من أهم الركائز التي تستند عليها القطاعات الصناعية والتجارية في تقديم منتجات ذات جودة عالية. ويعتبر نظام القياس والمعايرة وسيلة أساسية لتحسين القدرة التنافسية في المجالات التجارية والصناعية؛ لأنه يضمن العدالة، ويحفظ الحقوق في المعاملات التجارية، ويحسن من جودة المنتجات المطابقة للمواصفات والمعايير الدولية.**

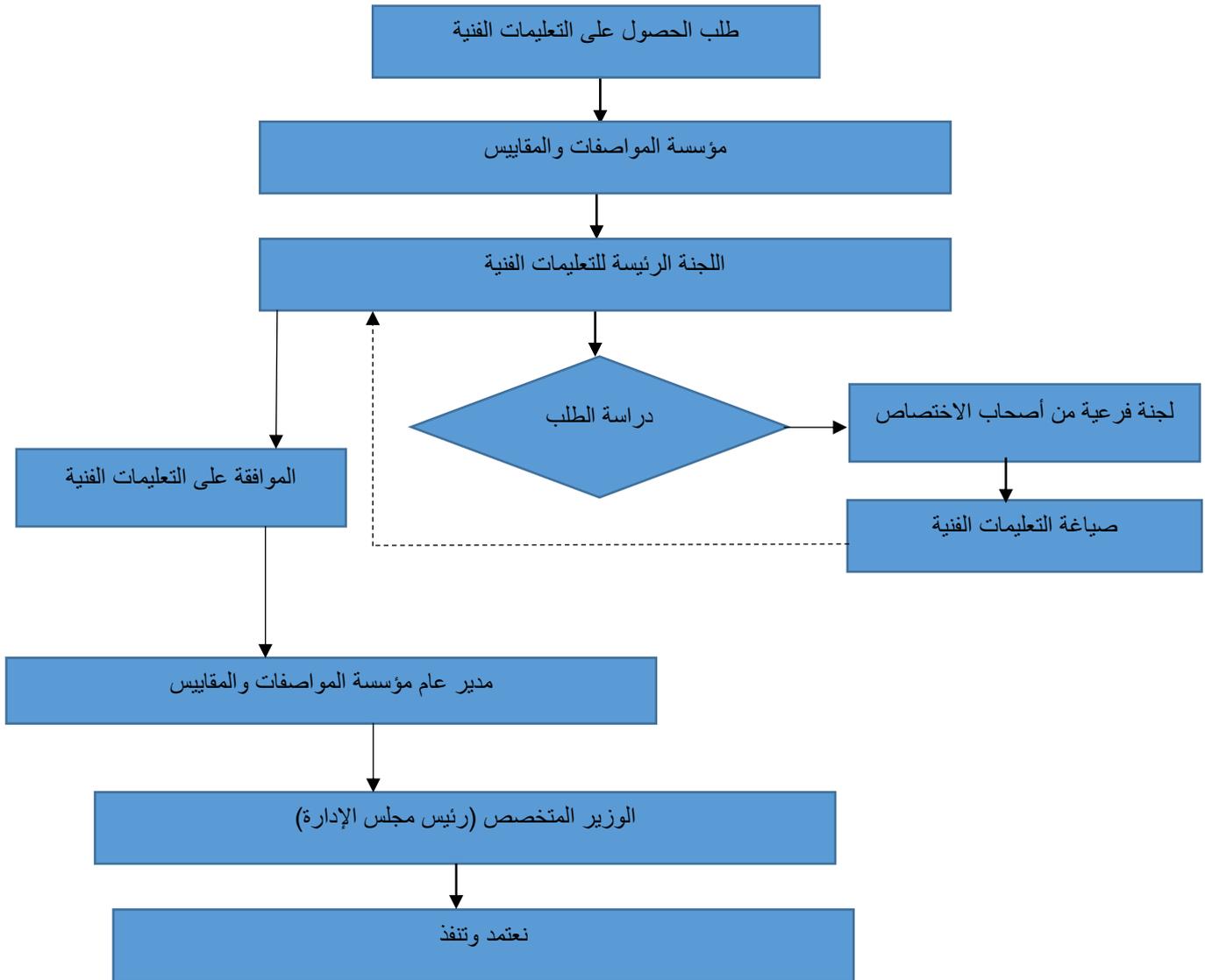
2.1.5.5 التعليمات الفنية الإلزامية: هي الوثيقة التي تحدد خصائص المنتجات أو العمليات المرتبطة بها، التي يكون الالتزام بها إجبارياً. كما يمكن أن تتضمن أو تتناول المصطلحات الفنية أو

الرموز أو التغليف، أو تحديد السمات المميزة، أو متطلبات إعداد بطاقة البيان بما ينطبق على المنتج، أو طريقة الإنتاج (قانون رقم (6) لسنة 2000).

لقد حدد قانون المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم (6) لسنة 2000، كل ما يتعلق بالتعليمات الفنية الإلزامية الخاصة بالمنتجات، فشملت العمليات التجارية والمعاملات كافة، من استيراد وتصدير وإصدار مواصفات، ومختبرات الفحص، ووحدات القياس، وشهادات الجودة. فهذه القوانين تلزم جميع القطاعات الصناعية المنتجة والمستوردة بضرورة الالتزام بالتعليمات الفنية الفلسطينية، وعدم مخالفة هذه التعليمات الفنية؛ لأن مخالفة التعليمات يعرضهم للمساءلة والعقوبات. أما تطبيق هذه القوانين والتعليمات الفنية فيعمل على حماية المنتجات الوطنية؛ لأن هذه التعليمات الفنية الإلزامية توفر المرجعيات الفنية للجهة الرقابية وبخاصة أنها اعتمدت على المواصفة الفلسطينية للمنتجات الغذائية عند صياغتها. وتهدف التعليمات الفنية إلى تعزيز القدرات التنافسية للمنتجات الوطنية والمحافظة على المنافسة العادلة بين القطاعات الإنتاجية كافة، وبين المنتجات كافة سواء المحلية أو المستوردة، حيث يجب أن تكون التعليمات الفنية متطابقة للسلعة نفسها. وهذا يخلق بيئة تتساوى فيها الحقوق وتخلو من الغش والخداع، وتعطي المستهلك حقوقه كافة في اختيار ما يلي رغبته ومتطلباته. وهي تهدف أيضا إلى حماية المواطنين من جميع الممارسات التجارية الخاطئة، وتهدف للمحافظة على سلامتهم وأوضاعهم الصحية، عن طريق مطابقة المواد والأدوات المستخدمة في المواد الغذائية لاشتراطات السلامة والتعليمات الفنية، التي تؤكد صلاحيتها وعدم تأثيرها في سلامة المواطنين. وقد قامت مؤسسة المواصفات والمقاييس في عام 2020م باعتماد (عدد 88) تعليما فنيا إلزاميا جديدا (التقرير السنوي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، 2020، ص31).

كما تعمل التعليمات الفنية على رفع وعي المواطنين عن المنتجات، وترفع جودة المنتجات، وتزيد من الحصة السوقية وتسهم في النهوض بالمنتجات الوطنية، وتزيد من القدرات التنافسية، وبخاصة أن القانون المذكور أعلاه يلزم الشركات كافة بالالتزام بالتعليمات الفنية، ويجب على المنتج أن يطابق تلك التعليمات والمواصفات. وهذا ما يقع على عاتق الجهات الرقابية لمتابعة المنتجات في الأسواق ومعاينة الشركات المخالفة، إما بمصادرة المنتجات أو القيام بإتلافها، وهذا يزيد من الحصة السوقية للمنتجات الأجد والمطابقة للمواصفات والتعليمات الفنية، التي يجب أن يكون الالتزام بها إجباريا. وهذا ينطبق أيضا على المنتجات المستوردة، التي يجب أن تستوفي الشروط في تطبيق المواصفات المطلوبة للتعليمات الفنية؛ لأن عدم مطابقتها سوف يكون على حساب المنتجات المحلية، وعلى حساب القدرات التنافسية لهذه المنتجات، وأيضا على التنمية المحلية. وهذا مما لا يمكن قبوله من القطاعات الإنتاجية وأصحاب المصانع المحلية. وقد نصت عليه المادة (17) من قانون المواصفات والمقاييس رقم (6) لسنة 2000 حيث إنه "لا يجوز استيراد أي سلعة أو مادة وإدخالها إلى

فلسطين أو إنتاجها فيها ما لم تكن مطابقة لمتطلبات المواصفة المحددة في التعليمات الفنية الإلزامية لتلك السلعة" (البيطاوي، 2019، ص38)



شكل رقم(6) آلية إعداد التعليمات الفنية

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى (الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية)

2.2 المبحث الثاني: الميزة التنافسية

مقدمة

أصبح موضوع تحسين الميزة التنافسية من أهم المواضيع التي يهتم بها صناع القرار ؛ من أجل تحسين الأوضاع الاقتصادية ودعم المنتجات الوطنية وتحقيق التنمية المحلية، ومحاربة العزلة الاقتصادية التي فرضها الاحتلال الإسرائيلي، الذي جعل من الأسواق الفلسطينية أسواق استهلاكية للبضائع الإسرائيلية على حساب المنتجات المحلية.

وبناء على ذلك، كان لا بد للحكومة من إعادة النظر في الأوضاع الداخلية، وتطوير خطط استراتيجية للتنمية المحلية في القطاعات الزراعية والصناعية والتجارية كافة، فأطلقت الحكومة الفلسطينية خطة العناقيد ليتم تنفيذها عبر المؤسسات المتخصصة مثل وزارة الاقتصاد التي تدعم التنمية الاقتصادية بمساعدة المؤسسات المساندة لها. وقد عملت مؤسسة المواصفات والمقاييس على تكريس جهودها لدعم القطاعات الإنتاجية، ودعم المنتجات الوطنية من خلال وضع المواصفات والمعايير التي ترتقي بجودة المنتجات الوطنية، وتحسن من ميزتها التنافسية في الأسواق المحلية والعالمية. وعملت على رفع مستوى الوعي لدى أصحاب القطاعات الإنتاجية لأهمية التركيز على الجودة والمواصفات الفنية، والحصول على شهادات الجودة؛ لقدرتها على تحسين الميزة والقدرات التنافسية للمنتجات الوطنية ودعمها، وتحقيق اعتراف دولي بها؛ ما سيمكنها من فتح أبواب العديد من الأسواق الجديدة للمنتجات الوطنية من الصادرات الفلسطينية. فكلما زاد الالتزام بالمواصفات والمعايير الفلسطينية زادت ثقة المستهلكين بالمنتجات الوطنية وزاد الطلب عليها؛ وبالتالي تحسين الميزة التنافسية للمنتجات الوطنية، "الميزة التنافسية تعتبر مجموعة الخصائص أو الصفات التي يتصف بها المنتج أو العلامة، والتي تعطي للمؤسسة بعض التفوق والسمو مقارنة بمنافسيها" (عائشة، 2015، ص16).

كما أصبحت الميزة التنافسية حالياً تتحكم في مدى نجاح القطاعات الإنتاجية في الأسواق، فهناك مقولة لجاك ويلش الرئيس التنفيذي لشركة جنرال إلكتريك يقول فيها: إذا لم يكن لديك أي ميزة تنافسية ببساطة لا تغامر بالدخول إلى السوق (الثويني، 2017).

2.2.1 مفهوم الميزة التنافسية:

تم تعريف الميزة التنافسية على أنها الخصائص المعزولة أو الخصائص المعينة لأسواق المنتجات الفردية التي تمنح الشركة مركزاً تنافسياً قوياً. إن الميزة التنافسية تتبع من قدرة الشركة على خلق قيمة أعلى لمشتريها. إن القيمة الفائقة تتبع من تقديم أسعار أقل من المنافسين للحصول على مزايا مكافئة، أو تقديم مزايا فريدة تعوض أكثر من سعر أعلى (Sigalas, 2018, p3).

وعرفها (صافي، 2017، ص96) بأنها قدرة المؤسسة على تطبيق الاستراتيجيات التي تمكنها من التفوق على منافسيها، أو تكون في وضع أفضل من المؤسسات الأخرى في المجال نفسه؛ مما يؤدي إلى تلبية متطلبات العملاء وإشباع رغباتهم، ويحقق لها المنفعة والتميز.

وكما عرفها (Hosseini, Soltani, Mehdizadeh, 2018, p3) على أنها القيم المعروضة للشركة بالنسبة للعملاء بحيث تفوق هذه القيم السعر الذي يدفعه العميل.

ويعرف الباحث الميزة التنافسية بأنها مقدار تقبل وقناعة ما يقدمه كل طرف للآخر، بمعنى أنه يوجد علاقة مترابطة تتأثر ببعضها، وهي مدى رضا العميل وقبوله وتقبله وقناعته بالمنتجات، وبين ما تقدمه الشركات من جودة ومواصفات وتكلفة.

2.2.2 أهمية الميزة التنافسية

للميزة التنافسية أهمية كبيرة عند جميع الشركات للدور الذي تلعبه في تحقيق أهدافها العامة، عن طريق توفير أهم عناصر النجاح عند المنافسين. كما تلعب الميزة التنافسية دورا مهما في تطوير عمل القطاعات الإنتاجية والخدمية، وتعتبر من أهم مواطن القوة التي تساعد في استمرارية هذه القطاعات وتطورها، واستمرار عطائها ونموها وزيادة أرباحها. فعلى المستوى الداخلي تعمل على رفع الروح المعنوية لدى العاملين، فتكون دافعا لهم لتطوير الذات والتعلم؛ لزيادة أدائهم ونشاطهم في إنجاز أعمالهم وتشجيعهم على الابتكار والإبداع لينعكس على المنتجات والخدمات. أما على المستوى الخارجي فالميزة التنافسية تعطي القدرة للشركات على تقوية العلاقة مع العملاء والاحتفاظ بهم؛ بسبب التميز في جودة المنتجات التي تلبى حاجاتهم وتطلعاتهم، وتزيد من قناعة المستهلكين ورضاهم عن المنتجات. وهذا يؤدي إلى كثرة الطلب وزيادة الحصة السوقية، وزيادة الإنتاجية، وتحقيق المزيد من الأرباح والازدهار. وهي "تعطي المنظمة تقوفا نوعيا وكميا وفضلية عن المنافسين وبالتالي تتيح لها تحقيق نتائج أداء عالية" (علي، 2017، ص50).

تلعب الميزة التنافسية دورا مهما في تطور المنظمات واستقرارها واستمراريتها، وذلك للأسباب التالية: (لكحل، شارف، 2018، ص51)

- 1- تمتاز الميزة التنافسية بالتجدد والاستمرارية، وهذا يمكن المنظمة من الاستمرار في التقدم والتطور.
- 2- تمكن المنظمة من التفوق على المنافسين وتحقيق نتائج إيجابية.
- 3- تسهم في التأثير بشكل إيجابي في قناعة العملاء وكسب ولائهم.
- 4- تزيد من تطوير العمليات الداخلية والخارجية للمنظمة نحو الأفضل.
- 5- تزيد من الحصة السوقية للمنتجات التي تطرحها المنظمة.
- 6- مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في التصنيع والإنتاج؛ مما يؤدي إلى زيادة الجودة وخفض التكاليف.

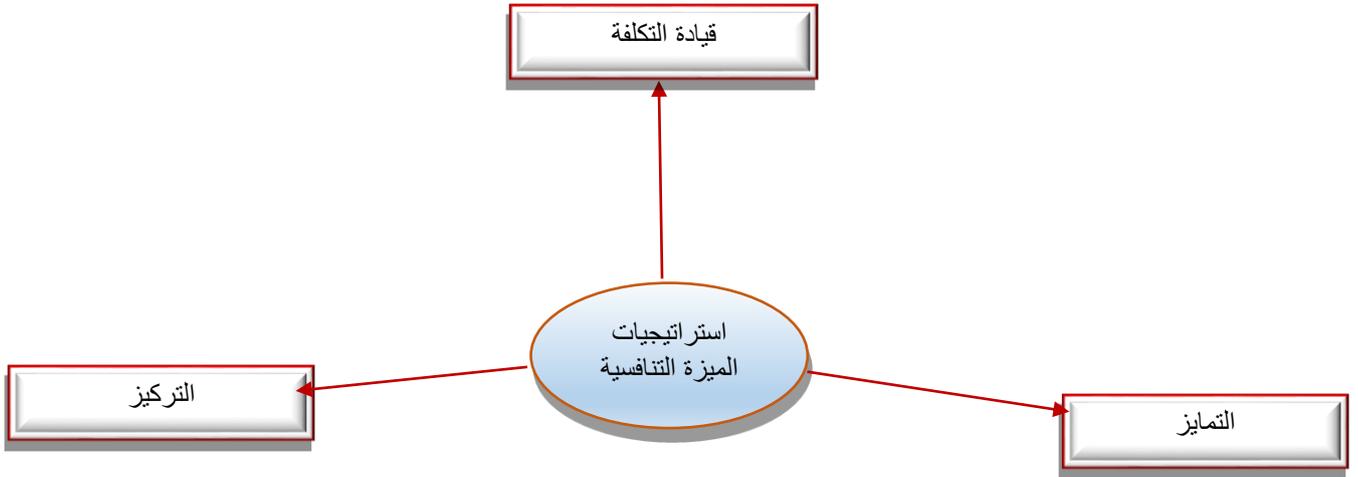
7- تزيد من التركيز على الاستثمار في الموارد البشرية من حيث التدريب والتعليم والاستقطاب من أجل التطوير والابتكار (عبد المالك، 2020، ص80).

تكمن أهمية الميزة التنافسية للشركات أو القطاعات المختلفة بأنها تعطيها مزايا وإمكانيات أفضل من الشركات المنافسة. وهذا يمكنها من التفوق والاستمرارية، ويزيد من قدراتها ونجاحها؛ ما يعطي دافعا لهذه الشركات لمتابعة التطورات في المجالات التكنولوجية؛ للتمكن من مواكبة هذه التطورات، وتحقيق قوة سوقية واسعة للمنتجات التي تطرحها في الأسواق المتخصصة والجديدة. كما تسهم الميزة التنافسية في تطوير الأداء وتحسين الخدمات والمنتجات التي تقدمها الشركات للمستهلكين. والميزة التنافسية تكسب الشركات السمعة الحسنة والشهرة، وتزيد من نسبة العملاء ومن الحصة السوقية للمنتجات، وتسهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركات وتحقق لها الازدهار، وتمكن الشركات الناجحة من البحث المتواصل عن ابتكارات جديدة يصعب تقليدها من المنافسين. وتعد بمثابة السلاح الأساس لمواجهة تحديات السوق والمنافسين، ويأتي ذلك من خلال قيام المنشأة بتنمية معرفتها التنافسية ومقدرتها على تلبية احتياجات العملاء في المستقبل، عن طريق خلق التعيينات والمهارات الإنتاجية بصورة مقدرات تمكنها من التكيف مع الفرص المتغيرة بشكل سريع (صافي، 2017، ص 97).

يرى الباحث أن تقدم أي شركة في مجال الإنتاج أو الخدمات يقاس بمدى قبول الطلب على منتجاتها واستهلاكه وازدياده، أو خدماتها، ومدى جودة منتجاتها ومطابقتها مع المواصفات المطلوبة التي تلي احتياجات كل من العملاء والمستهلكين والأسواق المحلية والعالمية ومتطلباتهم، وبخاصة في ظل التقدم التكنولوجي والتقنيات العالية لمنتجات الشركات المنافسة.

ومن أبرز الأهداف التي تحققها المؤسسة في امتلاكها للميزة التنافسية هي: تكوين رؤية مستقبلية جديدة للأهداف التي تريد المؤسسة الوصول إليها والفرص الكبيرة التي ترغب في اقتناصها، وخلق قيمة للعملاء حيث تسعى المؤسسة من خلاله تحقيق القيمة وتعظيمها؛ للوصول إلى رضا العميل، وضمان تأكيد بقائها في السوق التنافسية الحالية. كما تمثل الميزة التنافسية معيارا مهما لتحديد المؤسسات الناجحة حيث تتميز بإيجاد نماذج جديدة يصعب تقليدها (زرزور، 2013، ص56).

2.2.3 استراتيجية إنشاء الميزة التنافسية



الشكل رقم(7) استراتيجيات إنشاء الميزة التنافسية

المصدر من اعداد الباحث استناداً الى (مقداي، الصرايرة، دحبور، 2012: 71)

1- قيادة التكلفة: (Cost Leadership)

التكلفة: هي جميع الأعباء التي تتعلق بمرحلة من مراحل إنتاج إحدى المنتجات أو إحدى الخدمات قبل المرحلة الأخيرة من انتهاء التصنيع (نعمون، 2018، ص21).

استراتيجية قيادة التكلفة: هي الاستراتيجية التي تقوم القطاعات الإنتاجية باستخدامها من أجل تحقيق ميزة تنافسية في تخفيض تكاليف المنتجات، بحيث تكون أسعار البيع النهائية لهذه المنتجات أقل من أسعار المنافسين من الشركات الأخرى، وبخاصة أن أسعار المنتجات تعتبر عاملاً مهماً في كسب المزيد من العملاء، وزيادة الحصة السوقية للمنتجات؛ فتعتمد الشركات سياسة البيع الكثير والربح القليل لكسب رضا الزبائن عن هذه المنتجات بالأسعار المنخفضة التي ترضيهم. وهذه السياسة في التسويق تزيد من هامش الربح، وتمكن الشركات من توسيع أعمالها وزيادة الكميات الإنتاجية، وزيادة حصتها السوقية (بوعيسى، 2018، ص283).

إن استراتيجية قيادة التكلفة تقوم على جميع الأعمال والأفعال المخطط لها والمصممة لرفع خصائص المنتجات أو الخدمات وتحسينها بأقل كلفة ممكنة؛ لكي تلاقي قبولا عند المستهلك، وبذلك تستطيع المؤسسة تحقيق الميزة التنافسية لمنتجاتها والحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة (فاطمة، 2016، ص234).

ويمكن تحقيق استراتيجية قيادة التكلفة من خلال: المحافظة على خفض الكلف وتحسين الجودة خلال مرحلة الإنتاج، وهو ما يجعل المنظمة قادرة على جعل الميزة التنافسية حاضرة في كل مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج، واكتساب رضا الزبون في تنفيذ استراتيجية قيادة التكلفة (الجنابي، 2011، ص184).

ويرى الباحث بأن الشركات تستطيع ضبط آليات الإنتاج، وتخفيض التكاليف الإنتاجية عن طريق الحصول على المواد الخام ذات الجودة العالية، التي تدخل في العمليات الإنتاجية بأقل التكاليف لإنتاج سلع ذات جودة عالية، واتباع الوسائل التكنولوجية في التسويق، وهي ما تسمى التجارة الإلكترونية التي تسهم في خفض تكاليف عمليات التسويق.

2- **استراتيجية التمايز:** هي قدرة المؤسسة على تقديم منتجات وخدمات متميزة وفريدة وعلى مستوى عال من الجودة والأداء (شليبي، 2018، ص39).

وعرفها (كليب، 2020، ص186) هي تمتع المنتج بخصائص ومواصفات تميزه بشكل ملحوظ وواضح تضعه في موضع متفوق عن المنتجات الأخرى المتماثلة؛ مما يؤدي إلى زيادة في نسبة الطلب والإقبال عليه من العملاء دون الاكتراث كثيرا للأسعار بفضل تميز المنتجات بالجودة والتقنية العالية التي يرغبها العملاء .

تتجه بعض الشركات في السياسة الإنتاجية إلى استراتيجية التمايز التي تهدف الى تمييز منتجاتها عن بقية المنتجات المنافسة فتقوم الشركات التي تسعى إلى التميز في إنتاج منتجات عالية الجودة وتسويقها لفئة معينة من العملاء وبأسعار أعلى ، فالفاصل -هنا- هو مقدار الجودة التي تمتاز بها المنتجات، فبعض العملاء يبحثون عما هو أجود دون الاكتراث بالقيمة المادية، وهذا يعود إلى المقدرة الفعلية للشركات على الالتزام بالمواصفات والمعايير العالمية الحديثة لإنتاج أفضل أنواع المنتجات وأجودها، التي تجعل الزبون في قمة الرضا والتمسك بهذه المنتجات. وتكون الشركات أكثر نجاحا كلما استطاعت التميز في المنتجات في الأسواق العالمية بحيث تكون منتجاتها فريدة من نوعها في درجة الجودة والتميز، وحاصلة على علامة تجارية لها درجة قبول عالية عند العملاء الذين لديهم ولاء لهذه العلامات التجارية بغض النظر عن الأسعار. ومن الأمثلة على العلامات التجارية شركة Mercedes Benz التي تفوق أسعارها العديد من السيارات، ورغم ذلك تحتل حصة سوقية كبيرة. وحسب Porter فإن التميز يكون عالي التكلفة بشكل نسبي إذا تم الأخذ في الاعتبار أن التمايز يتطلب دائما تحقيق التقارب في التكلفة الخاصة بالمنتجات مقارنة بالمنافسين، لذلك عندما تحقق أي شركة استراتيجية التمايز في المنتجات فيتوجب عليها بيع المنتج بسعر أعلى من تكلفة التمايز الإضافية من أجل الاستفادة ببعض الأرباح الناتجة عن التسعير الإضافي" (عادل، 2013، ص49).

ويرى الباحث، بأن استراتيجية التمايز تهدف إلى إنتاج منتجات ذات قيمة مالية كبيرة وتسويقها لفئة معينة من العملاء الذين يبحثون عن أجود المنتجات وأعلى الأسعار، لذلك فإن هذه الشركات التي

تبحث عن التميز تحاول في كل خطوة زيادة جودة منتجاتها ومزاياها عن طريق التركيز على الابتكار والتطوير في المنتجات بما يتلاءم مع سمعة الشركة ويعزز منها، ويلبي رغبات العملاء ويرفع درجات الثقة في علامتها التجارية.

3- استراتيجية التركيز:

استراتيجية التركيز: هي استراتيجية تنافسية تكون مخصصة وموجهة نحو سوق معين، وتستهدف مجموعة محددة من المستهلكين دون غيرهم، وذلك من أجل الحصول على مزايا تنافسية تفوق غيرها من المنافسين. ومن أهم مزايا استراتيجية التركيز (الصرن، صقور، 2020، ص123).

- 1- ميزة الاستفادة في العديد من النواحي مثل: الإنتاج المتقن، خفض التكاليف، وإشباع رغبات الزبائن ومتطلباتهم.
- 2- ميزة التجديد والتطوير المستمر، حيث تشجع ميزة التركيز على اتباع طرق عديدة للابتكار والإبداع في المجالات التي تم تخصيصها.
- 3- تزيد من كفاءة عمليات الإنتاج واكتساب ميزة تنافسية عالية.

وتتحقق ميزة استراتيجية التخصيص في الحالات التالية: (قندوز، 2015، ص116)

- 1- في حال وجود مجموعة من العملاء لهم متطلبات مختلفة، ويستخدمون المنتجات بشكل مختلف.
- 2- في حال عدم وجود تضارب بين الشركات في استخدام السوق المستهدف نفسه.
- 3- عندما تمكن موارد الشركة من تغطية جزء معين من السوق.

ولكي تصبح استراتيجية التركيز أكثر نجاحا لا بد ان يكون السوق المستهدف في هذه العملية واسعا لدرجة تكفي لتحقيق أرباح وتسهم في تطوير الشركات ونموها، فنجاح هذه الاستراتيجية يتوقف على: (بن احمد، 2017، ص62)

- 1- تعدد حاجات المستثمرين بحيث يمكن التركيز على جزء منهم.
- 2- عدم وجود المنافسة في مجال تخصص المؤسسة نفسه.
- 3- أن تكون حدة المنافسة كبيرة ما بين المنافسين بحيث تصبح بعض القطاعات أكثر إغراء وجذبا من قطاعات أخرى.

ويرى الباحث أنه يجب على الشركات في هذه الاستراتيجية العمل على التركيز على سياسة واحدة من أجل تحسين الميزة التنافسية لديها، فهنا لا بد للشركات من اختيار إحدى الاستراتيجيات المذكورة أعلاه وتركز عليها في تنظيم عملها وأنشطتها. ولكي تتمكن من التركيز على الجزء المناسب من السوق لهذا الاختيار لا بدّ من بذل الجهود ومضاعفة العمل؛ لكي تستطيع منافسة الشركات الأخرى

في المجال نفسه؛ لأنها في هذه الاستراتيجية وهذا التخصص تكون الشركات أكثر دقة وتميزا وكفاءة في إنتاج بضاعة فريدة من نوعها وعالية الجودة ومستحدثة في الأسواق.

الفرق بين استراتيجيات إنشاء الميزة التنافسية

جدول رقم(3)

التخصص	استراتيجية قيادة التكلفة	استراتيجية التميز	استراتيجية التركيز
التميز في الإنتاج	أسعار منخفضة	جودة عالية	التركيز أما (السعر أو الجودة)
الحصة السوقية	حصة سوقية واسعة جدا	حصة سوقية لعدة أجزاء	حصة سوقية محددة

المصدر (جعفر، يونس، 2016، ص202)

2.2.4 مصادر الميزة التنافسية

الحصول على مصادر الميزة التنافسية مرهون بما تمتلكه المؤسسات من الموارد المختلفة، ويوجد العديد من المصادر المهمة التي تستند إليها الشركات لتحقيق تميزها عن الشركات الأخرى، وكلما زادت هذه المصادر زاد تميز الشركة، وأصبح من الصعب جدا على الشركات المنافسة تقليدها، وعلى عكس ذلك لو قلّت المصادر التنافسية قلّت الميزة التنافسية وسهل على المنافسين تقليد المنتج. لذلك تستطيع الشركات تحقيق الميزة التنافسية بالاعتماد على مقدرتها في استغلال مصادرها ومواردها الداخلية التي تمنحها العديد من المزايا التنافسية مثل: الجودة، والمواصفات، والمعايير، والابتكار، والتكلفة، والكفاءات، والعلاقة مع العملاء، والموارد الملموسة وغير الملموسة، والتكنولوجيا، والمعرفة. وتعتبر هذه الموارد المذكورة مصادر تدعم تحقيق الميزة التنافسية إذا تمكنت الشركات من حسن استغلال هذه الموارد بشكل مجتمع ومتكامل ومتناسق، وإذا تمكنت من توظيف هذه المصادر للخروج بمنتج فريد في جودته يدعم الميزة التنافسية. فهذه المصادر تنظم العمل وترتقي بالأداء وتحسن من جودة المنتجات، وتحسن من الميزة التنافسية (عامر، 2016، ص39).

1- **الابتكار:** إن السبب الرئيس وراء أهمية الابتكار هو حجم التحديات المعقدة التي تواجه الشركات؛ فأصبح الابتكار ضروريا من أجل التكيف مع التطورات لمواجهة هذه التحديات لكي تتمكن من الاستمرار، فالابتكار يعدّ من أهم الأسباب التي تدفع الشركات إلى التفوق والازدهار؛ لأنه مصدر متجدد يعطي أفكارا إنتاجية جديدة، فكلما كانت البضاعة فريدة من نوعها ومبتكرة زادت حصتها السوقية، وزاد طلب العملاء الذين يبحثون عن الأصناف والمنتجات الأفضل والأجود والأحدث، لذلك يعتبر نمو أي من القطاعات الإنتاجية أو الخدماتية وتطوره مرتبطا بشكل وثيق بالابتكار

والأفكار الجديدة والتطور العلمي والإبداع- التي كلها تسهم في الابتكار (جان، دودجسون، 2014، ص25).

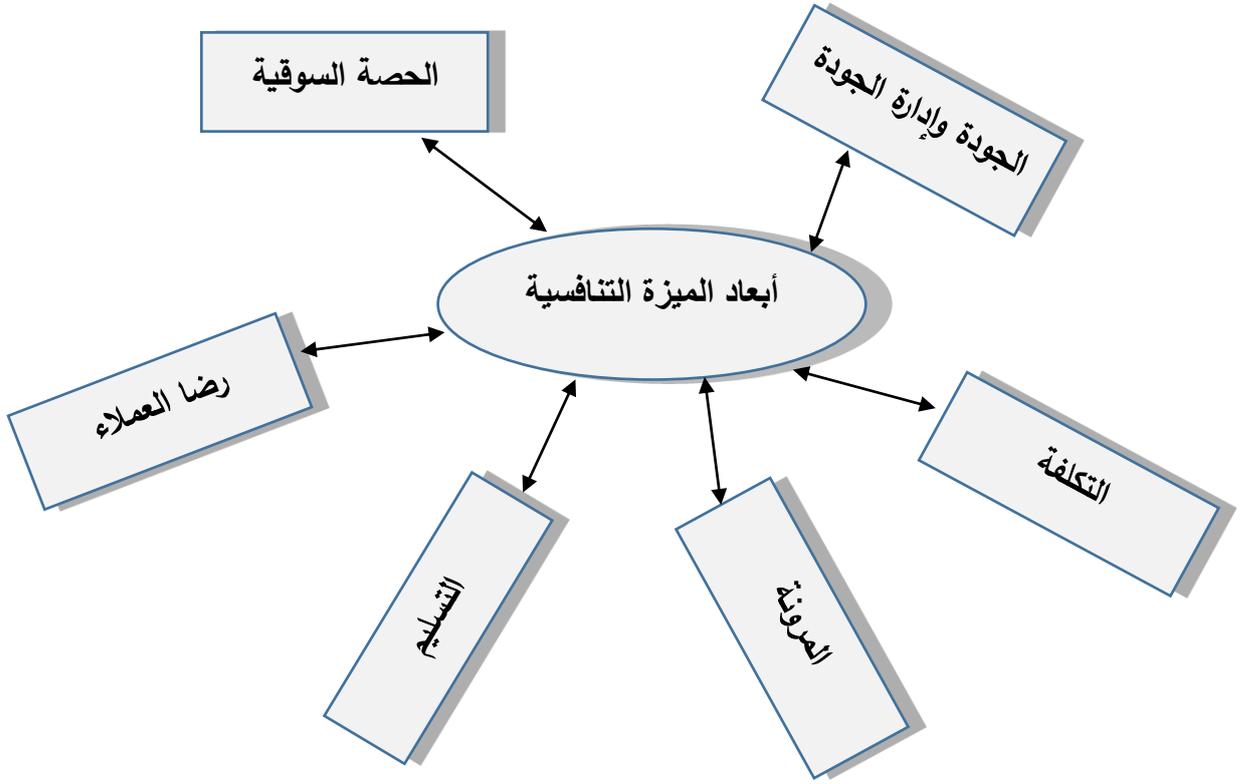
2- **كفاءة الموارد البشرية:** تلعب الكفاءات دورا مهما في تحقيق الميزة التنافسية لدى الشركات، وبخاصة في ظل التحديات التي تفرضها التطورات التكنولوجية والتسارع في مجال التنافس؛ مما يصعب على الشركات المحافظة على قدراتها التنافسية. فالموارد البشرية التي لديها القدرات الفكرية والمهارات العالية والمهنية تعتبر من أهم المصادر التي تسهم بشكل كبير في خلق الميزة التنافسية، بالمحافظة على الموارد ومنع الهدر واستغلال الوقت والجهد وتكريسه في الإبداع والتطوير؛ لتحقيق التفوق في الجودة ورفع القدرات التنافسية (سالم، 2014، ص51).

3- **العلاقة مع العملاء:** إن نجاح الشركات في اكتساب ميزة تنافسية في الأسواق يعتمد على قدرتها على الاستمرار في تطوير العلاقات مع العملاء؛ لأنهم هم الجهة المستهدفة والجهة القادرة على تحديد رغباتهم ومتطلباتهم، التي تبني عليها الشركات الخطط الإنتاجية لتغطية حاجات العملاء في الأسواق. فالميزة التنافسية تتحسن من خلال بناء علاقات قوية ومستمرة مع العملاء، وهذا يسهم في تلبية حاجاتهم بشكل مستمر؛ لأن الزبون الذي يقوم بتطوير علاقة قوية مع المؤسسة سوف يميل لاستخدام خدماتها مرارا وتكرارا، وهو ما ينتج عنه ارتفاع نصيب الزبون الواحد من المبيعات؛ والتالي ارتفاع حصصها السوقية، فتصبح المؤسسات أكثر فعالية عبر الزمن لامتلاكها القدرة على توقع تطلعات الزبون، وينتج عن هذه المعرفة تخفيض في التكاليف وارتفاع في مستوى جودة الخدمة المقدمة (ليلي، الزهراء، 2018، ص69).

4- **الأدوات والمعدات الإنتاجية:** تعتبر نوعية المعدات والأدوات ومقدار حداثتها من أهم العوامل التي تسهم في تعزيز الميزة التنافسية وتحسينها، فكلما كانت المعدات متطورة تكنولوجيا زادت جودة الإنتاج، وقلت نسبة الأخطاء ونسبة الهدر في المواد الأولية والهدر في الوقت. وهذا يؤدي إلى تخفيض التكلفة ويزيد من الجودة؛ وبالتالي يحسن من الميزة التنافسية.

5- **الجودة:** مما لا شك فيه أن تحقيق الميزة التنافسية هو أمر مرتبط كلياً بمقدار التقيد بمواصفات الجودة ومعاييرها، والضمان الوحيد لاستمرار القدرات التنافسية للشركات وللمنتجات يرتبط بالإجراءات المتبعة في تطبيق المواصفات الفنية وشروط السلامة العامة للمحافظة على صحة المواطنين (الخلف، مهيهي، 2019، ص316).

2.2.5 أبعاد الميزة التنافسية



الشكل رقم (8) أبعاد الميزة التنافسية

المصدر من اعداد الباحث استنادا الى (صافي،2017، ص 102-105)

أبعاد الميزة التنافسية: حددت معظم الأدبيات في هذا الموضوع عددًا مختلفًا من أبعاد المنافسة، ولكن المعتمد من قبل الباحث في هذه الدراسة أربعة أبعاد يمكن تلخيصها في: التكلفة، والمرونة، والتسليم، والجودة (Diab,2014.p140).

والمقصود بأبعاد الميزة التنافسية: الخصائص، والآليات، أو السبل التي تختارها الشركات وتحددها لتحقيق من خلالها تنافسا وتوقفا على المنافسين. ولذلك يجب على الشركات المنافسة وضع خططها بما يتوافق مع البعد التنافسي الذي يمكن أن يحقق لها الميزة التنافسية في الأسواق، أي على الشركات التي تبحث عن الصدارة والتفوق على المنافسين أن تعتمد البعد التنافسي المتوافق مع قدراتها التسويقية. وهناك ستة أبعاد للميزة التنافسية سيتم تناولها وهي:

1- الجودة: Quality

الجودة: هي قدرة مجموعة من الخصائص والصفات الجوهرية التي يتميز بها المنتج على تلبية المتطلبات (لحبيب، 2019، ص13).

وعرفها (فيحان، 2018، ص56) هي مجموعة خصائص التصنيع التي تحدد مدى مقدار تلبية المنتجات لتوقعات الزبون ورغباته عن الاستخدام .

ويرى الباحث بأن الجودة أصبحت اليوم مطلباً رئيساً تسعى العديد من المؤسسات إلى تحقيقها؛ لكي تتمكن من المحافظة على قدراتها التنافسية في الأسواق. وللجودة أهمية كبيرة عند الشركات وعند العملاء كافة؛ بسبب حالة التطور التي شهدتها العالم في العديد من المجالات، وبالأخص المجال التكنولوجي والمعلوماتي؛ فأصبح العملاء يسعون إلى امتلاك أجود المنتجات وبالأسعار المناسبة، وأصبحت القطاعات الانتاجية كافة تسعى إلى تطوير جودة منتجاتها؛ لتحسين الميزة التنافسية للفوز بطلبات العملاء عن طريق تقديم منتجات تفوق توقعاتهم.

ولتحقيق الجودة في المنتجات لا بد من:

1- الالتزام بالمواصفات والمعايير المحلية والدولية الواجب توفرها في المنتجات المصنعة لتصل إلى درجة الجودة العالية.

2- مراجعة المواصفات القياسية باستمرار والعمل على تحديثها إذا اقتضى الأمر.

3- أن يكون المنتج مناسباً للاستخدام ويلبي رغبات الزبون ومتطلباته.

لذلك فإن الجودة هي السمة المحددة للمنتج والخدمة التي تلي احتياجات المستهلكين. والجودة هي تصميم متقدم وتكنولوجيا هندسية (Sani,2011,p4).

يرى الباحث، بأن الجودة أمر مهم جداً لكسب رضا العملاء وولائهم، وكسب ثقتهم؛ لكي يتم تقديم منتجات ذات جودة عالية تتناسب مع متطلباتهم وتلبي رغباتهم. فكلما زادت جودة المنتجات زادت الميزة التنافسية التي لها تأثير إيجابي في العملاء وفي الحصة السوقية وفي سمعة الشركة. كما إن الجودة تعطي المنتج خاصية وميزة وقدرة على تلبية توقعات الزبائن، وهذا يقع على عاتق المبتكرين لاختراع ما يطلبه الزبون من هذه المنتجات. فالشركات يجب عليها أن تسعى باستمرار لابتكار منتجاتها وتحسينها؛ لتحسين قدراتها التنافسية ولتحقيق رضا العملاء.

ويرى الباحث، أن الأسواق أصبحت في هذه الأيام مزدحمة بالمنتجات المختلفة المحلية والمستوردة. وفي هذه البيئة المفعمة بالحركة تسعى معظم الشركات إلى تحقيق الميزة التنافسية للحصول على حصة سوقية لمنتجاتها. ولا يمكن لهذه الشركات أن تتمكن من الدخول في هذا المعترك التجاري وتحقيق الميزة التنافسية، إلا إذا التزمت بالمواصفات والمعايير الدولية في المنتجات؛ لتحقيق الجودة الشاملة للوصول إلى الهدف الذي تسعى إليه معظم الشركات وهو تحقيق رغبات المستهلكين، وكسب رضاهم لينتج عن هذا الرضا ازدياد في الحصة السوقية، وارتفاع نسبة المبيعات على المستوى المحلي، وازدياد نسبة التصدير إلى الأسواق العالمية. وهذا التميز يمكن تحقيقه من خلال أبعاد الميزة

التنافسية، ويمكن قياس مقدار التنافس على المنتجات من خلال قياس جودة هذه المنتجات، عن طريق قياس رضا العملاء.

إدارة الجودة الشاملة:

إدارة الجودة الشاملة هي عملية لتحسين العمليات الإدارية وتحسين أداء الأفراد مع تكريس الاهتمام؛ لكسب رضا العملاء وتلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم. فإدارة الجودة هي عملية للتأكد على الوصول إلى الجودة الشاملة والكفاءة والتميز في المنتج، وهذا يحقق الميزة التنافسية والسمعة الجيدة للشركات المنتجة وللمنتجات نفسها. فإدارة الجودة الشاملة تركز على التعاون الفعلي والحقيقي بين الإدارة وبين العاملين لإنجاز العمل بطريقة صحيحة؛ لأنه سينعكس هذا العمل على نوعية الخدمة المقدمة، وعلى نوعية الإنتاج. فأداء العمل بجودة عالية يؤدي أيضاً إلى تقليل التكاليف وتحقيق الأرباح وكسب رضا العملاء، وهذا ما يؤخذ بعين الاعتبار عند وضع مواصفات وتصميم للمنتج بحيث يلبي ما يفوق تطلعات العملاء ومتطلباتهم. فالجودة الشاملة كما عرفها (Brockman) بأنها فلسفة تركز بلا هوادة على احتياجات العميل، داخلياً وخارجياً، وتعيد تنظيم المنظمة وتهدف إلى التحسين المستمر من خلال استخدام المراقبة لإحصائية (Mistry, Usherwood.1996).

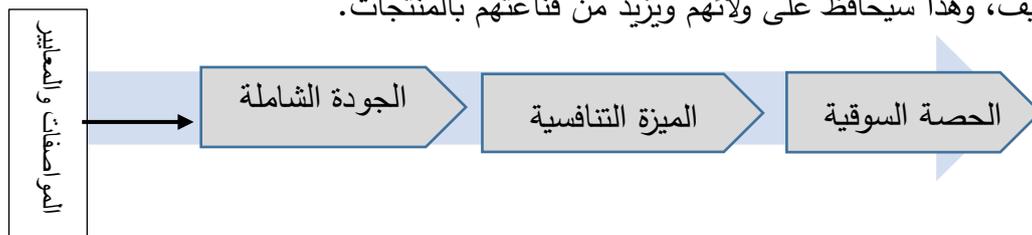
وقد عرف معهد المقاييس البريطاني Institute Standards British إدارة الجودة الشاملة بأنها: "فلسفة إدارية تشمل كافة النشاطات المنظمة التي من خلالها يتم تحقيق احتياجات العملاء وتوقعاتهم والمجتمع، وتحقيق أهداف المؤسسة كذلك، بأكفأ الطرق وأقلها تكلفة، عن طريق الاستخدام الأمثل لطاقت جميع العاملين بدافع مستمر للتطوير (الملاح، 2005، ص15).

وعرف Lee and Chang إدارة الجودة الشاملة على أنها التزام جميع الموظفين بالتحسين المستمر للعمليات التجارية لتلبية احتياجات ومتطلبات العملاء بمشاركة جميع العاملين تحت قيادة الإدارة العليا. (QUDAH,2012,p60)

تعمل إدارة الجودة الشاملة على توفير الأداء المناسب والجودة المرضية والمستمرة التي تلبي حاجات ومتطلبات العملاء والمستفيدين وبأقل التكاليف، لذلك فإن إدارة الجودة تشدد على ما يلي: (عطية، 2015، ص68)

- 1- توفير جميع المتطلبات للمستفيدين كافة من المنتجات أو الخدمات.
- 2- كسب رضا العملاء وولائهم.
- 3- التقيد في جميع متطلبات العمل والتشديد على الالتزام بالجودة.
- 4- إلزام كل فرد في المؤسسة بتحمل مسؤولياته والقيام بواجباته المحددة والواضحة.
- 5- متابعة الأعمال وتحليلها وتقييمها لضمان التأكد من تحقيق الجودة.

ويرى الباحث، أن إدارة الجودة الشاملة تهدف إلى تحسين جميع وظائف القطاعات الإنتاجية، وتقود المؤسسة إلى أعلى المراكز التنافسية وتعزز من سمعتها، وهذا يدعم في زيادة الحصة السوقية للمنتجات التي تمتاز بمواصفاتها وجودتها العالية. كما تعتبر الجودة الشاملة السبب الرئيس في تفوق الشركات وتقدمها، فطالما التزمت هذه الشركات بالمواصفات والمعايير الدولية في عملياتها الإنتاجية، فستكون هذه الشركات هي الرائدة والمتقدمة في السيطرة على الأسواق، والقادرة على جذب العملاء والمستهلكين، وتلبية متطلباتهم وتقديم الخدمات بما يتناسب مع احتياجات العملاء بأفضل الطرق وأقل التكاليف، وهذا سيحافظ على ولائهم ويزيد من قناعتهم بالمنتجات.



الشكل رقم (9) يوضح الترابط بين المواصفات والجودة الشاملة وتأثيرها في تحسين الميزة التنافسية وزيادة الحصة السوقية:

المصدر من اعداد الباحث

2- التكلفة: يمكن تعريف التكلفة الإنتاجية بأنها (التكلفة التي تشمل جميع عناصر التكاليف التي ترتبط بالعمليات الإنتاجية داخل المصنع وتسمى بتكاليف الصنع التي تتضمن تحويل المواد الخام إلى منتجات جاهزة) (صالح، 2018، ص 32).

تعتبر عناصر التكلفة سواء كانت تكلفة المواد أو تكلفة التصنيع أو التكاليف الإضافية الأخرى ضرورية ومهمة جداً، ولا يمكن الاستغناء عنها في صناعة أي منتج. وهنا تبرز أهمية إدارة الجودة في تحديد المتطلبات الضرورية التي يجب أن تتوفر في المنتجات التي يتم تقديمها للعملاء. ويعتبر الضابط الوحيد الذي يمكن للشركة الارتكاز عليه في مقدرتها أو عدم مقدرتها في المحافظة على مستوى معين من الجودة، هو التحكم في تكلفة الإنتاج؛ لأن هدف أي شركة من إنفاق هذه التكاليف هو الحصول على أرباح ومكاسب تفوق هذه التكاليف. وللحفاظ على الميزة التنافسية في أسواق مليئة بالتحدي والمنافسة بين الشركات والمستثمرين، لا بد من إنتاج سلع تقوم على مبدأ التوازن بين التكلفة والجودة بما يضمن ميزة تنافسية عالية.

وبناء على ما سبق، على الشركات المنافسة تقدير تكاليف الجودة بشقيها المباشرة وغير المباشرة من أجل الوصول إلى أسعار منافسة مع المحافظة على الجودة المطلوب توفرها في المنتجات؛ لأن "التكلفة الأقل هي الهدف الرئيسي للوحدات التي تتنافس من خلال التكلفة وحتى الوحدات التي تتنافس من خلال المزايا التنافسية الأخرى غير التكلفة فإنها تسعى لتحقيق كلف

منخفضة للمنتجات التي تقوم بإنتاجها. إن أسبقية التكلفة الأقل للمنتجات يسهم في زيادة الطلب عليها، فضلاً عن انخفاض هامش الربح إذا لم تنتج الوحدة منتجاتها بتكاليف منخفضة" (كاظم، الوهاب، 2013، ص62).

أما رداءة الجودة فتعمل على زيادة التكاليف الإنتاجية وخسارة كبيرة على الشركات المنتجة؛ لأنه سيكون هناك تكاليف إضافية في عملية إعادة الإنتاج، لذلك ركزت إدارة الجودة الشاملة على التطوير والتحسين المستمر في جودة المنتجات، وتخفيض تكاليف الإنتاج إلى الحد الأدنى الممكن، وذلك من خلال القيام بالمهام الوظيفية بشكل صحيح من أول مرة؛ من أجل تقديم منتجات خالية من العيوب وبأسعار أقل وممكنة للعملاء. وتؤدي هذه السياسة إلى خفض التكلفة الإنتاجية والمحافظة على الجودة إلى زيادة كبيرة في الحصة السوقية. ويمكن تعريف التكلفة الإنتاجية بأنها "التكلفة التي تشمل جميع عناصر التكاليف التي ترتبط بالعمليات الإنتاجية داخل المصنع وتسمى بتكاليف الصنع التي تتضمن تحويل المواد الخام إلى منتجات جاهزة" (صالح، 2018، ص32).

يوجد العديد من الخبراء وأصحاب الاختصاص الذين خاضوا في موضوع التكلفة، ولتوضيح العلاقة بين التكلفة والميزة التنافسية والجودة، لا بد من التطرق إلى المنهج الياباني في الجودة (الكايزن) وهو مصطلح ياباني يعني التحسن المستمر، وعرف التحسين المستمر بأنه الجهود المستمرة والمتطورة التي تقوم بها المنظمة لتلبية الاحتياجات وتخطي التوقعات المتغيرة للزبائن (الراغب، شاويش، 2018).

وتحدث هذا المنهج عن التحسين المستمر وخفض التكلفة، وزيادة الحصة السوقية وتحقيق الميزة التنافسية، وهذا الأمر يتم عن طريق تحسين الجودة وخفض التكلفة، وتخفيض الأنشطة أو القيم الإضافية التي تدخل في عمليات الإنتاج؛ من أجل الوصول إلى تقديم أسعار ترضي العملاء وتكسب رضاهم عن المنتجات. فهذا المنهج يوضح مدى ارتباط الحصة السوقية والميزة التنافسية ورضا العملاء بالجودة والتكلفة، بمعنى أنه إذا زادت الجودة زادت الحصة السوقية وتحسنت الميزة التنافسية، فكلما قلت التكلفة وزادت الجودة زاد رضا العملاء وتحسنت الميزة التنافسية والحصة السوقية.

ويرى الباحث، أن هدف القطاعات الصناعية هو تحقيق الجودة الشاملة، وتصنيع منتجات مطابقة للمواصفات الفنية لتلبية متطلبات المستهلكين وبأقل التكاليف الإنتاجية، التي تتفق من أجل تصنيع المنتجات. تحتاج هذه القطاعات إلى العديد من الموارد والمواد الأولية الضرورية لتحويلها إلى منتجات، ويجب تفادي وقوع أي خطأ أثناء عمليات الإنتاج والمحافظة على استغلال المواد الأولية؛ لإنتاج سلع مطابقة للمواصفات والمعايير وخالية من أية عيوب؛ لضمان عدم إعادة التصنيع لتفادي التكاليف الإضافية، واستخدام موظفين لديهم كفاءة ومهارة عالية لإنتاج ما هو أجود بأقل التكاليف. لذلك إذا أرادت هذه القطاعات الإنتاجية الحصول على ميزة التكلفة والأفضلية، فعليها السيطرة على الخدمة وضبط توفيرها بأقل التكاليف، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في العمليات الإنتاجية؛ لإعطاء

نتائج دقيقة في تخفيض تكلفة الإنتاج وفي الجودة النهائية للمنتج وزيادة الاهتمام بالجودة؛ لأنها العامل الأساس في تقوية الميزة التنافسية وتحسينها، وزيادة الحصة السوقية للمنتجات والتركيز على تخفيض التكلفة؛ لأنه يعطي إمكانية للشركات من إنتاج سلع بأقل التكاليف، من خلال الالتزام بالموصفات والكفاءة في الأداء وتقنيات فعالة وانخفاض في تكاليف التوزيع، والعنصر الأهم هو توفير المادة الخام بأسعار منخفضة. وهذا الأمر يؤدي إلى الحد من الهدر في الموارد، وبالتالي سينعكس على السعر النهائي للمنتج، فيمكن أن يتم تسعير المنتج بأسعار المنافسين نفسها، وفي هذه الحالة تكون نسبة المربح أعلى بسبب التكلفة الأقل، أو أن يتم تخفيض السعر عن أسعار المنافسين، وفي هذه الحالة تزيد كمية الإنتاج والمبيعات، وتزيد أيضا نسبة الأرباح ويعطي الشركة ميزة تنافسية قوية، إذا استطاعت الشركات المنتجة الوصول إلى منتجات ذات جودة عالية وتكلفة قليلة وبأسعار مناسبة للمستهلكين، وتستطيع الشركة أن تحقق أيضا إنتاجية عالية. فالتكلفة القليلة أو كفاية التكلفة هي مقدار إمكانية الشركة على تنفيذ سلع ذات جودة عالية وإنتاجها بأقل التكاليف، والمحافظة على تقليل الهدر ونسبة الفقد مع القيام بالمتابعة الدقيقة على عناصر التكاليف التصنيعية.

3. المرونة: Flexibility

المرونة: هي الأساس في الميزة التنافسية للمنظمة من خلال الاستجابة السريعة المدروسة للتغيرات التي قد تحدث للمنتجات، وبما يتلاءم مع حاجات الزبائن (عمرو، 2016، ص45). وعرفها (رؤوف، اسوادي، 2020:113) هي مدى قدرة الشركات على إمكانية مواجهة المتطلبات والظروف، ومقدرتها على المنافسة من خلال إمكانية التطوير وتقبل إجراء التغيرات سواء كان على مستوى الموارد البشرية أو العمليات الإنتاجية من أجل كسب رضا العملاء وبأقل كلفة للمنتج وبأعلى جودة .

أهمية المرونة: تزداد أهمية المرونة كلما ازدادت التقييدات في بيئة الأعمال وهذه المراحل تتطلب جهدا كبيرا من الشركات المنتجة لتحديد احتياجات العملاء ومتطلباتهم، وتتطلب التحسين-المستمر في المنتجات لكي تتناسب مع متطلبات العملاء. فالمرونة تعتبر بمثابة المقياس الفعلي الذي يعطي الشركات السعر والنوعية والمقدار الفعلي من السلع التي يحتاجها المستهلك، فأهمية المرونة تكمن في: (Nahel, Alagha, AL Shobaki, Abu Naser , Etalla,2020,p149).

- 1- الاستجابة السريعة للشركة وتكيفها مع الظروف المحيطة، وتكمن أهمية المرونة في إجراء تعديلات سريعة في عملية التصنيع، بسبب تغيرات احتياج الأسواق من المنتجات الجديدة.
- 2- إنتاج سلع متنوعة ذات جودة عالية تزيد من الحصة السوقية والقدرات التنافسية للشركة.
- 3- كسب ثقة العملاء عن طريق إنتاج سلع بالسعر والوقت المناسب.
- 4- زيادة كميات الإنتاج وتحقيق المزيد من الأرباح.

5- زيادة الإمكانات المتوفرة من موارد المؤسسة بحيث تمكنها من حرية التكيف والاستجابة للمتغيرات المختلفة

6- تعطي المؤسسة قدرة على البقاء والنجاح في بيئة تنافسية سريعة التغير. تتضمن مقاييس قياس المرونة الأبعاد التالية: (Ni, Xu, Cui, Qiao, Zhang, Li, Hickey,2021, p5)

- مرونة هيكلية المؤسسة: أن تمتلك المؤسسة القدرة على إعادة الهيكلة.
- مرونة الموارد: قدرة المؤسسة على استغلال الموارد وتحويلها إلى استخدامات مفيدة.
- مرونة القيادة: قدرة القيادة وإمكانيتها على القيام بأدوار مختلفة للتمكن من تلبية التنوع في الطلبات.
- المرونة التكنولوجية: إمكانية المؤسسة على مواكبة التطورات التكنولوجية والتقنية بما يتلاءم مع متطلبات التنافس.
- المرونة الثقافية: قدرة المؤسسة على تطوير ثقافتها وخلق أجواء تعليمية والحث على الابتكار والإبداع من أجل التكيف مع المتغيرات المتسارعة.

ويرى الباحث، بأن العولمة والثورة التكنولوجية الحديثة، والتطور في المجال الصناعي عملت على خلق تغير وتطور في رغبات العملاء ومتطلباتهم، وفرضت على أصحاب القطاعات الصناعية تطوير المنتجات بما يتناسب مع هذه التطورات التكنولوجية؛ لتتمكن من إرضاء العملاء وتلبية متطلباتهم المتنوعة والمتجددة، لتواكب التكنولوجيا الحديثة ولتتناسب مع متطلبات العصر. وهذا يتطلب كفاءة عالية في التخطيط لإدارة الموارد ومعرفة استثمارها لخلق مرونة عالية في التصنيع؛ لمواكبة التغير المستمر في متطلبات العملاء، وهذه المرونة تحسن من القدرات التنافسية للقطاعات الصناعية. تعتبر فكرة المرونة في التصنيع مقدار فهم وإدراك لحقيقة واقع الحجم الكبير للقدرات التنافسية للشركات المنتجة في الأسواق، وفهم وإدراك المتطلبات الحقيقية التي تلي رغبات العملاء واحتياجاتهم الحالية. فيجب على الشركات وضع الخطط لتتمكن من تطوير المنتجات التي تلي احتياجات العملاء الحالية والمستقبلية. ولتتمكن هذه الشركات من تنفيذ هذه الخطط، لا بد أن يكون لديها مرونة في الإنتاج؛ لتصل إلى سد حاجات الأسواق من السلع المستهدفة، وبذلك تكون هذه الشركات قد حققت ميزة تنافسية عالية.

بناء على ما سبق، يستنتج الباحث بأنه لا بد أن تتصف العمليات الإنتاجية بالمرونة؛ لمواكبة التغيرات التكنولوجية والاقتصادية، للتمكن من سد حاجات الأسواق، ومتطلبات العملاء بدرجة تفوق التوقعات، وتتفوق على القوى الأخرى المنافسة. لذلك يزيد نجاح الشركات التي تمكنت من تحديد احتياج الأسواق والسيطرة على حصة كبيرة فيها وتفوقها.

4. رضا العملاء :

العميل: هو الزبون أو المستفيد أو المنظمات أو المؤسسات، الذين يحتاجون إلى خدمات أو منتجات معينة ولديهم الرغبة في شرائها والحصول عليها. والعملاء يصنفون إلى عملاء داخليين وعملاء خارجيين، أما الداخليون فهم الموظفون كافة (عمال، مهنيون، وفنيون) الذين يعملون داخل الشركة المنتجة أو المقدمة للخدمة، وأما الخارجيون فهم العملاء والمستهلكون من خارج نطاق الشركة كافة (سعد الله، 2017، ص ص 45-46)

رضا العملاء: هو وجهة نظر حول درجة إشباع رغباته بالنسبة لتوقعاته لمختلف السلع والخدمات المستحوذة (إسلام، محمد، 2015، ص36)

وعرف (Giese, Cote,2002,p2) بأنه استجابة عاطفية موجزة متفاوتة الشدة .

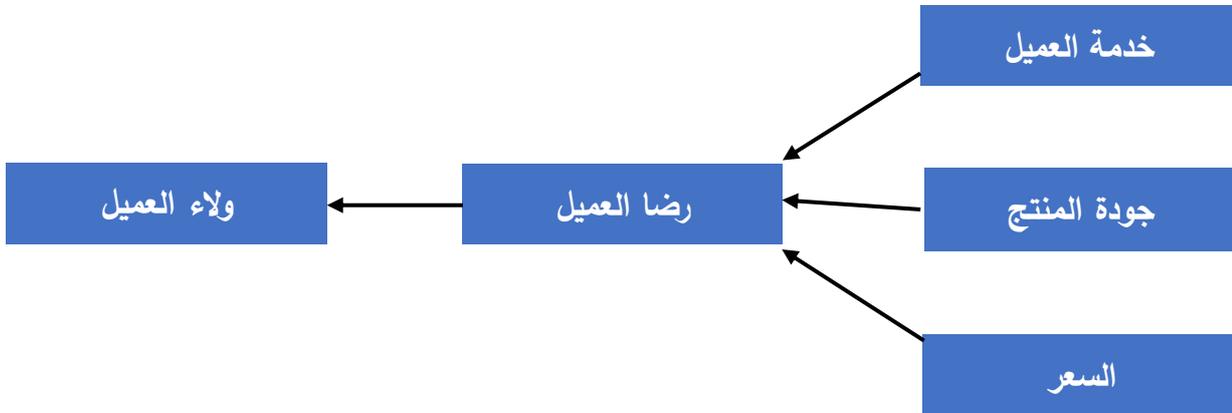
وعرفه (Razak, Nirwanto,Triatmanto,2016, p60) هو مقدار شعور العميل بالسعادة والرضا أو عدم الرضا مقارنة بنتيجة أداء الخدمات أو جودة المنتجات ومدى تطابقها مع توقعاتهم .

جودة خدمة العملاء: هي جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات سواء كانت هذه الخدمات التي يتوقعها العميل أو التي يدركها فعليا في الواقع، وتعتبر المحدد الأساس لرضا العملاء، وهي في الوقت نفسه أولوية المؤسسات الرئيسية التي تطمح أن ترتقي بها دائما، لذلك تحاول الشركات اليوم في جميع أنحاء العالم تقديم خدمات وإنتاج سلع ذات جودة عالية ومواصفات عالمية؛ من أجل تحقيق ميزة تنافسية تمكنها من تلبية متطلبات العملاء ورغباتهم وكسب رضاهم (الدرادكة،2006: 181).

فوائد رضا العملاء : (المهيدب،2017، ص17)

- 1- تحسين الميزة التنافسية للشركة المنتجة.
- 2- العملاء هم السبب الرئيس وراء استمرار وجود الشركة وتقدمها.
- 3- ارتفاع نسبة الطلب على المنتجات وزيادة الحصة السوقية.
- 4- الرضا يؤدي إلى استمرار الاحتفاظ بالعملاء القدامى.
- 5- يزيد من فرصة الحصول على عملاء جدد.
- 6- ارتفاع نسبة المبيعات وتحقيق الأرباح.
- 7- يرفع رضا العميل أسهم الشركة في البورصة.
- 8- يعتبر رضا العملاء مقياسا لمقدار جودة المنتجات.
- 9- كسب ولاء العملاء يعتبر مفتاح النجاح في الأسواق التي تحتوي على منافسة عالية، ومن الصعب كسب ولاء العملاء دون تحقيق رضاهم، وذلك برفع مستوى جودة المنتجات إلى مستوى يفوق توقعاتهم.

أما محاور الوصول إلى رضا العملاء فهي: جودة الخدمة، جودة المنتجات، والأسعار المناسبة.



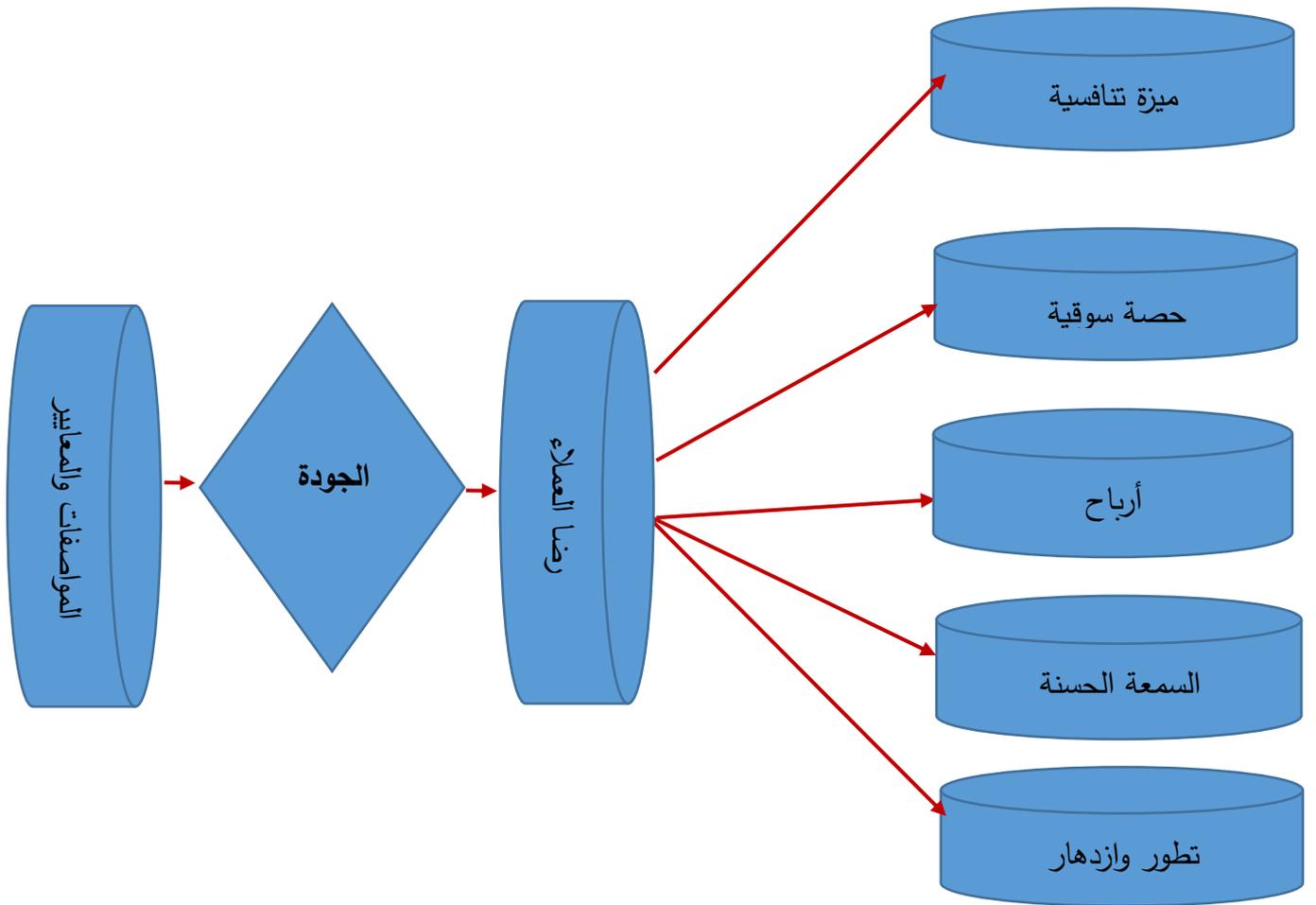
الشكل رقم (10) محاور الوصول إلى رضا العملاء

المصدر (المهيدب، 2017، ص17)

ومن أهم العوامل المؤثرة في رضا العملاء المواصفات الفنية للمنتج، لذلك يعتبر إرضاء العملاء من أهم متطلبات ISO 9001، وحصول أي مؤسسة على شهادة الجودة تعطي ثقة للعميل في المنتجات بأنها ستلبي متطلباته ورغباته، كما إن حصول المؤسسات على شهادة الأيزو واهتمام المواصفات؛ يؤدي إلى حرص المؤسسات على تركيز الاهتمام بتلبية رغبات العملاء وإرضاءهم، لأنه في النهاية ستقاس النتائج بمقدار ملاءمة المنتجات لرغبات العملاء؛ لأن الزبون يبحث عن الأفضل. فدائما ما يقوم بتحديد مواصفات المنتج الذي يريد شراءه، فيقوم بتحديد جميع الخصائص والمميزات التي يرغب في توافرها في المنتج من حيث: الاستخدام والمتانة، والأبعاد، والأوزان، والتركيبة، ومقدار الموثوقية، وجميع المواصفات الفنية التي يحتاجها للاستخدام وتحقيق الهدف الذي تم الشراء من أجله (تركمانى، 2016، ص15).

يرى الباحث، أن نجاح أي مؤسسة إنتاجية يرتكز على عدة أمور من أهمها: أن تلتزم هذه المؤسسات بالمواصفات والمعايير الدولية في عمليات الإنتاج لتحصل في نهاية الأمر على منتجات ذات جودة عالية؛ لأن الجودة أصبحت ركيزة لهذه المؤسسات في هذا الوقت من التطور الصناعي؛ للوصول إلى أكبر شريحة من العملاء. كما يجب على هذه المؤسسات الإلمام بتفاصيل الوضع العام للأسواق المحلية، ومعرفة الاحتياج الفعلي لهذه الأسواق؛ لأنه بناء على هذه المعرفة سيتم تلبية متطلبات العملاء ورغباتهم؛ أن رضا العملاء أصبح يستحوذ على جميع البرامج والخطط التسويقية والإنتاجية لأي مؤسسة ترغب في تحقيق أكبر نسبة من الحصة السوقية، وتحقيق الميزة التنافسية. لذلك يجب على الشركات الالتزام بإنتاج أجود السلع؛ لأن الجودة هي السبيل الوحيد المؤدية إلى رضا العملاء، أي أنه كلما زاد اعتماد المنتج على المواصفات والمعايير زادت جودته؛ وبالتالي يزيد رضا العملاء

ومتطلباتهم، وتزيد الحصة السوقية وتزيد الميزة التنافسية، ويرتفع معدل أرباح هذه الشركات. فرضا العملاء صار يعتبر من أهم أولويات الشركات المنتجة للسلع أو الخدمات وبخاصة بعد التقدم التكنولوجي وانفتاح الأسواق وكثرة المنافسين، ما أدى إلى زيادة اهتمام الشركات بكسب رضا العملاء، لأن العميل يعتبر من الأسباب الرئيسة التي تحقق الأرباح المادية والمعنوية التي تؤثر في تقدم هذه الشركات وازدهارها، ومنحها المقدرة على الاستمرارية في الإنتاج وعلى تحسين ميزتها التنافسية. وما يحدد مدى ولاء العملاء ورضاهم عن الشركات والمنتجات هو مدى قناعتهم ورضاهم عن المنتج، وبمعنى آخر العميل بالنسبة للشركة هو معيار يقيس مدى نجاح الشركات في رسم سياساتها الإنتاجية، ويبين مقدار المهارة والإبداع والمقدرة على التجديد والتغير لمواكبة التطورات في البيئة المحيطة، وهذا مؤشر يدل على مدى نجاح الشركات في فهم الاحتياج الفعلي للأسواق وللعملاء.



الشكل رقم(11) تأثير المواصفات والمعايير والجودة على العملاء

المصدر من اعداد الباحث

5. الحصة السوقية:

الحصة السوقية هي النسبة المئوية لإجمالي المبيعات من الصناعة التي تنتجها شركة معينة. ويتم احتساب الحصة السوقية من خلال احتساب مبيعات الشركة خلال الفترة، وتقسيمها على إجمالي مبيعات الصناعة خلال الفترة نفسها (Hayes,2021).

وعرفها (محمد،2017،ص28) هي نسبة مبيعات علامة تجارية إلى إجمالي مبيعات العلامات التجارية المنافسة، أو نسبة مبيعات شركة ما إلى إجمالي مبيعات الشركات التي تعمل في القطاع الصناعي ذاته كافة .

وعرفها (عبد الفتاح،2015،ص63) هي نصيب المؤسسة، أو نسبة مبيعاتها إلى المبيعات الاجمالية للصناعة.

تهتم الشركات الإنتاجية والخدماتية اهتماما بالغا بالحصة السوقية؛ لأنها تعد من أهم المؤشرات الدالة على مركز المؤسسة التنافسي، وتشهد الأسواق تنافسا حادا بين هذه المؤسسات للحصول على أكبر حصة لمنتجاتها، وذلك من خلال تحسين جودة منتجاتها (باقر،2019، ص12).

ويرى الباحث، أن الحصة السوقية هي حصة مبيعات الشركة المنتجة لـصنف ما خلال فترة زمنية يتم تحديدها، مثلا في خلال عام من الإجمالي العام لمبيعات السوق من الصنف نفسه الذي أنتجته الشركة. فالحصة السوقية تظهر حقيقة نسبة مبيعات هذه الشركات ومقدارها وسيطرتها على الحصة الأكبر من الأسواق ويبين مقدار قوتها التنافسية في هذه الأسواق.

أهمية تحديد الحصة السوقية:

تعتبر الحصة السوقية مهمة جدا لجميع القطاعات الإنتاجية؛ لأنها تعني بأنه إذا زادت الحصة السوقية تزيد من قدراتها الإنتاجية، والتسويقية، وتزيد من معدل الأرباح، وتزيد من القدرة التنافسية لهذه الشركات؛ وبالتالي هذه المزايا مجتمعة تعطي سمعة حسنة للشركة، وترتفع أسعار أسهمها في الأسواق وتمكنها من التطور والتقدم والتوسع في مجال أعمالها. لذلك يركز المستثمرون على مراقبة الحصة السوقية، وحركة زيادتها ونقصانها بشكل كبير؛ لأنها تعتبر مؤشرا على قدراتها التنافسية، وعلى حركة مبيعاتها وأرباحها. ومن أهمية الحصة السوقية أنها: (حمزة، علي،2021، ص313)

- 1- تبين مقدار القوة التنافسية ومقدار قوة تأثير الشركات في الأسواق في تسويق منتجاتها.
- 2- تبين مقدار قدرات المؤسسة وكفاءتها في سيطرتها على السوق.
- 3- تعتبر الحصة السوقية وسيلة تستطيع المؤسسة من خلالها التأكد من مدى تحقيق أهدافها.
- 4- تساعد الحصة السوقية الشركة على التنبؤ بما هو أفضل لمستقبل الشركة.

يرى الباحث، أن للحصة السوقية فوائد كبيرة تعود بالنفع على الشركات، لذلك تعتبر الأسواق هي محط أنظار العديد من المستثمرين واهتمامهم في جميع نواحي العالم؛ لأنها السبب الرئيس الذي يدعم استقرار الشركة واستمرارها في الإنتاج وفي التطور. فمن أهم الفوائد التي تعود على الشركة بالنفع هي زيادة نسبة المبيعات، فيوجد علاقة طردية بين زيادة نسبة المبيعات وزيادة الحصة السوقية، فكلما زادت المبيعات زادت الحصة السوقية. ومن الفوائد المهمة أيضا في زيادة الحصة السوقية أنها تزيد من نسبة المستهلكين والعملاء والزيادة تحصل هنا نتيجة لسببين: أولهما، ثقة العملاء بالمنتج الذي يكون ذا مواصفات وجودة عالية تلبى حاجات المستهلك ورغباته، أما السبب الثاني، فإنه يوجد العديد من المستهلكين يتقنون بالمنتجات التي عليها إقبال أكثر من الزبائن، وهذه النوعية من العملاء يقومون بالشراء بناء على قناعة الأغلبية في هذه المنتجات، وفي الحالتين تزيد قاعدة العملاء الموالين للشركة؛ بسبب ازدياد السمعة الحسنة للشركة من خلال العملاء القدامى الذين يتقنون بالعلامة التجارية والجودة العالية لمنتجات هذه الشركة، لتنتقل هذه السمعة من خلال التعامل مع العملاء الجدد، وبالتالي تزداد السمعة الحسنة للشركة، وتزيد نسبة إنتاجها ومبيعاتها، وأيضا يوجد علاقة طردية ما بين الحصة السوقية وزيادة نسبة العملاء وبين السمعة، فكل زيادة من أي طرف يؤدي مباشرة إلى زيادة في الطرف الآخر.

عندما تصل أي شركة إلى هذه المرحلة المتقدمة من اتساع قاعدة العملاء، وكسب ولائهم ونيل ثقتهم بالمنتجات، فهذا يعتبر بمثابة هيمنة صناعات هذه الشركة ومنتجاتها على الصناعات والمنتجات الأخرى الشبيهة من الشركات الأخرى المنافسة، فتسيطر هذه الشركات على صناعة هذه المنتجات، وتسيطر على الحصة السوقية الأكبر من حصص الشركات المنافسة.



الشكل رقم(12) العلاقة بين توسع قاعدة العملاء وزيادة المبيعات وزيادة الحصة السوقية

طرق زيادة الحصة السوقية.

1. **الابتكار:** هو مقدرة ذهنية لدى الشخص هيأت له البيئة الظروف لكي ينتج شيئاً جديداً لم يكن معروف مسبقاً يمكنه تلبية متطلبات الواقع الاجتماعي (يونس، 2018، ص 777).
ويرى الباحث، أن الابتكار هو من أهم المسببات التي تزيد من درجة تميز الشركات، وتزيد من قدراتها التنافسية، كما أنه يسهم في زيادة الحصة السوقية. ويتولد الابتكار نتيجة العديد من العوامل: كالنقص في الموارد وزيادة حدة المنافسة بين الشركات، فالشركة التي لديها أفراد مبتكرون، ستكون من الشركات القادرة على إنتاج ما هو مميز وجديد ومستحدث ويتفوق على منتجات الشركات المنافسة. والابتكار أصبح يحدد مقدار تطور الشركات المنتجة، والعامل الأساس في زيادة المنتجات، وزيادة حصتها السوقية وهو مصدر لتحقيق الأرباح، كما يسهم في تعزيز علاقة الشركة مع العملاء، ويزيد ثقة العملاء بالمنتج ويقدم لهم كل ما هو جديد من التقنيات.
2. **الإبداع:** تبحث الشركات المنافسة دائماً عن الأشخاص المبدعين، الذين يمتلكون القدرات العقلية العالية في إيجاد أفكار مبتكرة فريدة من نوعها يمكن ترجمتها إلى منتجات جديدة ومبتكرة ذات مواصفات وخصائص جديدة (حمود، 2017، ص 5).
3. **الاهتمام بسياسة التسعير:** تلعب الأسعار دوراً مهماً في زيادة الحصة السوقية للمنتجات وجلب العديد من العملاء، لذلك يجب الاهتمام بسياسة التسعير، وجعلها أكثر قابلية للمنافسة مع أسعار الشركات المنافسة (سليمان، 2017، ص 30).
4. **الاهتمام بالعملاء:** إن نجاح العملية التسويقية يعتمد على إدراك متطلبات العملاء والعمل على إرضاءهم وتوفير منتجات بمواصفات تلبي رغباتهم ومتطلباتهم في الوقت المناسب وبالسعر المناسب والمكان المناسب، لكي تستطيع الشركة المحافظة على ميزتها التنافسية والمحافظة على عملائها القدامى وجلب العديد من العملاء الجدد. (توفيق، 2017، ص 27)
5. **التقيد بالمواصفات والمعايير:** لأن العملاء يبحثون عن المنتجات الأكثر ضماناً والأكثر جودة في المنتج والأقل سعراً، فالالتزام بالمواصفات ومعايير الجودة في التصنيع تعطي العملاء ثقة أكبر في المنتجات؛ مما يؤدي إلى ارتفاع نسبة المبيعات وزيادة الحصة السوقية.

2.3 المبحث الثالث: الصناعات الغذائية في فلسطين

2.3.1 الصناعات الغذائية: تعتبر الصناعات الغذائية من أهم مقومات الاقتصاد المحلي لقدرتها على دعم وتطوير التنمية المحلية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والسياسي ، ويعتبر هذا القطاع من اهم القطاعات التي تؤدي الى بناء وتطوير البنية الاساسية لبناء اقتصاد الدولة واستقلالها الاقتصادي ، وكما يساهم في التخلص من التبعية الاقتصادية ومن العقبات والصعوبات التي فرضها الاحتلال الإسرائيلي امام التنمية لابقاء الاقتصاد الفلسطيني اقتصاد هش تتحكم به السياسات الإسرائيلية عن طريق حجز العديد من المواد الاولية ، وعلى الرغم من ذلك قامت قطاعات الصناعات الغذائية بتطوير قدراتها الإنتاجية وجودة منتجاتها بالإضافة الى دعم الحكومة لكافة القطاعات الصناعية ، فقدمت لها الدعم والتسهيلات عن طريق منح الأفضلية لكافة المنتجات المحلية في العطاءات المركزية بنسبة 15% عن المنتجات المستوردة ، وكما اعتبرت أي منتج محلي تزيد نسبة المدخلات عن 25% يعتبر منتج محلي .

وتتمتاز الصناعات الغذائية بقبالية التطور لكونها صناعة تحويلية، وتعتمد على الموارد التي يتوفر جزئاً منها في القطاع الزراعي ، كما يوفر قطاع الصناعات الغذائية فرص عمل أكثر من القطاعات الصناعية الأخرى، حيث يشغل حالياً أكثر 15000 عامل وعاملة في مخالف التخصصات، ويشكل ناتج القطاع ما نسبته 24% من الناتج المحلي.

تشير بيانات الجهاز المركزي للإحصاء أن العائلة الفلسطينية تنفق ما يقارب 36 % من ميزانيتها على الغذاء، مما يتيح لهذه الصناعات أن تنمو بشكل كبير في ظل هذا الحجم الكبير للطلب المحلي، ويوجد العديد من منتجات الصناعات الغذائية المحلية ومن أهمها: (اتحاد الصناعات الغذائية الفلسطينية)

1- صناعة منتجات اللحوم : بلغ عدد مصانع اللحوم في فلسطين 17 مصنع يعمل فيها 722 موظف، والحصة السوقية لهذه المنتجات تبلغ 90% من حجم السوق. ويبلغ حجم الاستثمار 27.3 مليون دولار، وحصل العديد من هذه المصانع على شهادات الجودة العالمية الايزو 22000. كما يعتبر من القطاعات التصديرية حيث تبلغ حجم الصادرات اكثر من 6 مليون دولار. من جانب اخر تحتاج هذه الصناعة اكثر من 100 طن يوميا من لحوم الحبش بمختلف انواعها مما يعني وجود فرص كبيرة للاستثمار في مزارع الحبش والمسالخ الخاصة بها.

2- تصنيع وتعليب الخضروات والفواكة : يوجد 18 مصنع تشغل اكثر من 557 موظف، وتصل الحصة السوقية لهذه المنتجات ما يقارب 20% من حجم السوق وكما يبلغ حجم الاستثمار في هذه الصناعة 36.6 مليون دولار ، ويصل حجم الصادرات اكثر من 21 مليون دولار.

3- **صناعة الزيوت والدهون النباتية** : يوجد 13 مصنع من مصانع الزيوت ، ويعمل بها اكثر من 302 عامل ، وتبلغ حصتها السوقية 20% من حجم السوق ، ويبلغ حجم الاستثمار 18.7 مليون دولار، وهذه المصانع حاصلة على شهادة الجودة العالمية الايزو 22000 ، ويبلغ حجم الصادرات اكثر من 31 مليون دولار.

4- **صناعة منتجات الحليب والألبان** :يبلغ عدد هذه المصانع 46 مصنع ويعمل فيها اكثر من 2324 عامل ، وتصل الحصة السوقية لهذه المنتجات الى 55% من حجم السوق وكما يقدر حجم الاستثمار في هذه الصناعة اكثر من 67 مليون دولار، ويوجد القليل من هذه المصانع الحاصلة على شهادات الجودة العالمية مما أثر على حجم التصدير الذي لا يتجاوز 5 مليون دولار.

وكما يوجد هناك النوع التقليدي والصناعي من هذه المنتجات ، بحيث يشمل النوع التقليدي مربى الالبقر الذين ينتجون- ما يقارب 155000 طن من الحليب في السنة. ويتم استيراد منتجات الالبان من إسرائيل لسد فجوة النقص، بحيث تصل قيمة المستورد منها إلى ما يقارب 17416 طن من معدلات الحليب السائل في السنة بقيمة تبلغ نحو 6.22 مليون دولار.(الاستراتيجية الوطنية لسلامة الأغذية،2017-2022،ص6)

5- **صناعة دقيق القمح ومنتجات الحبوب** :يبلغ عدد مصانع الدقيق والحبوب 9 مصانع يعمل بها 236 عامل وتبلغ الحصة السوقية لمنتجات المطاحن الفلسطينية 30% من حجم السوق ، ويبلغ حجم الاستثمار 48.7 مليون دولار

6- **صناعة منتجات المخازب** : يوجد 1498 مخبز يعمل بها 5848 عامل ويبلغ حجم الاستثمار في هذه الصناعة اكثر من 100 مليون دولار، تبلغ الحصة السوقية لمنتجات المطاحن الفلسطينية 90% من حجم السوق.

7- **صناعة السكاكر والحلويات** : يوجد 27 مصنع يعمل بها اكثر من 1213 عامل ، وحجم الاستثمار 22.6 مليون دولار ، وتبلغ الحصة السوقية لمنتجات السكاكر والحلويات الفلسطينية 25% ، من حجم السوق وهي مصانع غير مؤهلة من حيث شهادات الجودة العالمية مما أثر على حجم الصادرات بحيث لا تتجاوز 8 مليون دولار.

8- **صناعة المعكرونة والشعيرية** : يوجد 5 مصانع تشغل اكثر من 89 عامل ، وتبلغ الحصة السوقية لهذه المصانع 30% من حجم السوق ، ويبلغ حجم الاستثمار 23.7 مليون دولار

9- **صناعة المشروبات الغازية وغير الغازية والمركزات** : يوجد 20 مصنع تشغل اكثر من 1414 عامل ، وتصل حصتها السوقية الى 20% من حجم السوق ، ويبلغ حجم الاستثمار 33.5 مليون دولار

10- صناعة منتجات الاغذية الأخرى: يوجد ما يقارب 31 مصانع ، يعمل بها 920 عامل، وحصتها السوقية تصل الى 35% من حجم السوق ، وكما يبلغ حجم الاستثمار 10.7 مليون دولار.

وكما يشير (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني،2019) الى وجود العديد من الشركات والمصانع المحلية التي تعمل في القطاع الصناعي ، ويبلغ عددها 3742 شركة ومصنع ، منها 80% في الضفة الغربية و 20% في قطاع غزة ، ويبلغ تركيز ما نسبته 94.8% من هذه المصانع والشركات في الصناعات التحويلية ، ويبلغ عدد الشركات التي تعمل في صناعة المنتجات الغذائية والمشروبات في الضفة الغربية وقطاع غزة 753 شركة ، منها 19.6% في الضفة و 17.6% في قطاع غزة. يعمل في القطاع الصناعي في فلسطين 57776 موظف من كلا الجنسين ، موزعين حسب الجدول التالي:

(عدد المؤسسات الصناعية وعدد العاملين فيها في فلسطين)

جدول رقم (4)

عدد العاملين			عدد الشركات			النشاط الاقتصادي
المجموع	غزة	الضفة	المجموع	غزة	الضفة	
57776	11075	46701	3742	749	2993	المؤسسات الصناعية
52777	9770	43007	3549	726	2823	الصناعات التحويلية
13135	2392	10743	736	133	603	الصناعات الغذائية

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى(الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني)

التوزيع النسبي لاماكن بيع المنتجات الصناعية الفلسطينية

جدول رقم(5)

النشاط الاقتصادي	السوق المحلي	اسرائيل	باقي العالم	المجموع
المؤسسات الصناعية	80.4	18	1.5	100
الصناعات الغذائية	94.2	4.3	1.5	100
صناعة المشروبات	96.3	1.6	2.1	100

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

متوسط الأرقام القياسية ونسب التغيير الشهرية لكميات انتاج الصناعات التحويلية في فلسطين

جدول رقم(6)

الصناعات	2016	2017	2018	2019	2020
الصناعات التحويلية	99.99	104.10	100	103.86	95.60
نسبة التغيير	----	4.11	3.94-	3.86	7.95-

المصدر: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني

الشركات الغذائية الفلسطينية الحاصلة على شهادات الجودة والحلال من مؤسسة المواصفات والمقاييس

جدول رقم(7)

م	الصناعات	نوع الشهادة	عدد الشركات	
			المحافظات الشمالية	المحافظات الجنوبية
1	الصناعات الغذائية	شهادة الجودة الفلسطينية	38	2
2		شهادة الحلال الفلسطينية	8	0

المصدر: مؤسسة المواصفات والمقاييس

2.3.2 الشركات التي أجريت عليها هذه الدراسة

شركة سنيورة للصناعات الغذائية

تأسست شركة سنيورة للصناعات الغذائية في عام 1920 في فلسطين في مدينة القدس. تقوم

الشركة بإنتاج اللحوم

المصنعة بأنواعها المبردة كافة مثل: المرتديلا واللانسون والعديد من أجود أنواع النقانق

المصنعة والمعلبة من لحوم الدجاج والأبقار والحبش بكافة الأنواع والاحجام، واللحوم المجمدة مثل:

البرجر والكبة والفيليه. أصبح للشركة عدة فروع في كل من فلسطين، والأردن والسعودية ودبي حيث

استحوذت على شركة الماسة لتصنيع اللحوم، وفي تركيا حيث استحوذت على شركة(تراكيا) لصناعة

اللحوم (التقرير السنوي لشركة سنيورة، 2020: 12).

استطاعت شركة سنيورة التوسع على الصعيدين المحلي والإقليمي، وذلك لكون الشركة من

الشركات الرائدة الحاصلة على العديد من شهادات الجودة مثل: شهادة السلامة الغذائية، نقاط التحكم

الدرجة وتحليل المخاطر، وشهادة إدارة الجودة ISO 9001:2001 ، حصلت أيضا على شهادة

سلامة الغذاء HACCP 22000 ، كما منحتها مؤسسة المواصفات والمقاييس شهادة المواصفات

الفلسطينية لصناعة العديد من اللحوم المعلبة والمبردة. كما إن خطوط الإنتاج في الشركة مجهزة بأحدث المعدات وأحدث التقنيات، وتلتزم الشركة بمعايير الجودة كافة، فتقوم الدوائر المتخصصة بمراقبة جميع العمليات الإنتاجية، وخطوط الإنتاج في الأوقات كافة ومتابعتها؛ لكي تضمن جودة المنتجات، كما تقوم الشركة بفحص العديد من العينات المصنعة في جميع مراحل الإنتاج في مختبراتها الخاصة؛ لضمان الجودة في كل مرحلة. أما بالنسبة للتوزيع، فتمتلك الشركة مركبات مبردة ومفترزة تتوفر فيها شروط السلامة الغذائية كافة؛ لضمان وصول منتجاتها إلى الأسواق المحلية بجودة عالية.

حققت شركة سنيورة مبيعات بقيمة 70.96 مليون دينار في عام 2020 وبلغت نسبة النمو 11 % مقارنة مع من العام الماضي. وحققت أرباح بقيمة 7.1 مليون دينار وارتفعت عن عام 2019 بنسبة 16%

وكما حقق نمو في المبيعات الإقليمية للشركة في العام 2020 بنسبة بلغت 11 % مقارنة مع عام 2019

وتمكن الشركة من المحافظة على حصتها السوقية في السوق الاردني والفلسطيني ، فبلغت نسبة النمو في مبيعات لشركة في السوق الاردني بنسبة 8 % ، وكذلك في السوق الفلسطيني بنسبة 16%

حصلت مصانع الشركة في الأردن وفلسطين على شهادتي ISO 5001:2018 45001:2018 لنظام إدارة السلامة والصحة المهنية إضافة إلى شهادة ISO14001:2015 لنظام الإدارة البيئية بالإصدار المحدث لكل منهما. (التقرير السنوي الثاني عشر لشركة سنيورة، 2020)

شركة الجبريني لمنتجات الالبان

تأسست الشركة في عام 1957 وهي من أكبر الشركات في فلسطين المنتجة للألبان. عملت الشركة منذ تأسيسها على بذل جهودها كافة؛ لتطوير منتجاتها من الألبان والأجبان، والارتقاء بجودتها لتضاهي بهذه الصناعة الوطنية مثيلاتها من المنتجات العالمية، فقامت شركة الجبريني بالتعاون الكامل مع مؤسسة المواصفات والمقاييس، وتعمل بشكل دائم تحت إشراف المؤسسة.

حصلت الشركة على شهادة المواصفات والمقاييس الفلسطينية (PSM) ، وكذلك على شهادة الجودة الفلسطينية (PS) ، وهي بصدد الحصول على شهادات عالمية متخصصة في مجال تصنيع الألبان والمواد الغذائية (الموقع الرسمي لشركة الجبريني) . وتقدم الشركة جميع التسهيلات لمؤسسة المواصفات والمقاييس عند قيامها بعمليات الإشراف والمتابعة والمعايرة؛ لما لهذه الإجراءات من فوائد كبيرة وتأثير في جودة المنتجات.

تنتج الشركة العديد من المنتجات الغذائية مثل: الحليب، والألبان، والأجبان، ولبن الرايب، ولبن أب، والمحليات البودنج والعصائر، والحمص، والسلطات. ويتم إنتاج هذه الأصناف وتصنيعها بأحدث الماكينات والمعدات الإلكترونية، كما تمتلك الشركة أحدث المختبرات المتطورة لفحص المواد الغذائية، ويشرف عليها مهندسون متخصصون، كما يتابع العمليات الإنتاجية خبراء التغذية الذين يقومون بالإشراف على المنتجات، ومتابعة العمليات الإنتاجية، وتطبيق المواصفات والتعليمات الفنية، وإجراء الفحوصات المخبرية للمنتجات في مختلف مراحل الإنتاج؛ لضمان جودة المنتجات، والتأكد من مطابقتها لهذه المواصفات والتعليمات الفنية. تمتلك الشركة مستودعات ضخمة في محافظة رام الله، وإدارة تتولى الإشراف على عمليات التسويق وتوزيع المنتجات في مناطق الشمال والوسط كافة في ثلاث مبردة ومفترزة؛ لضمان المحافظة على جودة المنتجات، وتمتاز المنتجات بكونها دائما طازجة وجودتها عالية؛ لأن هدف الشركة هو المحافظة على السلامة الغذائية، وسلامة المستهلكين وكسب ثقتهم ورضاهم.

شركة البينار للتجارة العامة:

تأسست شركة البينار في عام 1999 كشركة متخصصة في إنتاج جميع مشتقات الحليب من: أجبان وألبان بالإضافة إلى المحليات. تمتاز شركة البينار بسمعتها الجيدة؛ بسبب جودة منتجاتها التي حصلت على نسبة عالية في الأسواق المحلية، واحتلت مكانة تنافسية عالية؛ وذلك بفضل إدارتها وطواقمها المتميزين الحاصلين على مؤهلات علمية في مجال التغذية والتصنيع الغذائي (الموقع الرسمي لشركة البينار).

في عام 2016 استحوذت شركة فلسطين للاستثمار على جميع أسهم شركة البينار، وعملت على إنشاء مقر ومصنع جديدين للشركة لتطوير الشركة ومنتجاتها. وتمتلك الشركة العديد من خطوط الإنتاج مثل: خط إنتاج اللبنة ومنها لبنة دانية، ولبنة شتورة، ولبنة بلدية، وخط إنتاج اللبن الزبادي، واللبن أب، والحليب، والأجبان، والمحليات البودنج. تمتلك الشركة مختبراتها الخاصة؛ لفحص منتجاتها للتأكد من جودة منتجاتها ومطابقتها للمواصفات، وتمتلك مركبات مبردة لتوزيع المنتجات إلى الأسواق المحلية، وتسعى الشركة دائما لكسب ثقة المستهلكين، وتلبية رغباتهم بإنتاج ما هو أجود وأفضل.

2.4 المبحث الرابع الدراسات السابقة

2.4.1 الدراسات السابقة العربية

دراسة (الصغير، 2020) بعنوان: نظام إدارة الجودة ISO 9001 ودوره في تحسين الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة ورود للطور بالوادي -الجزائر
هدفت هذه الدراسة إلى الاطلاع والتعرف إلى أهم مصادر الميزة التنافسية، وتوضيح مقدار قدرة تبني المواصفات العالمية لنظام الأيزو 9001 الذي يستخدم لاختصاص ضبط الجودة خارج المؤسسات الإنتاجية؛ للتأكد من جودة المنتج ومطابقته للمواصفات والشروط. كما هدفت إلى توضيح مقدار تأثير المواصفات العالمية ونظام إدارة الجودة في حال تطبيقها والالتزام بها على زيادة القدرات التنافسية وتحقيق التميز.

اعتمد الباحث في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ومنهج دراسة حالة، لمعرفة مدى مساهمة تطبيق المواصفات وأنظمة إدارة الجودة في تعزيز قدرات المؤسسة التنافسية وتحقيقها، واعتمد الباحث على الكتب والمقابلات الشخصية والمقالات ومواقع الكترونية وذلك لتحقيق منهجية الدراسة ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- 1- إن الجودة هي مسؤولية تقع على عاتق جميع العاملين في المؤسسة.
 - 2- تعمل الجودة على تخفيض التكلفة الإنتاجية وتؤثر إيجابيا في أرباح المؤسسة وحصتها السوقية.
 - 3- نظام المواصفة الدولية ISO 9001 يدعم المؤسسات على تطوير العمليات الإنتاجية، وتحسين الأداء وكسب العملاء، ويحسن من القدرات التنافسية للمؤسسة.
 - 4- التطوير في الموارد البشرية وتوظيف الكفاءات من أهم المسببات لزيادة القدرات التنافسية.
- توصي هذه الدراسة بالاستمرار في تطوير المواصفات الفنية والحصول على العديد الجودة في المنتجات عن طريق تطبيق المزيد من المعايير الدولية، كما توصي بالمرونة والاستمرار في مواكبة التطور التكنولوجي لتحسين المنتجات ودعم القدرات التنافسية للمؤسسة.

بينما دراسة (إسماعيل، 2020) بعنوان: دور المواصفات والمقاييس في ترقية الصادرات السودانية
هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المشاكل والتحديات التي تواجه هيئة المواصفات والمقاييس السودانية، في تطبيق المواصفات الفنية على المنتجات، والتعرف إلى دورها في إيجاد آليات وسبل لزيادة صادرات منتجاتها، والتأكد من مواصفات وجودة المنتجات المراد تصديرها.

مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة من العاملين والموظفين في هيئة المواصفات والمقاييس السودانية والبالغ عددهم 150 موظفا وموظفة، وتم اختيار عينة عشوائية وزعت عليهم الاستبانة ورقيا، وتم استلام 126 استبانة.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة وبرنامج (spss)

ومن أهم نتائج هذه الدراسة: توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج العامة والخاصة أهمها: وجود علاقة بين تطبيق نظام الجودة والمواصفات في زيادة الصادرات. إن تطبيق المواصفات الفنية والجودة يسهم بشكل إيجابي في زيادة الصادرات. عدم تطوير الأجهزة والمعدات الحديثة كالمختبرات وأجهزة الفحص وسوء توزيعها في المناطق أدى إلى تراجع في المواصفات، بالإضافة إلى ضعف القوانين والتشريعات في ضبط وإصدار المواصفات.

ومن أهم توصيات الدراسة: ضرورة إعداد الكوادر البشرية وتأهيلها وتدريبها والارتقاء بأدائها العلمي والمهني لمواكبة التطورات والأنظمة العلمية الحديثة لنظام المواصفات والجودة الشاملة ، وسن التشريعات والقوانين الخاصة بإقرار المواصفات الفنية والمواصفات القياسية وإصدارها ليتم الالتزام والتقيدها في المراحل الإنتاجية.

ودراسة (عائشة، 2020) بعنوان دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين الميزة التنافسية دراسة حالة مؤسسة قذيلة للمياه المعدنية-بسكرة

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مدى أهمية الجودة الشاملة وتطبيق المواصفات الفنية لتحقيق الميزة التنافسية في القطاعات الصناعية لتحقيق التنمية الاقتصادية ، وبيان أهمية ضرورة تطبيق المواصفات من أجل تطوير وتنمية الحالة الاقتصادية في المؤسسة الأمر الذي سيحسن من الميزة التنافسية للمؤسسة ويزيد من مكانتها وحصتها في الأسواق .

مجتمع الدراسة وعينتها: جميع عمال المؤسسة موزعين على جميع المستويات الإدارية، ولمعرفة مدى تطبيق الجودة في مؤسسة قذيلة للمياه المعدنية تم توزيع استبانة مكونة من 30 عينة من أجل تحليلها للوصول إلى المطلوب.

المنهجية: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي فتم الاستعانة بأداة التحليل الإحصائية SPSS لتحليل الاستبانة للخروج بنتائج وتقديم توصيات

ومن أهم نتائج الدراسة : توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين إدارة الجودة والميزة التنافسية وذلك بسبب تحسين عملياتها الإنتاجية، وكما يوجد علاقة إيجابية بين تحسين الجودة وبين والميزة التنافسية حيث تعمل المؤسسة وتستغل طاقاتها وقدراتها ومواردها لتطوير منتجاتها والتطوير من خدماتها لتحقيق رضا العملاء.

ومن أهم توصيات الدراسة: توصي هذه الدراسة بضرورة اشراك الموظفين في اتخاذ القرارات للمساهمة في تطوير المؤسسة وتحقيق اهدافها ، وعلى المؤسسة تطوير ادواتها وانظمتها الالكترونية والمعلوماتية لتحقيق جودة في المنتجات والأداء ولتقليل التالف والفاقد وعلى المؤسسة ان تبذل الجهد المتواصل لكسب رضا وولاء العملاء على المؤسسة الى السعي المتواصل لنيل رضى العملاء لأنه السبيل لضمان زيادة ربحية المؤسسة واستمراريتها في الأسواق.

فيما دراسة (جميلة، 2019) بعنوان: أثر الميزة التنافسية في تحقيق الفرص التسويقية بالتطبيق على مجموعة شركات معاوية البربر للصناعات الغذائية في السودان
هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الميزة التنافسية في زيادة وتحسين الحصة السوقية، وتقديم حلول ومقترحات الى الإدارة العليا للمساهمة في تحسين وزيادة الفرص التسويقية، والى معرفة ما هي مميزات المرونة وكيف تساهم في تحقيق الفرص التسويقية، ومعرفة ما أثر ميزة الجودة الشاملة في زيادة الحصة السوقية للمنتجات .

منهج الدراسة: اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لوصف قلة الفرص السوقية والمنهج التاريخي بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من العاملين بقسم التسويق والإدارة العليا بالشركة **ومن أهم نتائج الدراسة:** توصلت الدراسة إلى: أن ميزة التكلفة الأقل تؤثر إيجاباً في زيادة فرص الشركة التسويقية، كما توصلت النتائج إلى أن زيادة الجودة التي تتمتع بها الشركة أثرت بشكل إيجابي في الفرص التسويقية، ومن الميزة التنافسية أيضاً أثرت بشكل إيجابي في تحقيق الفرص التسويقية، وأنه كلما تحسنت الصورة الذهنية بسبب جودة المنتجات زادت فرص التسويق، وزادت الميزة التنافسية. **ومن أهم التوصيات:** على الشركات أن تعمل على تطوير قدراتها التنافسية وتحسينها؛ لكي تتمكن من زيادة فرصها التسويقية والتفوق على منافسيها، والعمل المستمر على تطوير الأساليب الإنتاجية وبأقل التكاليف، والمحافظة على تطوير مواصفات المنتجات وجودتها للمحافظة على القدرات التنافسية.

بينما دراسة (عبد الله، وآخرون، 2019) بعنوان أثر تطبيق نظام إدارة الجودة ISO 9001 على تحسين أداء قطاع الصناعة التقليدية والحرف -دراسة حالة -بسكرة
هدفت هذه الدراسة إلى توضيح أثر تطبيق نظام الأيزو 9001 في تحسين الجودة، وتحسين الإنتاجية وتخفيض التكاليف لتحقيق ميزة تنافسية لمؤسسات قطاع الصناعات التقليدية والحرف، التي تسهم في تنويع مداخلها وتحقيق تنمية مستدامة .

ومن أهم نتائج الدراسة: توصلت هذه الدراسة إلى أن تطبيق نظام أيزو 9001 في هذه المؤسسة، أسهم بشكل كبير وإيجابي في رفع وتحسين مستوى أدائها، وذلك بسبب قيامها بتطوير وتنويع نوع

المنتجات التقليدية، وعملت على استحداث منتجات أخرى جديدة، وكما استطاعت المؤسسة رفع عدد العاملين المؤهلين؛ مما مكن المؤسسة من تصدير منتجاتها وجلب العملة الصعبة. **ومن أهم التوصيات :** توصي هذه الدراسة بضرورة طلب الحصول على شهادة الأيزو 22000 المطلوبة دوليا خاصة حسب ما صرح به مسؤول المؤسسة بالنسبة لفرنسا وتركيا، أو الاستفادة من مستشارين. كما توصي بضرورة جلب اليد العاملة المؤهلة والمتخصصة لتلبية طلبات العملاء، وتنقيف العاملين بضرورة التحسين المستمر للأداء وإشراك العاملين بتنفيذ سياسات الجودة.

ودراسة (غريسي، بوشريشة 2019) بعنوان: دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين الميزة التنافسية دراسة ميدانية لمطاحن عمر بن عمر الفجوج - قالمة-الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة التدابير الواجب اتباعها لمواجهة التحديات المعاصرة المتزايدة التي أحدثتها الثورة المعلوماتية والتكنولوجية، ومعرفة مراحل تطبيق إدارة الجودة في المؤسسة ومعرفة المتطلبات الواجبة والضرورية لتطوير جودة المنتجات والخدمات من أجل تحقيق الميزة التنافسية للمنتجات.

مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في مؤسسة مطاحن عمر بن عمر الفجوج البالغ عددهم 900 عامل حيث تم توزيع 40 استبانة داخل المؤسسة التي هي محل الدراسة، وتم توزيع الاستبانة يدويا على العاملين لضمان التعبئة الصحيحة، وبعد جمع الاستبانات تم استرداد 35 استمارة تم استبعاد 5 استبانات لعدم صلاحيتها.

المنهجية: اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي لوصف ظاهرة الجودة وعلاقتها بتحسين الميزة التنافسية والمنهج الاحصائي واستخدم الباحث استبانة وزعها على عمال مطاحن عمر. **ومن أهم نتائج الدراسة:** توصلت الدراسة إلى أن إدارة الجودة الشاملة من أهم الوسائل المتبعة والناجحة التي تعمل على تطوير الميزة التنافسية والمحافظة عليها، كما تعمل الجودة الشاملة في المؤسسات على المحافظة على الموقع التنافسي لها.

ومن أهم التوصيات : توصلت هذه الدراسة إلى ضرورة تطوير المفاهيم لدى العاملين بأهمية إدارة الجودة الشاملة وعقد دورات تدريبية دورية وبرامج تثقيفية مبنية على أسس علمية، والحث على الاستمرار في البحث من أجل التطوير في المؤسسة وإعطائها مكانة ملائمة لتعزيز مكانتها التنافسية.

بينما دراسة (البيطاوي، 2019) بعنوان: تطوير تنافسية وزيادة حصة المنتج الوطني :قطاع الصناعات الغذائية الفلسطينية

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص التغيرات الواقعة على قطاع الصناعات الغذائية في فلسطين؛ من خلال معرفة التغيرات على المؤشرات الاقتصادية للوصول إلى معرفة الحصة السوقية للصناعات الغذائية. كما تهدف هذه الدراسة إلى بيان التحديات والمشاكل التي تؤثر سلباً على القدرات التنافسية والحصة السوقية للمنتجات الغذائية في الأسواق المحلية والدولية وتوضيحها.

منهجية الدراسة: ولتحقيق الأهداف اتبع منهجية مراجعة الدراسات والتقارير المتعلقة بالصناعات الغذائية ومراجعة القوانين والتشريعات وإجراء المقابلات مع الدوائر المختصة بقطاع الصناعات الغذائية ومع المصانع الغذائية للوصول إلى تشخيص عمل القطاعات الغذائية وحل المشاكل فيها. **مجتمع - وعينة الدراسة:** تم جمع البيانات عن طريق عينة غير عشوائية شملت عدة شركات من مختلف الصناعات الغذائية وتم عمل مقابلات مع عينة من المصنعين في الضفة الغربية وغزة وذلك من أجل الوصول الى حقيقة واقع عمل الصناعات الغذائية.

من أهم نتائج الدراسة: من نتائج هذه الدراسة أنها أبرزت الأهمية الاقتصادية لقطاع الصناعات الغذائية من خلال توضيح أهمية الإنتاج، وتشجيع الاستثمار في القطاع الغذائي وتشجيع المنتجات المحلية لأهمية هذه الصناعات في التنمية المحلية والتجارة الخارجية، وإن تقييم القوانين والتشريعات الرسمية يؤثر في الاستهلاك والحصة السوقية للمنتجات ويزيد من القدرات التنافسية.

من أهم التوصيات: أوصت الدراسة بالعمل على تطوير الصناعات الغذائية ودعم الصناعات الناشئة وحمايتها والتخفيف من الضرائب المفروضة عليها، ودعم جودة المنتجات المحلية وتطويرها من خلال تحفيز المصانع والشركات وحثها على الحصول على شهادة الجودة وتطبيق المواصفات، وعلى الحكومة العمل على منع دخول المنتجات الغذائية الإسرائيلية المخالفة للتعليمات الفنية الإلزامية إلى السوق المحلي ومنع بضائع المستوطنات ومنع التهريب.

فيما دراسة (أبو ارجيلة، 2019) بعنوان: تطوير تنافسية وزيادة حصة المنتج الوطني في فلسطين: قطاع الأدوية

هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص الواقع الحالي لقطاع الصناعات الدوائية في فلسطين، ورسم صورة توضح الظروف المحيطة والتحديات التي تواجه قطاع الأدوية والتعرف على هذه الظروف والمشكلات التي تحد من تطوره، وإيجاد السبل لمواجهتها والتغلب عليها.

منهجية الدراسة ركزت منهجية الدراسة على المقابلات والحوارات وكانت تدار بأسئلة أعدت مسبقاً تناولت جميع الجوانب حول صناعة الأدوية، واعتمد الباحث على المقابلات مع مسؤولين من القطاع

الحكومي والخاص، كما اعتمد على البيانات الإحصائية من مركز الإحصاء وتجارب دول في تنمية الصناعات الدوائية.

من أهم نتائج الدراسة: توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

1- غياب الدعم الكافي والمأمول من السياسات العامة للدولة في دعم شركات الأدوية ودعم الميزة التنافسية في الأسواق المحلية.

2- تؤثر الأدوية المهربة من إسرائيل إلى الأسواق المحلية في استهلاك الأدوية المحلية.

3- تمتاز شركات الأدوية في فلسطين بمقدرة عالية على الإنتاج.

4- تمتاز الأدوية المحلية بجودة ومواصفات عالية تواكب المواصفات الدولية.

من أهم التوصيات : توصي هذه الدراسة الحكومة الفلسطينية العمل على دعم الصناعة الدوائية المحلية وحمايتها، وفرض الضرائب على شركة تيفا المنتجة للدواء في الهند. كذلك على الحكومة منع العديد من أصناف الأدوية من الدخول إلى الأسواق المحلية كلياً بسبب توفر أصناف مثيلة تنتج من قبل الشركات المحلية،

كما ودراسة (حفصي، 2019) بعنوان: العناقيد الصناعية ودورها في تعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني-قائمة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية العناقيد الصناعية في تفعيل العلاقات التشابكية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وكيف يمكن لها ان تدعم وتعزز تنافسية الاقتصاد الوطني **منهج الدراسة:** اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتقديم تفسير واضح حول العناقيد الصناعية والميزة التنافسية، واستخدم المنهج التاريخي لرصد الواقع الفعلي لسياسة العناقيد المتبعة في الجزائر، واستخدم منهج دراسة الحالة من أجل الوصول إلى الحقائق.

من أهم نتائج الدراسة: أصبح موضوع العناقيد يحظى باهتمام معظم دول العالم؛ لأنها تسهم في الترابط والتشابك بين القطاعات الاقتصادية في الدولة، وتعمل على التنمية المحلية وتحد من تنافس البضائع المستوردة وفي الوقت نفسه يزيد من التنافس بين المنتجات المحلية.

من أهم التوصيات: اتباع استراتيجية تشكيل العناقيد الصناعية بغرض زيادة القدرة على المنافسة، وزيادة حجم الصادرات ووضع تشريعات خاصة بتنظيم عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتطوير التشريعات القائمة وتبسيط الإجراءات المتعلقة بهذا القطاع مثل: الإجراءات الإدارية والمصرفية المختلفة، والتعريفات الجمركية على المعدات ومستلزمات الإنتاج، والإعفاءات والحوافز المشجعة لمزاولة النشاط في إطار العناقيد الصناعية.

دراسة (عبد الحق، 2018) بعنوان أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات دراسة حالة مؤسسة حضنة حليب _ بالمسيلة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الأثر من تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في مؤسسة حضنة حليب بالمسيلة على جودة المنتجات، ومقدار جودة المنتجات ومستواه في هذه المؤسسة، وهدفت إلى توضيح المفاهيم التي تتعلق بالمواصفات الدولية لنظام إدارة الجودة كافة.

مجتمع الدراسة وعينتها: الدراسة تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث تم توزيعها على عمال مؤسسة حضنة حليب بالمسيلة لمعرفة تقييمهم لمدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة، ومستوى الجودة في المؤسسة.

من أهم نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى أن جميع مبادئ إدارة الجودة الشاملة مطبقة، وأن مستوى جودة المنتجات عال. وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة وجودة المنتجات. إلى جانب وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات وهذا من وجهة نظر العاملين.

من أهم التوصيات : توصي هذه الدراسة بضرورة تدريب العاملين في المؤسسة باتباع معايير الجودة، وتوضيح مقدار ضرورة تطبيقها على المنتجات، وتوصي بضرورة اتباع استراتيجية واضحة، ووضع خطط للعمل يمكن من خلالها أن يتم قياس مقدار الجودة المطبقة في الإنتاج.

ودراسة (الفلاح، 2018) بعنوان: تطوير تنافسية وزيادة حصة المنتج الوطني في فلسطين: قطاع الجلود والأحذية تحليل الواقع وتقييم التدخلات الحكومية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم التحديات التي واجهت قطاع صناعات الجلود والأحذية، المتمثلة بتراجع الحصة السوقية لهذه المنتجات وأثرها في نشاطها الإنتاجي. كما هدفت إلى توضيح دور الحكومة في التحسين من القوانين الداعمة للمنتج الوطني.

مجتمع الدراسة: تم جمع البيانات الأولية عن طريق إجراء مقابلات معمقة مع عينة مختارة من أصحاب مصانع الأحذية والمدايع في مدينة الخليل وخبراء تصميم الأحذية ووزارة الاقتصاد الوطني وغرفة التجارة والصناعة في الخليل.

من أهم نتائج الدراسة: أظهرت النتائج أن مستوى استيراد الأحذية من الصين ظل مرتفعاً جداً ولم يتأثر بسياسة الحكومة في رفع التعرفة الجمركية. ويعود سبب قصور هذه السياسة إلى العديد من الأسباب منها: الأسعار المنخفضة جداً للأحذية الصينية مقارنة بالأسعار المحلية للمنتجات المماثلة، والصعوبات التي تواجه وزارة المالية والجمارك الفلسطينية في الرقابة على تدفق البضائع المستوردة إلى الأسواق المحلية، وتحكم الجانب الإسرائيلي بحركة المعابر ودخول المواد المستوردة.

من أهم التوصيات: على الحكومة اتباع سياسة التعليمات الفنية ونظام المعايرة؛ لضمان المحافظة على المستهلكين. فهذه السياسة تسهم في تحسين جودة المنتج المحلي، وتحسن درجات المنافسة العادلة مع البضائع المستوردة من خلال منع الاختلال السوقي الناتج عن حجب المستوردين المعلومات الحقيقية عن مستوى رداءة جودة الأحذية، كما أوصت الدراسة بالتدرج في تنفيذ الفحوصات المخبرية الكيميائية والفيزيائية، على أن يتم استهداف الأحذية التي تنتج بكميات كبيرة.

بينما دراسة (مكاوي، 2018) بعنوان ماسية بورتر ودورها في تنمية الاداء التنافسي لشركات الالبان الفلسطينية.

هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور ماسية بورتر والميزة التنافسية في تعزيز الأداء التنافسي لشركات الألبان الفلسطينية في محافظة الخليل، حيث اشتملت الدراسة على شركتي الجبريني والجندي لصناعة الألبان في محافظة الخليل. وتم اختيار هذه الشركات لتوفر عناصر القدرة التنافسية المقترحة من العالم الاقتصادي مايكل بورتر من أجل أن يتسنى معرفة العلاقة بين الماسية والأداء التنافسي في هذه الشركات .

منهجية الدراسة: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التجريبي من أجل تحقيق أهداف الدراسة، ومن أجل تزويد شركات الألبان الفلسطينية بالتوصيات والاقتراحات اللازمة لأصحاب القرار .

مجتمع الدراسة: ومن أجل تحقيق تلك الغاية، تم تصميم استبانة للحصول على البيانات اللازمة لهذه الدراسة، وتم توزيعها على مجتمع الدراسة المكون من الموظفين في الأقسام الإدارية التالية: (قسم الإنتاج، قسم الإدارة، المشتريات، التسويق، المحاسبة) في شركة الجبريني وشركة الجبريني وعددهم (256) من الجنسين، وتم اختيار عينة عشوائية اشتملت على (143) موظفا وموظفة من مجتمع الدراسة. وبعد جمع البيانات عولجت إحصائياً باستخدام برنامج الرزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية.

من أهم نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، كان أهمها: تؤدي ماسية بورتر دورا بارزا في تعزيز الأداء التنافسي ذلك من خلال تحميل نتائج الانحدار الخطي بأن أكثر العوامل تأثيرا في الأداء التنافسي هو ظروف الطلب، يليه الصناعات الداعمة، ثم هيكل المنافسة، يليه عوامل الإنتاج وأخيرا الدور الحكومي.

من أهم التوصيات: يوصي الباحث شركات الألبان الفلسطينية بدراسة جميع ظروف الإنتاج وتحليلها ومحاولة الحصول على الموارد اللازمة بأفضل الأسعار، وأفضل المواصفات، ومحاولة إنتاج منتجات قادرة على المنافسة في السوق العالمية.

فيما دراسة(شلبي،2018) بعنوان متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء بعض الخبرات العالمية، مصر

هدفت هذه الدراسة الى: هدفت الى الوصول الى أفكار ومقترحات جديدة في كيفية اكتساب الجامعات للميزة التنافسية لنيل مكانة مرموقة في التصنيفات العالمية لمستوى الجامعات في العالم ، والاستفادة من العديد من الخبرات العالمية في تحقيق ميزة تنافسية بين الجامعات.

المنهجية: استخدم الباحث المنهج الوصفي كدراسة لتحليل مفاهيم وابعاد ومصادر وكل ما يتعلق بالميزة التنافسية من اجل الوصول الى تحقيق الميزة التنافسية للجامعة.

مجتمع وعينة الدراسة استخدم الباحث استبانة وتم توزيع عينة على أعضاء هيئة التدريس في الجامعة للوقوف على حقيقة وضع الجامعة ومعرفة آرائهم في اليات تحقيق الميزة التنافسية للجامعة.

ومن أهم نتائج الدراسة: وجود العديد من جوانب القصور في الجامعة ومن أهمها قلة المخصصات المرصودة للبحث العلمي في الجامعة وعدم اهتمام الجامعة بتحفيز هيئة التدريس ماديا وقلة اهتمام الجامعة بتوفير الأماكن والتجهيزات المخصصة من مكاتب وكراسي وبرامج متخصصة لتطوير البحوث العلمية ومن جوانب القصور ايضا قلة الاستثمار في تطوير البنية التحتية في المجال التكنولوجي كل ذلك أدى الى الافتقار الى المعايير الأساسية للميزة التنافسية في الجامعة.

ومن أهم التوصيات: اعتماد النظام الالكتروني في كافة اقسام الجامعة وتهيئة مراكز الأبحاث وتزويدها بالاجهزة الالكترونية وقواعد البيانات، واستحداث تخصصات وبرامج تعليمية جديدة ونادرة تتوافق مع متطلبات المجتمع، والعمل على بناء شراكة اجتماعية مع الجامعات العالمية ، والعمل على توفير البنية التحتية الضرورية من مكاتب ومعامل وأجهزة للتشجيع على عمل الأبحاث العلمية وتطويرها، والعمل على توفير موازنة مخصصة لدعم البحوث العلمية.

ودراسة (جبور، 2017) بعنوان تأثير حصول المنظمات على شهادة المطابقة للمواصفات الدولية 9001:2008 على رضا المستهلكين، اللاذقية.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف إلى حصول المنظمات على شهادة المطابقة للمواصفات الدولية، شهادة الأيزو 9001:2008 ومقدار تأثيرها في رضا المستهلكين في الشركات الصناعية، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المقاربة الاستنباطية كمنهج عام للبحث.

منهجية الدراسة: قام الباحث باعتماد المنهج الاستنباطي الذي يبنى على التوجه من العام إلى الخاص من خلال تبني الباحث لمفاهيم نظرية.

مجتمع وعينة الدراسة: استخدم في الجانب الميداني الأسلوب الإحصائي من خلال الاستبانة التي تم تصميمها لغاية جمع البيانات، وقام الباحث بتوزيعها على (340) من مستهلكي منتجات هذه الشركة.

من أهم نتائج الدراسة: كانت نتائج هذه الدراسة تشير إلى وجود فروق معنوية إيجابية ما بين حصول الشركة التي أجريت عليها الدراسة، وحصولها على شهادة الأيزو 9001:2008، ورضا المستهلكين لمنتجات هذه الشركة-الذي يقاس بدرجة الشكاوى التي قدمت، وإقبال المستهلك المتكرر والمستمر على شراء هذه المنتجات لتولد قناعة لدى المستهلكين بمقدار ثقتهم وقناعتهم بالمنتجات التي تدفعهم إلى الشراء، بالإضافة إلى الجودة المقدمة من الشركات.

من أهم التوصيات: توصي هذه الدراسة بضرورة الاهتمام بالشكاوى المقدمة من المستهلكين كافة مع التركيز بشكل كبير على جودة المنتجات المقدمة للمستهلك، والعمل بشكل دائم على تحسين جودة المنتجات لتلبي متطلبات الزبائن ورغباتهم.

فيما دراسة (الحلبي، 2017) بعنوان: دور شهادة الجودة الممنوحة من مؤسسة المواصفات والمقاييس في تعزيز القدرة التنافسية للمنتج الفلسطيني "حالة تطبيقية على القطاع الغذائي في الضفة الغربية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى قدرة شهادة الجودة الممنوحة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تعزيز القدرة التنافسية للمنتجات الغذائية المحلية، والتعرف إلى أهم عناصر شهادة الجودة الفلسطينية، ومقدار تأثيرها في المنتج الوطني لتحقيق القدرة التنافسية محليا ودوليا.

مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة من المؤسسات الغذائية في فلسطين التي حصلت على شهادة الجودة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، وكان عدد هذه المؤسسات خمسا وعشرين مؤسسة، وتم أخذ المجتمع كاملا كعينة للدراسة وذلك للحصول على أدق النتائج.

المنهجية: وتحقيقا لأهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، وصمم استبانة لدراسة المشكلة البحثية، وكان مجتمع الدراسة عبارة عن المؤسسات الغذائية الفلسطينية الحاصلة على شهادة الجودة الممنوحة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، وعددها خمس وعشرون مؤسسة، وتم أخذ المجتمع كاملا كمجتمع للدراسة نظرا لصغر حجمه من أجل الحصول على نتائج دقيقة .

من أهم نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى أن تبني نظام إدارة الجودة الفلسطينية يلعب دورا إيجابيا ويسهم في الحصول على شهادة الجودة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية التي تعزز من القدرة التنافسية للمنتجات الوطنية، كما عززت بعض متغيرات شهادة الجودة الشاملة مثل: المراقبة والمتابعة والفحص والتفتيش وتدريب العاملين من القدرة التنافسية للمنتج الوطني.

من أهم التوصيات: من أهم ما أوصت به الدراسة دعوة جميع المؤسسات الإنتاجية والخدمية الفلسطينية إلى تبني نظام إدارة الجودة الفلسطيني أو أي نظام إدارة جودة آخر، ووسم منتجاتها بهذا الشعار للحفاظ على مستوى ثابت لجودة ما يتم إنتاجه وتقديمه للأسواق، والاهتمام بتطبيق المواصفات الفنية والجودة كنظام في المؤسسة كهدف رئيس ذي أولوية قبل التفكير في تحقيق الربح.

ودراسة (عبيد، محمد، 2017) بعنوان دور تطوير-المنتج الفلسطيني في اكتساب ميزة تنافسية، دراسة حالة: شركة سنقرط للمنتجات الغذائية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور تطوير المنتج الفلسطيني في اكتساب الميزة التنافسية لمواجهة المنتج الإسرائيلي لدى الشركات الصناعية الفلسطينية. منهجية الدراسة: اتبع الباحثان المنهج الوصفي مجتمع وعينة الدراسة: تم تطبيق استبانة على عينة بلغ عددها (150) من العاملين في شركة سنقرط.

من أهم نتائج الدراسة: وبعد جمع البيانات وتحليلها أظهرت النتائج أن تطوير المنتجات الفلسطينية تسهم في اكتساب الميزة التنافسية التي ترتقي وتخلق من المنتجات والسلع الوطنية قدرة عالية على منافسة المنتجات الإسرائيلية.

من أهم التوصيات: أوصى الباحثان بضرورة قيام السلطة الوطنية بتشجيع الإنتاج المحلي؛ لتمكنه من منافسة المنتجات الإسرائيلية عن طريق منح الشركات المحلية الوطنية مميزات وتسهيلات تمكنها من التطوير المستمر لمنتجاتها، وكما توصي الدراسة بإعطاء المنتجات المحلية أفضلية في المؤسسات الرسمية، كإعطائه أولوية في سعر أعلى بنسبة 15 %، وأن تعمل الحكومة على تطبيق المواصفات الفلسطينية على المنتجات المستوردة.

بينما دراسة (حسن، 2017) بعنوان: أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة

التنافسية: دراسة ميدانية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأدوية الأردنية حسب حجم الشركات. وإلى تقديم أفكار ومقترحات عن اليات تطبيق الجودة الشاملة ودورها المهم في تحقيق الميزة التنافسية،

مجتمع الدراسة وعينتها: يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع الموظفين العاملين في شركات الأدوية الأردنية في دوائر الجودة، ورقابة الجودة، والبحث والتطوير، والإنتاج، والمكونة من ثماني شركات أدوية من أصل أربع عشرة شركة وبلغ عددهم 1350 موظفا وعاملا.

منهجية الدراسة: استخدمت الدراسة المنهج الوصفي السببي. أما مجتمع الدراسة فقد تكون من جميع الموظفين في شركات الأدوية الأردنية في دوائر: توكيد الجودة، ورقابة الجودة، والبحث والتطوير، والإنتاج.

من أهم النتائج: أظهرت نتائج الدراسة أن هناك أثرا لممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية، كما أظهرت النتائج وجود أثر لممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية في

شركات الأدوية الأردنية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات أثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة على تحقيق الميزة التنافسية في شركات الأدوية الأردنية تعزى لمتغير حجم الشركة. **من أهم التوصيات:** أوصت الدراسة بضرورة تفعيل مبدأ مشاركة الموظفين في شركات الأدوية في عمليات اتخاذ القرار وزيادة صلاحياتهم؛ لتسهيل إنجاز العمل المطلوب في الوقت المحدد وبجودة عالية، وضرورة الاهتمام بوضع خطط تدريبية للعاملين؛ بهدف تحسين قدراتهم في حل المشكلات بالشكل الصحيح .

فيما دراسة(صافي،2017) بعنوان دور استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحسين الميزة التنافسية. **هدفت هذه الدراسة الى** تسليط الضوء على الميزة التنافسية لمعرفة ابعادها ومصادرها وخصائصها معرفة مراحل تطبيق وتطور بطاقة الأداء المتوازن ودور استخدام ابعادها في تحقيق الميزة في شركات التأمين.

مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من بعض شركات التأمين الفاعلة ، حيث تم اختيار 7 شركات تأمين من بين 49 شركة بنسبة 14.28% ، وشملت عينة الدراسة مدراء المكاتب والفروع وعددهم 125 شخص.

المنهجية: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لاختبار الفرضيات . **ومن أهم نتائج الدراسة:** ان شركات التأمين معنية بشكل كبير بتحقيق الميزة التنافسية للوصول الى زيادة في الحصة السوقية لتحسين الارباح ، وان بطاقة الأداء المتوازن لها دور فعال في تحسين وتحقيق الميزة التنافسية في شركات التأمين.

ومن أهم التوصيات: العمل على تدريب وتأهيل كافة الطواقم التي تعمل في مجال التأمين لمواكبة التطور في العمل ولتحقيق اهداف الشركة ، وأوصت الشركات بتبني نظام بطاقة الأداء كأسلوب إدارة يحقق أهدافها وخاصة تحسين وتطوير والميزة التنافسية لشركات التأمين، وأوصت بتوفير دعم مالي ورعاية صحية لبعض فئات المجتمع الضعيفة والهشة.

ودراسة (عبد الله، حسين،2016) بعنوان نحو تطوير تنافسية قطاع الزيتون الفلسطيني. **هدفت الدراسة إلى** زيادة الميزة التنافسية في القطاع الإنتاجي الخاص بمنتجات زيت الزيتون في الأسواق المحلية والدولية، والعمل على تطوير جاذبية القطاع لمزيد من الاستثمارات الخاصة، وزيادة نسبة العمالة في هذا القطاع، وإلى تشخيص التحديات كافة التي تواجه القطاع بشكل معمق، وتفصيل العقبات كافة سواء كانت الموضوعية أو العقبات الذاتية.

منهجية الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث منهجية البحث الميداني لجمع المعلومات وتحليلها للوقوف على التحديات والمشكلات التي يتعرض لها القطاع عن طريق إجراء مقابلات مع

المزارعين والمتخصصين في الزيت والزيتون، وعن طريق عمل اجتماعات مركزة مع المزارعين، لإيجاد الحلول للتغلب على التحديات، كما استخدم البحث المكتبي لتحليل البيانات والمعلومات، ويتضمن مراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بالقطاع، ويتضمن جمع البيانات المنشورة حول القطاع وتحليلها. **من أهم نتائج الدراسة:** توصلت الدراسة إلى أن قطاع الزيتون يعاني من أزمة كبيرة في قلة الاهتمام والعناية بأشجار الزيتون، التي نتج عنها تقلص في حجم الإنتاج وانخفاض في القيمة. **من أهم التوصيات:** إعادة النظر في القوانين التي تختص بهذا القطاع من أجل تطويرها، لتعود بالفائدة على المزارعين وعلى المجتمع، ومن هذه القوانين التي لا بد من تعديلها: قانون الزراعة رقم (8) لسنة 2003، والعمل على إعادة تشكيل مجلس الزيت والزيتون، وتبني القوانين والاتفاقيات لتطوير القطاع. ومن التوصيات أيضا تحسين منظومة الإرشاد الزراعي والترويج لاستخدام تقنيات جديدة، وتنفيذ سياسات لمحاربة الآفات الزراعية التي تهدد أشجار الزيتون.

بينما دراسة (جعفر، 2016) بعنوان: الميزة التنافسية حرب على الخصوم دراسة واقع الميزة التنافسية في الصناعات الغذائية الوطنية الفلسطينية

هدفت الدراسة التعرف إلى مفهوم الميزة التنافسية وأبعادها المختلفة، والتعرف إلى واقع تحقيق أبعاد الميزة التنافسية واستخدامها في المؤسسات الصناعية الغذائية الفلسطينية. **المنهجية:** استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة **مجتمع وعينة الدراسة:** استخدم الباحث الاستبانة للحصول على المعلومات من عينة الدراسة البالغ تعدادها (46) موظفا وموظفة من الإداريين الذين يعملون في المصانع الغذائية العاملة شرقي ضواحي القدس .

من أهم نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى أن قطاع الصناعات المحلية لديه قدرة عالية على تحقيق الميزة التنافسية، عن طريق تخفيض تكاليف الإنتاج وتكاليف الصيانة، وبناء استراتيجية للاستخدام الأمثل للمواد الأولية، وتبني سياسة واضحة للجودة تسعى إلى تقليل نسبة المعيب في الإنتاج؛ بعمل الفحوصات الدائمة للمنتجات للتأكد من مطابقتها لمواصفات الجودة الوطنية. كما توصلت الدراسة إلى أن قطاع الصناعات المحلية يسعى إلى تخفيض أسعار المنتجات ومواكبة التغيرات دائما، والعمل على تعدد منتجاتها لتلبية رغبات الزبائن وكسب رضاهم، وتزويدهم بأجود المنتجات في الوقت المناسب .

من أهم التوصيات: توصي الدراسة الشركات بضرورة زيادة الاهتمام ببعد التكلفة وبخاصة في مجال خفض التكاليف الصناعية المباشرة، وضرورة زيادة الاهتمام بتطبيق الجودة الشاملة في المنتجات؛ لأنها من أهم مسببات الميزة التنافسية، كما توصي الدراسة بزيادة الاهتمام ببعد المرونة في مواكبة التغيرات دائما واتخاذ القرارات الإدارية بشكل مرن، وخفض أسعار منتجاتها عند الضرورة.

فيما دراسة(النقري،2017) بعنوان أثر تطبيق نظام إدارة الجودة على تحسين الميزة التنافسية (دراسة حالة شركة سيريتل موبايل تيلكوم) -سوريا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في تحسين الميزة التنافسية في شركة سيريتل موبايل تيلكوم.

المنهجية: ومن أجل تحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي **مجتمع وعينة الدراسة:** استخدام الباحث استبانة مؤلفة من (46) فقرة موزعة على محورين رئيسيين: إدارة الجودة، الميزة التنافسية. وقد تم تطبيقها على عينة العاملين(الإداريين) في شركة سيريتل موبايل تيلكوم (سورية/ فرع حمص) الذي بلغ عددها(54) فردا تم توزيعها بطريقة إلكترونية. **من أهم نتائج الدراسة:** وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لتطبيق نظام إدارة الجودة على تحسين الميزة التنافسية (عنصر المرونة، عنصر التميز) في شركة سيريتل موبايل تيلكوم (سورية/فرع حمص)

من أهم التوصيات: خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

- 1-اتخاذ الإجراءات الكفيلة بالتطور المستمر لأداء العاملين وتقديم الحوافز المادية والمعنوية لهم.
- 2-العمل على توفير جميع المستلزمات المادية اللازمة وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في تقديم خدمات مميزة وسريعة للزبائن.
- 3-إجراء دراسات أوسع لمعرفة رضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة من قبل شركة سيريتل.

و**دراسة (حمزة،2015) بعنوان مساهمة المواصفات القياسية العالمية (ISO) في تحقيق وتنمية الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية. دراسة حالة -البويرة** هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مدى مساهمة اعتماد المواصفات العالمية وتبنيها للجودة الشاملة، والأيزو 9001 في تنمية الميزة التنافسية وتحسينها، في المؤسسات الاقتصادية والرفع من قدراتها التنافسية..

المنهجية: اعتمد الباحث في تحليل هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم الاعتماد على منهج دراسة حالة وفيها حاول الباحث معرفة مدى مساهمة الالتزام بالمواصفات العالمية لأنظمة إدارة الجودة والحصول على شهادة المطابقة في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة وتحقيقها.

من أهم نتائج الدراسة: ولقد توصلت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أن تبني المؤسسات الاقتصادية للمواصفة رقم 9001، والالتزام بمتطلبات هذه المواصفة ومبادئها يساهم في رفع القدرات التنافسية للمؤسسة ويمنحها القدرة على بناء الميزة التنافسية وتحسينها لديها وتحقيق تميزها مقارنة بالمنافسين **من أهم التوصيات:** كما توصي هذه الدراسة الإدارة العليا العمل على تغيير نظرة عمل المؤسسة تجاه نظام الأيزو 9001 على أنه مجرد شهادة لتسويق منتجاتها عن طريق تثقيف أفراد المؤسسة بأهمية

هذا النظام والفوائد الكبيرة التي ستجنيها المؤسسة بتطبيق مبادئ هذا النظام. كما توصي بمزيد من الاهتمام بعمليات الصيانة الوقائية لأهميتها الكبيرة في الحفاظ على مستوى الأداء وزيادة جودة المنتجات.

فيما دراسة (وهاب، سمية 2015) بعنوان: أهمية زيادة القدرة التنافسية لمؤسسات الصناعة الغذائية لتحقيق التنمية المحلية في الجزائر -دراسة ميدانية-

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور المؤسسات الصناعية في دعم التنمية المحلية من خلال ارتكازها على رفع قدرتها التنافسية، وبخاصة أن القطاع الصناعي يعد من أهم القطاعات التي يمكن الاعتماد عليها في عملية التنمية المحلية، لما يمتلكه من قدرة على تنشيط باقي القطاعات، وبالأخص الصناعات التحويلية خارج المحروقات.

منهجية الدراسة: اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي الملائم لتشخيص وإعطاء صورة أوضح عن الإيجابيات والسلبيات والحلول المناسبة

مجتمع وعينة الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة على مؤسسة بن عمر إحدى مؤسسات صناعة الأغذية واعتمدت الدراسة على استبانة وزعت على اطارات المؤسسة وتم تحليلها باستخدام العديد من الأدوات الإحصائية .

من أهم نتائج الدراسة: توصلت الدراسة الى العديد من النتائج وكان من أهمها وجود أثر ذو دلالة احصائية بسبب امتلاك مؤسسة عمر عوامل القدرة التنافسية لتحقيق التنمية ، وكما ان امتلاك المؤسسة لقدرات تنافسية عالية سيساهم في اتساع الحصة السوقية وسيساهم في توفير فرص عمل جديدة وهذا سيؤدي الى تنمية الاقتصاد المحلي .

من أهم التوصيات: كما قدمت الدراسة جملة من التوصيات يجب ان يتم عمل مشاريع تتناسب مع متطلبات المنطقة لتعم المنعة على المؤسسة وعلى المنطقة ، ولتحقيق ذلك توصي الدراسة بضرورة التزام المؤسسة بالمواصفات والمعايير المحلية والدولية لتستطيع الاحتفاظ بقدراتها التنافسية.

ودراسة (عائشة، 2015) بعنوان كيفية تحقيق الميزة التنافسية للمنتجات ذات الاستهلاك الواسع - دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر وحدة مستغانم

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح المفاهيم كافة، التي تتعلق في الميزة التنافسية والصناعات الغذائية وجميع المنتجات ذات الاستهلاك الواسع، وتحديد دور الصناعات المحلية، وكيف تعمل على تحقيق الميزة التنافسية.

المنهجية: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يأخذ المعطيات من الدراسة الميدانية.

مجتمع الدراسة: كافة الموظفين والعاملين في مؤسسة تكرير السكر.

من أهم نتائج الدراسة: توصلت الدراسة إلى إن جميع المؤسسات تسعى إلى التميز والاختلاف عن الآخرين عن طريق وضع خطط استراتيجية تنافسية تمكنها من تحقيق أهدافها، وإن القدرة على التنافس تعني مقدرة المؤسسة على الصمود أمام المؤسسات الأخرى من أجل الوصول إلى تحقيق أهدافها من الاستقرار، والتطور، والنمو، وتحقيق الأرباح.

من أهم التوصيات: وكما توصي هذه الدراسة بوجود الاهتمام بشكل أكبر بوظيفة التسويق، والاهتمام بالموارد البشرية وتقديم حوافز ومكافآت لتحفيزهم من أجل الزيادة في الإنتاج، ويجب على المؤسسة الاستمرار في التطوير لتحسين وضعها وجعلها في مستوى المؤسسات المنافسة والناجحة

2.4.2 الدراسات الأجنبية

دراسة (SHPAK, and others, 2019) بعنوان تقييم القدرة التنافسية للمنتج - دراسة حالة. هدفت هذه الدراسة إلى توفير الأطر الحالية نهجاً سطحياً لتقييم القدرة التنافسية للمنتج؛ مما يكشف عن الصلة بين مستوى القدرة التنافسية للمنتج، والعوامل الكمية والنوعية التي لها التأثير الأكبر عليها. بالنظر إلى هذه الحقيقة، فإن الغرض من هذه الورقة هو تطوير نموذج لتقييم القدرة التنافسية لزيت عباد الشمس المعبأ، مع الأخذ في الاعتبار العوامل الكمية والنوعية التي قد تغيرها. علاوة على ذلك، يتم تنفيذ هذا النموذج لفحص العلامات التجارية لزيت عباد الشمس الأوكراني الأكثر طلباً من أجل الكشف عن إمكانيات تعزيز القدرة التنافسية.

المنهجية: تتضمن المنهجية العامة للبحث عناصر التحليل النظري والتجريبي والنوعي والكمي، بالإضافة إلى مناهج وأدوات تحليلها. يركز التحليل التجريبي على مراقبة البيانات الإحصائية الرسمية لتصدير زيت عباد الشمس والاتجاهات المستقبلية. يتكون التحليل النوعي من تحديد العوامل التي تؤثر على القدرة التنافسية لزيت عباد الشمس المعبأ وتنظيمها ووصفها. بدوره، يعتمد التحليل الكمي على استخدام أداة المنطق الضبابي من أجل تقييم تأثير العوامل المعقدة والجزئية على مستوى القدرة التنافسية للمنتج.

من أهم نتائج الدراسة: تقدم هذه الورقة دراسة جدوى لتقييم القدرة التنافسية للمنتج لعلامة تجارية معينة لزيت عباد الشمس. وبناءً على استخدام مجموعة أدوات المنطق الضبابي، تم تحليل تأثير العوامل المعقدة والجزئية على مستوى القدرة التنافسية. ونتيجة لذلك، تم تقديم محاكاة لحساسية القدرة التنافسية لعلامة تجارية زيتية معينة على العوامل المعقدة ذات الصلة التي تحدد مستوى قدرتها التنافسية. قد تساعد دراسة العمل هذه المديرين على توجيه جهودهم ومواردهم في الاتجاه المحدد المناسب لزيادة القدرة التنافسية للمنتج، ووضع المنتج في السوق.

من أهم التوصيات: نتائج هذا البحث مفيدة للممارسين في تقييم القدرة التنافسية للمنتج، ونمذجة المستويات المستقبلية، وفهم الاحتمالات الخفية لتعزيز القدرة التنافسية للمنتج. يمكن اعتماد الإطار المعروض لأنواع أخرى من المنتجات.

ودراسة (Abubakar, Mohammad, 2019) بعنوان ربط استراتيجيات خط الإنتاج بالميزة

التنافسية: دراسة تجريبية للأغذية النيجيرية وصناعة المشروبات

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في العلاقات بين استراتيجيات خط الإنتاج والميزة التنافسية في صناعة الأطعمة والمشروبات النيجيرية.

مجتمع وعينة الدراسة: تم الحصول على البيانات من عينة من 278 موظفًا اختيروا من بين 8 شركات في صناعة الأطعمة والمشروبات الواقعة في شمال شرق نيجيريا باستخدام استبانة مُدارة ذاتيًا. تم إجراء ارتباط بيرسون والانحدار المتعدد في تحليل البيانات.

من أهم نتائج الدراسة: كشفت نتائج البحث أن استراتيجيات خط الإنتاج لها تأثيرات كبيرة في الميزة التنافسية لشركات الأطعمة والمشروبات في نيجيريا.

من أهم التوصيات: يجب أن تجعل إدارة الشركات العاملة في صناعة الأغذية والمشروبات أولوية قرار خط الإنتاج وإعطائها الاهتمام المطلوب. وكما يجب على الشركات أن تبحث في سبل تحسين جودة القرارات المتعلقة بخط إنتاجها، بسبب الدور المحوري الذي لعبته في تعزيز الميزة التنافسية.

بينما دراسة (Potjanajaruwit, 2018) بعنوان الميزة التنافسية وتأثيرها على الشركة.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة وتحليل العوامل التي تسبب زيادة القدرات التكنولوجية والتعرف على طبيعة التعاون بين المؤسسات وكيف تؤثر هذه العلاقة على الميزة التنافسية وخاصة على الشركات الحديثة

مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من بعض رواد الأعمال والمدراء التنفيذيين في المؤسسات الحديثة ، وتم اختيار العينات بأخذ العينات العشوائية الطبقية، وتم استخدام الاستبانات لجمع المعلومات والمقابلات الشخصية ، وتم تحليل البيانات باستخدام تحليل المسار لتحليل البيانات من أجل التحقق من النتائج

ومن أهم نتائج الدراسة: ان العوامل التي تؤثر على القدرة التكنولوجية بالإضافة الى التعاون بين المؤسسات الحديثة له تأثير إيجابي على الميزة التنافسية لهذه الشركات الحديثة.

ومن اهم التوصيات: يتوجب على رواد الاعمال وجميع الموظفين المبتدئين بذل المزيد من الجهد وتكريس طاقاتهم وقدراتهم وكافة مواردهم ونسج علاقات مع جميع الموظفين والشركات التي لها نفس المجال والموردين من اجل خلق وتعزيز الميزة التنافسية .

فيما دراسة (and others, 2017 MIZANBEKOVA,) بعنوان تحسين نظام إدارة الجودة وتعزيز القدرة التنافسية للإنتاج - كازخستان

هدفت هذه الدراسة إلى حل مشكلة المؤسسات الزراعية المتعلقة بمراقبة جودة الأغذية في البلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية، وكذلك لوضع توصيات لتحسين نظام إدارة الجودة في سياق التحول إلى اقتصاد السوق، لتحسين القدرة التنافسية للمنتجات الغذائية في الأسواق الداخلية والدولية. وفي وضع توصيات لاستراتيجية فعالة لتحسين القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية في البلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية (حالة جمهورية كازاخستان).

المنهجية: استخدم الباحثون التحليل الاستراتيجي لتطوير أدوات الإدارة الاستراتيجية وتنفيذها، والتنبؤ وتحسين استخدام موارد المؤسسات الزراعية. كذلك تم اختيار العناصر المتاحة الأكثر فعالية لنظام إدارة الجودة من خلال مقارنة عناصر إدارة الجودة من حيث فعاليتها لتشكيل نظام إدارة الجودة لإنتاج الأغذية الزراعية في البلدان التي تمر اقتصاداتها بمرحلة انتقالية.

من أهم النتائج: توصلت الدراسة إلى أن العلامة التجارية هي من أهم الأدوات لتحسين القدرات التنافسية الاستراتيجية للمؤسسات لأنها تدعم وتعزز التنافسية.

من أهم التوصيات: توصي هذه الدراسة بتحسين نظام إدارة الجودة في سياق التحول إلى اقتصاد السوق؛ وذلك لتحسين القدرة التنافسية للمنتجات الغذائية في الأسواق المحلية والدولية وكما توصي بالعمل على وضع سياسات وخطط استراتيجية فعالة لتحسين القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية وخاصة بالدول التي تمر بالمراحل الانتقالية.

بينما دراسة (Ade, and others, 2017) بعنوان تأثير استخبارات التسويق على الميزة التنافسية للأعمال - نيجيريا

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير الذكاء التسويقي في الميزة التنافسية للأعمال في نيجيريا. ومع ذلك، فإن الأهداف الثانوية لهذه الدراسة هي تحديد العلاقة بين السجل الداخلي والميزة التنافسية للأعمال.

المنهجية: تم استخدام البحث الوصفي

مجتمع وعينة الدراسة: تم مسح 292 من موظفي Diamond Bank في لاغوس، والفروع الإقليمية المركزية والمكتب الرئيس. تم الحصول على 285 إجابة منها، بينما تم إتلاف 6 ردود لعدم تعبئتها بشكل صحيح. كما تم جمع البيانات من خلال استبانة ذاتية.

ومن أهم نتائج الدراسة: أن المعلومات التسويقية باعتبارها معلومات حساسة قد مكنت البنك من تحقيق أرباح أكثر بنجاح، وتوسيع شبكة الفروع في جميع أنحاء البلاد، وتحقيق أداء أفضل من منافسيه في السوق وزيادة ميزته التنافسية التجارية.

من أهم التوصيات: توصي هذه الدراسة بأن يهتم رجال الشركات اهتماما كبيرا في الحفاظ على جميع عناصر المعلومات حول نظام التشغيل، وبيانات المبيعات والكفاءة الأساسية والاستراتيجيات الأخرى، بما في ذلك القوة والضعف والفرص والتهديد بأمان. ويجب على المؤسسات تحديد الأولويات والاستباقية في جمع المعلومات المتعلقة بالأنشطة التسويقية اليومية؛ لتقديم أفضل دعم لأعمالها بتكلفة منخفضة، لأن السجل الداخلي قد لا يسهم بالضرورة في الميزة التنافسية للأعمال على المدى الطويل.

ودراسة (Mekimah, sayad, 2020) بعنوان أثر نظام إدارة سلامة الأغذية في رضا العملاء وولائهم - دراسة حالة لشركة كوكاكولا في الجزائر

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير نظام إدارة الغذاء ISO 22000 بشأن ولاء عملاء Coca-Cola في الجزائر من خلال الرضا كمتغير وسيط.

المنهجية : استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي وطريقة دراسة الحالة، مجتمع وعينة الدراسة: تم استخدام الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسة لجمع البيانات. تم توزيعها على عينة عشوائية من 385 عميلا في شركة كوكا كولا في الجزائر. بالإضافة إلى ذلك، تم استخدام برامج SPSS و AMOS لتحليل البيانات واختبار فرضيات البحث.

ومن أهم نتائج الدراسة توصلت هذه الدراسة الى بعض النتائج المهمة ومنها ان وجهة نظر العملاء في نظام الايزو 22000 تشير الى الضعف بين المنتجات الامنة والمنتجات الخضراء ، وتم تصنيف جودة المنتجات المبتكرة بدرجة عالية. وكما أظهرت ضعيفا غير مباشر ما بين ولاء العملاء وبين نظام إدارة السلامة الغذائية الذي يؤدي الى إرضاء العملاء واشباع رغباتهم.

من أهم التوصيات: وتوصي هذه الدراسة بان على شركة كوكاكولا أن تسعى لتطوير منتجاتها حسب رغبات ومتطلبات العملاء ، مع المحافظة على البيئة وتقليل المخاطر وذلك بالعمل على إعادة تدوير العبوات . وعلى الشركة الاهتمام بالعملاء والعمل على توعيتهم بمعايير السلامة الغذائية عن طريق الملصقات ونشرات التوعية مخاطر أقل على البيئة ، ويتوجب على الشركة الانتباه إلى الجانب الاجتماعي لأنه يؤثر عليها والعمل على تفعيل مخرجات سلامة الغذاء من حيث البيئة الخضراء والامنة لكسب رضا العملاء.

بينما دراسة (Gani, Nicolaas, 2021) بعنوان دور تأثير جودة المنتج والخدمة على رضا العملاء - اندونيسيا

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير جودة المنتج، وجودة الخدمات والأسعار في رضا العملاء الذين يتعاملون مع متجر loki

المنهجية: استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الكمي الذي يتكون من بيانات أولية وبيانات ثانوية. تم الحصول على البيانات الأولية من توزيع الاستبانات، بينما تم الحصول على البيانات الثانوية من المجلات والكتابات العلمية والمنشورات من الإنترنت التي توفر المعلومات الداعمة. **مجتمع وعينة الدراسة:** استخدمت هذه الدراسة عينة غير احتمالية باستخدام عينة هادفة بحيث كانت عينة هذه الدراسة تتكون من 150

من أهم نتائج الدراسة: من أهم النتائج أن جودة المنتج لها تأثير إيجابي كبير في رضا العملاء في متجر (2) Loki ، كما إن لجودة الخدمة المقدمة من المتجر لها تأثير كبير وإيجابي في رضا العملاء، وأن للسعر أيضا تأثير كبير وإيجابي في رضا العملاء في متجر Loki. **من أهم التوصيات:** توصي هذه الدراسة بأن على إدارة متجر LOKi أن يعمل على تحسين منتجاته عن طريق إضافة منتجات ذات جودة أعلى من ذي قبل، كما يُنصح بزيادة عمليات المراقبة وتكثيفها؛ من أجل تحسين جودة المنتج، وتقليل العيوب، وأن تعمل أيضا على تحسين جودة الخدمات؛ للمحافظة على أسعار تنافسية قادرة على منافسة المنتجات وكسب رضا العملاء.

و دراسة (Purwanto, and others,2020) بعنوان: تأثير تطبيق نظام الإدارة المتكامل الايزو 9001، والاييزو14001، والاييزو 22000 ، والاييزو 45001 على أداء الصناعات الغذائية الأندونيسية

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير تنفيذ نظام الإدارة المتكاملة وخاصة انظمة الايزو 9001، 22000، 14001، الايزو 45001 على السلامة الغذائية وعلى أداء الأعمال في صناعة الأغذية الإندونيسية.

مجتمع وعينة الدراسة: تم إجراء هذه الدراسة على العديد من شركات صناعة الأغذية في إندونيسيا، حيث شمل هذا البحث 426 مشاركًا، وهم موظفون من 44 شركة لصناعة الأغذية تطبق نظام الايزو لمدة 3 سنوات على الأقل باستخدام أخذ العينات العشوائية الطبقيّة. وتم جمع البيانات عبر الاستبانات الإلكترونية وتحليلها باستخدام نموذج المعادلة الهيكلية (SEM) والنموذج الهيكلية الخطي (LISREL).

من أهم النتائج: أظهرت نتائج التحليلات أن تطبيق المعايير الدولية للأعمال المتعلقة بالألغام (IMAS) قد أثر بشكل كبير في أداء الأعمال للشركات المختارة. ومن المثير للاهتمام، أنه وجد أيضًا أن المعايير الدولية للأعمال المتعلقة بالألغام (IMAS) قد أثرت بشكل كبير في أداء الأعمال مثل: وعي الموظف، صورة الشركة، جودة وسلامة المنتجات، التنظيم الداخلي، الاتصالات، الإنتاجية، العملاء الجدد والوصول إلى أسواق جديدة ، رضا العملاء. يقال أيضًا أن التطبيق يقلل من عدد المنتجات غير المتوافقة.

فيما دراسة (Hoe, Mansori, 2018) بعنوان آثار جودة المنتج على رضا العملاء وولائهم: دليل من الصناعات الهندسية الماليزية

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العوامل، التي من الممكن أن تساعد الشركة على تطوير ميزة تنافسية مستدامة عن طريق تحسين جودة المنتجات وتحليلها؛ لكسب رضا العملاء وولائهم وتعزيزه. المنهجية: استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام استبانات المسح عبر البريد الإلكتروني وإرسالها إلى العملاء من مختلف قطاعات الأعمال في الصناعة. وتم جمع البيانات الأولية عن الردود من المستجيبين الذين يمثلون منظماتهم على المتغيرات من النموذج الذي تم تطويره للبحث.

عينة الدراسة: تم إرسال الاستبانة عبر البريد الإلكتروني إلى 90 موظفًا من أقسام المشتريات للرد نيابة عن مؤسساتهم. وتم جمع 78 إجابة بنجاح من المشاركين وتم تضمينها في التحليل النهائي. من أهم نتائج الدراسة: تشير النتائج إلى أن جودة الخدمة لها أكبر تأثير في رضا العملاء، تليها المتانة والجانب الجمالي لمنتجات الصناعة. وتُظهر النتائج أن للرضا تأثيرًا كبيرًا على مستوى الولاء لمنتجات الصناعة. أما بالنسبة لجودة المنتجات، فأشارت النتائج أن من أبرزها: المتانة وقابلية الخدمة، والجماليات والجودة المدركة. كما تشير النتائج إلى أن الخدمة الجيدة والجودة لهما أكبر تأثير في رضا العملاء؛ مما يؤدي إلى الولاء. وتشير النتائج أيضًا إلى أن الأداء والميزات والموثوقية لها تأثير في الرضا، وتوفر النتائج رؤى لفهم أبعاد جودة المنتج التي تؤثر في رضا العملاء وتؤدي زيادة رضا العملاء إلى زيادة ولاء العملاء في الصناعة الهندسية في ماليزيا.

من أهم التوصيات: توصي الدراسة بأنه يجب على الشركات أن تسعى إلى بناء منتجات تستند إلى مفاهيم ابتكار القيمة من خلال تحسين جوانب جودة المنتج. وقد يتطلب ذلك بحثًا وتطويرًا للمنتجات التي تتفوق على منتجات المنافسين التي تلبي احتياجات العملاء المستقبلية واحتياجات السوق. ولتحسين جودة المنتج لا بد من الاستثمار في الموارد البشرية للمؤسسة؛ لذلك يجب على الشركات الاهتمام الشديد بإدارة المواهب الخاصة بها من مراحل جذب موظفيها، وتدريبهم، وتطويرهم، والاحتفاظ بهم. ويجب أيضًا مراجعة طرق إشراك الموظفين، وتحفيزهم مع مراعاة أفضل الممارسات في الصناعة.

2.4.3 التعقيب على الدراسات السابقة

-لقد تناولت الدراسات السابقة دور كل من المؤسسات الحكومية ومؤسسة المواصفات والمقاييس، بالإضافة إلى الجودة الشاملة والمعايير الدولية في تحسين الميزة التنافسية للمنتجات الوطنية. وتحدثت الدراسات عن هذا الدور، والعلاقة ومقدار التأثير بين المواصفات وجودة المنتجات، وبين الميزة التنافسية. وشخصت التحديات والعقبات المعاصرة المتزايدة كافة، التي أحدثتها الثورة المعلوماتية

والتكنولوجية والعولمة، وانفتاح الأسواق للمنتجات العالمية التي تحول دون تحسين الميزة التنافسية للمنتجات المحلية؛ مما يؤثر على الحصة السوقية والاستهلاك المحلي للمنتجات. وأوضحت الدراسات طرق التغلب على هذه العقبات وآلياتها، ووضعت حلولاً لدعم المنتج الوطني في الأسواق المحلية والعالمية. وأكدت العديد من الدراسات أهمية الحصول على شهادة الجودة الشاملة، والتقيد بالموصفات المحلية والدولية التي تقرها الدولة؛ لكي تستطيع المنافسة والاستمرارية في الأسواق المحلية والدولية. كما أكدت الدراسات ضرورة التعاون الكامل بين القطاع العام والقطاع الخاص في دعم القطاعات الصناعية، ودعم المنتج الوطني والحفاظ على ميزته التنافسية؛ من أجل التنمية المحلية. وأجمعت الدراسات على أهمية إعداد الكوادر البشرية وتأهيلها وتدريبها، والارتقاء بأدائها العلمي والمهني لمواكبة التطورات والأنظمة العلمية الحديثة لنظام المواصفات والجودة الشاملة. وعلى ضرورة تطبيق التشريعات والقوانين الخاصة بالمواصفات الفنية والمواصفات القياسية؛ ليطمئن الالتزام والتقيد بها في المراحل الإنتاجية. وقد أوضحت الدراسات السابقة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع وكيف يتأثر كل منهما بالعلاقة. فالجودة الشاملة تؤثر في الميزة التنافسية وتؤثر في زيادة نسبة الحصة السوقية للمنتجات، وكلما حصلت المنشأة الصناعية على شهادة الجودة زادت ثقة المستهلكين بالمنتجات المحلية.

- أجريت العديد من الدراسات السابقة على جميع المتغيرات الفرعية لمتغير الميزة التنافسية، وتناولت الجودة الشاملة والمواصفات العالمية كمتغير مستقل بحيث خصصت هذه الدراسة للمتغيرات دور مؤسسة المواصفات والمقاييس والميزة التنافسية.

الدراسات التي تناولت المتغير المستقل (المواصفات والمقاييس)

• من حيث الأهداف:

هدفت معظم الدراسات السابقة إلى توضيح مقدار تأثير المواصفات العالمية، ونظام إدارة الجودة في حال تطبيقها والالتزام بها في زيادة القدرات التنافسية وتحقيق التميز، والتعرف إلى مدى أهمية التوصيف والمواصفات وبخاصة في ظل التغيرات المتسارعة، والطلبات المتجددة في تماسك المؤسسة واستمرارها. وهدفت أيضاً إلى توضيح العقبات كافة التي تواجه الميزة التنافسية وآليات مواجهتها مثل: دراسة (الصغير، 2020) ودراسة (عبدالله، وآخرون، 2019) ودراسة (جبور، 2017) التي توضح الظروف البيئية المعقدة والصعبة كافة التي تمر بها معظم المؤسسات الاقتصادية، وكيف يؤثر نظام تطبيق المواصفات ونظام إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة في مثل هذه الظروف، وإلى توضيح المفاهيم كافة التي تتعلق بالمواصفات العالمية، وهدفت أيضاً إلى إبراز أثر تطبيق المواصفات العالمية كافة للجودة (ISO 9001) في أداء المؤسسات الاقتصادية، ومقدار قوتها التنافسية. وكذلك دراسة (إسماعيل، 2020) التي هدفت التعرف إلى الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات في ترقية صادرات السودان، وإلى معرفة المعوقات والمشاكل كافة التي تواجه هذه المؤسسة، وإلى معرفة مقدار خضوع

السلع كافة المراد تصديرها إلى الفحوصات، ومقدار مطابقتها للمواصفات المحلية والعالمية. ودراسة (عائشة، 2020) و(غريسي، بوشرييشة 2019) ودراسة (النقري، 2017) التي هدفت التعرف إلى مفاهيم إدارة الجودة كافة، ومعرفة مقدار تأثير تطبيق الجودة والمواصفات في الميزة التنافسية، وما هي الطرق والمتطلبات التي يجب اتباعها لتطوير جودة الخدمات والمنتجات والارتقاء بها وتحسينها، وهدفت أيضا إلى وضع تصور يوضح العلاقة بين إدارة الجودة والميزة التنافسية. ودراسة (الحلبي، 2017) التي هدفت إلى معرفة دور شهادة الجودة التي تمنحها مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين القدرات التنافسية للمنتجات المحلية وزيادتها، وهدفت أيضا إلى معرفة مقدار تأثير شهادة الجودة في تعزيز جودة المنتجات، وزيادة قدراتها التنافسية والتعرف إلى الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس والخدمات التي تقدمها للشركات والقطاعات الإنتاجية. ودراسة (حمزة، 2015) التي توضح المفاهيم التي تتعلق بالمواصفات الدولية بنظام إدارة الجودة، وتهدف إلى توضيح الأساليب التي تساعد المؤسسة الاقتصادية وتدعمها في تطبيق المواصفات المحلية والعالمية لأنظمة إدارة الجودة، ليتم وضع رضا العميل على أولويات المؤسسة، وإلى رفع مستوى أدائها وتحسينه؛ لتحقيق التميز. وإلى توضيح أثر تطبيق مبادئ المواصفات العالمية في القوة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية وإبرازه.

أما هذه الدراسة فقد توافقت مع الدراسات السابقة في الأهداف التالية:
معرفة دور المواصفات والمقاييس في دعم المنتجات المحلية وتحسين قدراتها التنافسية، وأهمية شهادة الجودة الممنوحة من مؤسسة المواصفات والمقاييس في تعزيز القدرات التنافسية للمنتجات الغذائية.
من حيث مجتمع الدراسة وعينتها: العديد من الدراسات السابقة ومنها: دراسة (الصغير 2020) ودراسة (إسماعيل، 2020) ودراسة (عائشة، 2020) ودراسة (غريسي، بوشرييشة 2019) ودراسة (Mekimah) (sayad , 2020) ودراسة (عبيد، محمد، 2017) اتفقت على أن مجتمع الدراسة يتكون من العاملين في المؤسسة نفسها فقط، باستثناء دراسة (الحلبي، 2017) فقد شمل مجتمع الدراسة المؤسسات الغذائية كافة التي حصلت على شهادة الجودة، وعددها خمس وعشرون مؤسسة، ودراسة (Abubakar, Mohammad, 2019) ودراسة (حسن 2017) حيث شمل مجتمع الدراسة العديد من الشركات.

أما الدراسة الحالية، فقد توافقت مع الدراسات السابقة ومنها: دراسة (الحلبي، 2017) ودراسة (حسن 2017) ودراسة (Abubakar, Mohammad, 2019) حيث شمل مجتمع الدراسة العديد من المؤسسات والعاملين فيها، وكانت الدراسة الحالية أشمل من حيث المجتمع، فقد تناولت هذه الدراسة الجهة المانحة لشهادات الجودة والمتمثلة في مؤسسة المواصفات والمقاييس، وبعض الشركات الغذائية الحاصلة على شهادات الجودة

من حيث الأداة: تشابهت هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة منها: دراسة (إسماعيل، 2020، ودراسة (عائشة، 2020) من حيث تبني الاستبانة واستخدامها كأداة للدراسة، واختلفت من حيث أن الدراسات السابقة استخدمت الاستبانة والمقابلات الشخصية.

من حيث النتائج :

اتفقت العديد من الدراسات السابقة، منها: دراسة (إسماعيل، 2020)، دراسة (عائشة، 2020) ، دراسة (جميلة، 2019) ، دراسة (غريسي، بوشريبيشة 2019) ، دراسة (الجلبي، 2017)، دراسة (حسن 2017)، دراسة (حمزة، 2015) على وجود علاقة وأثر كبير بين الجودة الشاملة، وتطبيق المواصفات على الميزة التنافسية وزيادة المبيعات، وزيادة الحصة السوقية والصادرات، وأن الجودة الشاملة تعتبر من أهم الوسائل المتبعة لتحسين الميزة التنافسية وتطويرها، وأن تطبيق المواصفات على المنتجات المحلية يرتقي بها إلى المنافسة، ومواكبة المواصفات الدولية للمنتجات، وأن تطبيق المواصفات الفنية يلعب دورا إيجابيا في الحصول على شهادات الجودة التي تعزز من الميزة التنافسية. واتفقت كل من الدراسات التالية: دراسة (الصغير 2020) دراسة (جعفر 2016)، دراسة (عبدالله، حسين، 20016) على أن تطبيق المواصفات الفنية ونظام إدارة الجودة الشاملة يخفض من التكاليف الإنتاجية، وأن ميزة التكلفة الأقل تؤثر بشكل إيجابي في تحسين الميزة التنافسية وزيادة الفرص التسويقية، وأن إدارة الجودة تعمل على تطوير القطاعات الإنتاجية، وتزيد من قدراتها الإنتاجية وتخفض من التكاليف الإنتاجية وتحسن من القدرات التنافسية في الأسواق؛ وبالتالي يزيد المردود المالي. كما تتفق الدراسات على أن القطاعات الصناعية لديها قدرات كبيرة وعالية على تحسين الميزة التنافسية عن طريق خفض التكاليف الإنتاجية، وتكاليف الصيانة، وتقليل نسبة المعيب.

الدراسات التي تناولت المتغير التابع (الميزة التنافسية)

من حيث الأهداف

هدفت معظم الدراسات السابقة منها: دراسة (البيطاوي 2019)، دراسة (أبو ارجيلة 2019)، دراسة (الفلاح 2018)، دراسة (عبدالله، حسين، 20016) إلى توضيح التحديات والمشاكل كافة التي تؤثر بشكل سلبي في الميزة التنافسية وفي الحصة السوقية للمنتجات المحلية، وتشخص الواقع الحالي لقطاع الصناعات، وتضع تصورا واضحا للظروف والتحديات المحيطة كافة التي تواجه المنتجات المحلية، وكيف تؤثر في القدرات الإنتاجية؟ وما هو دور الحكومات في مواجهة هذه التحديات؟ وما هي سبل حلها؟ وكيف تعمل على تحسين القوانين التي تدعم المنتج الوطني؟.

كما هدفت كل من دراسة (جميلة، 2019)، ودراسة (البيطاوي، 2019)، ودراسة (عبد الله، حسين، 20016)، ودراسة (وهاب، سمية 2015) إلى معرفة أثر الميزة التنافسية ومقدرتها على تحقيق

الفرص والحصص السوقية وزيادتها، وإلى زيادة الميزة التنافسية في القطاعات الإنتاجية، وإلى توضيح كيف تحدث التنمية المحلية من خلال ارتكازها على رفع القدرات التنافسية؟ وذلك لأن القطاعات الإنتاجية والصناعية من أهم القطاعات التي تحدث التنمية المحلية.

أما الدراسة الحالية، فتهدف إلى معرفة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية.

من حيث المجتمع وعينة الدراسة: استخدمت معظم الدراسات منها: دراسة (البيطاوي 2019)، دراسة (أبو ارجيلة 2019)، ودراسة (الفلاح 2018)، دراسة (عبد الله، حسين، 2016) في جمع البيانات على عينات غير احتمالية شملت العديد من المؤسسات والمنشآت الصناعية للمنتجات المحلية، وتم إجراء مقابلات مع عينة من المصنعين، وإجراء المقابلات مع الدوائر المتخصصة في قطاع الصناعات المحلية، ومع المصانع للوصول إلى تشخيص عمل القطاعات الصناعية وحل المشاكل فيها، وركزت هذه الدراسات على المقابلات والحوارات وكانت تدار بأسئلة أعدت مسبقاً تناولت جميع الجوانب حول الصناعات المحلية، وعلى المقابلات مع مسؤولين من القطاع الحكومي والخاص وعلى البيانات الإحصائية من مركز الإحصاء، وتجارب دول في تنمية الصناعات الدوائية. أما بعض الدراسات ومنها: دراسة (وهاب، سمية 2015)، ودراسة (جميلة، 2019) فقد اعتمدت الدراسة على استبانة وزعت على إطارات المؤسسة.

من حيث الأداة: تشابهت هذه الدراسة مع بعض الدراسات السابقة منها: (وهاب، سمية 2015)، ودراسة (جميلة، 2019) من حيث تبني واستخدام الاستبانة كأداة للدراسة، واختلفت من حيث أن الدراسات السابقة استخدمت عدة أدوات من أدوات الدراسة، وهما المقابلات والحوارات الشخصية.

من حيث النتائج

اتفقت كل من: دراسة (جميلة، 2019) ودراسة (عبد الله، حسين، 2016) ودراسة (جعفر 2016) على أن ميزة التكلفة الأقل تؤثر بشكل إيجابي في زيادة فرص الشركات التسويقية، وأن القطاعات الإنتاجية إذا خفضت التكاليف الإنتاجية تزيد من قدراتها الإنتاجية، وتحسن من الميزة التنافسية، وتزيد حصتها السوقية.

واتفقت كل من: دراسة (أبو ارجيلة 2019)، ودراسة (الفلاح 2018)، دراسة (البيطاوي 2019) على أن غياب الدعم الكافي من الدولة سواء أكان في سن القوانين أو محاربة البضائع المهربة يؤثر في القدرات التنافسية للصناعات المحلية. هذا بالإضافة إلى تحكم الجانب الإسرائيلي في حركة المعابر، ودخول المواد المستوردة، وهذا يؤدي إلى زيادة منافسة المنتجات المستوردة، وزيادة البضائع المهربة والمخالفة للمواصفات؛ مما أثرت سلباً على الإنتاج.

من نتائج هذه الدراسات: أنها أبرزت الأهمية الاقتصادية لقطاع الصناعات المحلية من خلال توضيح أهمية الإنتاج وتشجيع الاستثمار في القطاع الصناعي، وتشجيع المنتجات المحلية لأهمية هذه

الصناعات في التنمية المحلية والتجارة الخارجية، ودعم الميزة التنافسية لهذه المنتجات وتعزيزها، كما أظهرت نتائج الدراسة أن القطاعات الصناعية التي تلتزم بالمواصفات الدولية تمتلك قدرات تنافسية كبيرة محليا ودوليا.

توصي معظم الدراسات بضرورة الاستمرار في التقيد بالمواصفات الفنية والمعايير الدولية؛ لتحقيق الجودة الشاملة في القطاعات الإنتاجية وتحسين القدرات التنافسية للمؤسسة. وتأتي هذه الدراسة لكي تستكمل الدراسات السابقة، حيث إنها تقوم على توضيح دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين، حيث تتناول الدراسة جميع مسؤوليات مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية ومهامها في تطوير القطاعات الإنتاجية، والارتقاء بجودة المنتجات المحلية، وتدعم تحسين الميزة التنافسية للمنتجات المحلية. وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري للدراسة الحالية، وتحديد صياغة المشكلة وتحديد أهدافها وأهميتها، وهذا مكن الباحث من إثراء الدراسة من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة ومن أهم أوجه الاستفادة ما يلي:

- أسهم كم المعلومات الواردة في الدراسات السابقة في إثراء الجانب النظري للدراسة الحالية.
- أفادت الدراسات السابقة الباحث في التعرف إلى أحدث المعلومات الخاصة بأنظمة الجودة الشاملة والمواصفات الفنية وأهمية الحصول على شهادة الأيزو.
- مكنت الدراسات السابقة الباحث من اختيار دراسة جديدة تتناول العديد من القضايا التي لم يتطرق إليها الباحثون في الدراسات السابقة
- ساعدت الدراسات السابقة الباحث في تحديد المنهج المناسب والمتغيرات المناسبة التي يمكن أن يتم اتباعها في استكمال هذه الدراسة.
- الاطلاع على عدد من المقاييس الواردة في بعض الدراسات السابقة.
- كما ساعدت العديد من الدراسات السابقة الباحث في تصميم الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وبعد استعراض الدراسات السابقة، وتوضيح مجالات الاتفاق والاختلاف مع الدراسة الحالية، ومدى استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة، يوضح الباحث الفجوة البحثية في الشكل التالي:

الفجوة البحثية في الدراسات السابقة وما يميز الدراسة الحالية

جدول رقم(8)

الدراسات السابقة	الفجوة البحثية	الدراسة الحالية
تطرق العديد من الدراسات السابقة إلى نظام الأيزو 9001 وآثار تطبيقه في تحسين الجودة، وتحسين الإنتاجية لتحقيق الميزة التنافسية.	عدم وجود دراسات تتناول العديد من أنظمة الجودة التي تعالج مسببات الخطر كافة قبل وقوعها.	تناولت العديد من شهادات الجودة التي تختص بتطبيق معايير السلامة الغذائية لضمان خلو الغذاء من العوامل المسببة للتلوث والأمراض كافة. وهذا يضمن للمؤسسات تسويق أفضل الأغذية الصحية مثل: الأيزو 22000، كما تناولت نظام haccp الذي يختص بتحديد مواطن الخطر خلال العمليات الإنتاجية للمواد الغذائية عن طريق المراقبة والتحكم بالآليات الإنتاجية لمنع وقوع أي خلل، وتقادي الاخطار والمشاكل.
أظهرت الفوائد التي يمكن تحقيقها بتطبيق الأيزو 9001 وكيف يحسن من جودة المنتجات؟	قلة الدراسات التي تتناول موضوع السلامة الغذائية بشكل شامل.	تناولت الدراسة الحالية الفوائد كافة التي يمكن اكتسابها من خلال الحصول على مختلف شهادات الجودة الأيزو 14001 والأيزو 22000 والأيزو 9000 ونظام الهاسب ومن هذه الفوائد الحصول على حصة سوقية واملحافظة على السلامة العامة وصحة العملاء والمواطنين، لأن المنتجات تكون مطابقة للمواصفات وصحية وخالية من التلوث.
ركزت الدراسات السابقة على دور القطاعات الإنتاجية في تطبيق الجودة الشاملة والمواصفات للوصول إلى الميزة التنافسية.	لم تقم الدراسات السابقة بتناول العلاقة بين دور القطاع العام في تحسين المنتج المحلي.	عملت هذه الدراسة على إبراز دور مؤسسة المواصفات والمقاييس ودورها في دعم المنتجات الوطنية عن طريق دعم المؤسسات بتحسين المنتجات والحصول على شهادات الجودة.
ركزت الدراسات السابقة على العلاقة بين الجودة الشاملة للمنتجات وبين زيادة القدرات التنافسية.	عدم وجود دراسات تشمل العوامل كافة التي تؤثر في تحسين جودة المنتجات.	تناولت هذه الدراسة العديد من العوامل التي تزيد من جودة المنتجات والخدمات مثل: علم التقييس المتولوجيا لأن من أهداف القياس والمعايرة هو الحفاظ على كفاءة المعاملات التجارية والصناعية ونزاهتها والحفاظ على سلامة المواطنين وصحتهم، كما تناولت الفحص والتفتيش وأثره في رفع كفاءة المنتجات بالإضافة إلى التعليمات الفنية الإلزامية التي تمكن القطاعات الصناعية من الحصول على شهادات الجودة.
اهتمت الدراسات السابقة بالتركيز على تحسين الجودة.	عدم وجود دراسة تركز على دعم المؤسسات الحكومية	عملت الدراسة الحالية على إيجاد حلول وآليات لدعم المنتج الوطني، كإعطاء المنتجات حق الأفضلية في

العطاءات الحكومية.	للمنتجات المحلية.	
تمتاز الدراسة الحالية في حسن تنفيذ أفراد عينة الدراسة لمجتمع الدراسة؛ لأنها اشتملت على الأقسام الإدارية والإنتاجية كافة، ومن أهمها: خبراء التغذية والعاملين في مختبرات الفحص، وأقسام الهندسة والإشراف على مراقبة المعدات الإنتاجية ومعايرتها، وشملت مؤسسة المواصفات والمقاييس والشركات المصنعة.	قلة الدراسات التي اشتملت على عينات من أصحاب الاختصاص من المتغير التابع والمستقل.	تناولت الدراسات السابقة عينات عشوائية من المبحوثين في الشركات.

أما الفجوة البحثية في الدراسات المحلية بالعللاقة مع الدراسة الحالية

جدول رقم (9)

الدراسة الحالية	الفجوة البحثية	الدراسات المحلية
جمعت الدراسة الحالية بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس ودورها في تطبيق المواصفات والتعليمات الفنية، وآليات الحصول على شهادة الجودة، وآليات تحسين الميزة التنافسية للمنتجات الوطنية.	لم تتناول الدراسات السابقة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في دعم المنتجات الوطنية وتحسينها.	تناولت العديد من الدراسات المحلية أهمية الحصول على شهادة الجودة لتحقيق الميزة التنافسية.
وضحت الدراسة الحالية أهمية التوصيف والتقييم، وأنواع الشهادات الممنوحة من مؤسسة المواصفات والمقاييس، وكيف تسهم في رفع جودة المنتجات وتدعم الميزة التنافسية للمنتجات الحاصلة على شهادة الجودة كافة؟.	عدم وجود دراسة تتناول أهمية التوصيف والتقييم ودورها في تحسين جودة المنتج.	تناولت بعض الدراسات الأخرى أهمية تطوير جودة المنتجات، وسبل تحقيق الميزة التنافسية.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

3.1 الطريقة والإجراءات

3.2 منهجية الدراسة

3.3 مجتمع الدراسة

3.4 عينة الدراسة

3.5 أداة الدراسة

3.5.1 صدق أداة الدراسة

3.5.2 ثبات أداة الدراسة

3.5.3 الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

3.6 سمات عينة الدراسة

3.7 متغيرات الدراسة

3.8 المعالجات الإحصائية

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

3.1 الطريقة والإجراءات

لتحقيق هدف هذه الدراسة المتمثل في معرفة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي، يصف هذا الفصل منهجية الدراسة، ومجتمع الدراسة، وعينة الدراسة. كما يتضمن وصفاً دقيقاً لأداة الدراسة، وصدق أداة الدراسة، ومقياس ثباتها. ويتضمن سمات عينة الدراسة، ومتغيرات الدراسة، والمعالجة الإحصائية التي استخدمها الباحث للوصول إلى استخلاص نتائج الدراسة وتحليلها.

3.2 منهجية الدراسة

اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للبيانات، وذلك لملاءمته لطبيعة هذه الدراسة، كما تمت مراجعة أدبيات البحث (الإطار المفاهيمي)، وتم عرض موجز للدراسات السابقة ذات العلاقة، التي أسهمت في تعزيز فهم المشكلة، وتحديد متغيرات الدراسة؛ مما ساعد في تصميم الاستبانة وصياغة مشكلة الدراسة وأسئلتها وفرضياتها. بعد استيفاء الاستبانات التي تمثل عينة الدراسة من الميدان تم تفرغها باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS)؛ لإجراء التحليل الإحصائي والخروج بالنتائج.

3.3 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين العاملين في مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، وشركات الصناعات الغذائية التالية: شركة الجبريني لمنتجات الألبان والمواد الغذائية، شركة سنيورة للصناعات الغذائية، شركة البينار للتجارة العامة، حيث بلغ العدد الكلي للموظفين والعاملين في هذه المؤسسات مجتمعة 996 موظفاً من كلا الجنسين.

3.4 عينة الدراسة:

تم اختيار العينة الميسرة، وهي نوع من أنواع العينات غير الاحتمالية، وغير المقيدة (Unrestricted Sample). هذا النوع من العينات يتيح للباحث جمع البيانات من أعضاء المجتمع الموجودين بسهولة. وتستخدم العينة الميسرة عادة خلال المراحل الاستكشافية لمشروعات البحوث، وتعتبر أفضل طريقة لحصول الباحث على المعلومات الأساسية، وهي من أكثر أساليب العينات غير الاحتمالية شيوعاً بسبب سرعتها، وتكلفتها المنخفضة وسهولة توافر العينة. وفي هذه الدراسة تم اعتبار

جميع العاملين في المؤسسات المذكورة في مجتمع الدراسة مجتمعاً واحداً بسبب تشابه خصائصهم، حيث تم سحب عينة من المجتمع الكلي بنسبة بلغت حوالي 38% من مجتمع الدراسة، وقد بلغ عدد الاستبانات التي جرى توزيعها بناء على حجم العينة التي تم سحبها البالغة 370 موظفاً وموظفة من مجتمع الدراسة، وأعيدت 368 استبانة معبأة بالكامل، وتم استبعاد استبانتيين من عملية الإدخال بسبب عدم اكتمالهما، وستتم عملية التحليل لهذه البيانات عن طريق استخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

3.5 أداة الدراسة:

تم الاستعانة بالأدب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة عند تصميم أداة الدراسة (الاستبانة)، التي تكونت في قسمها الأول من مجموعة من الأسئلة الديموغرافية ذات العلاقة، وفي القسم الثاني تكونت من عدة مجالات كما هي موضحة في الاستبانة.

القسم الثالث: واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين.

القسم الرابع: رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس.

القسم الخامس: التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس.

3.5.1 صدق أداة الدراسة:

الصدق هو أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه، بحيث تقيس بشكل فعال ما وضعت لأجل أن تقيسه، وقد تم عرض أداة الدراسة على ذوي الاختصاص والخبرة؛ للتحقق من صلاحية الفقرات وانتمائها إلى موضوع الدراسة، وقد تم الأخذ بملاحظاتهم من حيث حذف بعض المتغيرات والتركيز على البعض الآخر، إضافة إلى تعديل بعض الأسئلة وإضافة أسئلة أخرى ذات صلة بموضوع الدراسة، ولفحص صدق أداة الدراسة تم إجراء اختبارين نورد نتائجهما فيما يلي:

3.5.2 ثبات أداة الدراسة:

ويقصد بالثبات أن يعطي المقياس النتائج نفسها إذا أعيد تطبيقه (جمع البيانات) على العينة نفسها وفي الظروف نفسها، وقد تم قياس ثبات مقياس هذه الدراسة باستخدام طريقة معادلة الاتساق الداخلي باستخدام اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وذلك باستخدام برنامج SPSS، وتعتمد آلية هذا الاختبار على حساب معامل التمييز لكل سؤال، وحذف السؤال الذي يكون معامل تمييزه ضعيفاً أو سالباً، وفيما يلي نتائج اختبار كرونباخ ألفا للمقياس كما يظهر في جدول رقم (10-أ):

جدول رقم (10-أ): نتائج اختبار كرونباخ ألفا لفحص ثبات المقياس المستخدم في الدراسة

المحور	المجال	الحالة	التكرار	النسبة المئوية (%)	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
الأول	المواصفات والمقاييس	متوفر	348	94.6	16	0.939
		مستثنى ^a	20	5.4		
		المجموع	368	100.0		
	التوصيف	متوفر	365	99.2	10	0.894
		مستثنى ^a	3	0.8		
		المجموع	368	100.0		
	منح الشهادات وعلامات المطابقة	متوفر	363	98.6	10	0.890
		مستثنى ^a	5	1.4		
		المجموع	368	100.0		
	الفحص والتفتيش	متوفر	367	99.7	8	0.870
		مستثنى ^a	1	0.3		
		المجموع	368	100.0		
	القياس	متوفر	366	99.5	9	0.911
		مستثنى ^a	2	0.5		
		المجموع	368	100.0		
	التعليمات الفنية	متوفر	365	99.2	9	0.881
		مستثنى ^a	3	0.8		
		المجموع	368	100.0		
	الدرجة الكلية	متوفر	337	91.6	62	0.971
		مستثنى ^a	31	8.4		
		المجموع	368	100.0		

جدول رقم (10-ب): نتائج اختبار كرونباخ ألفا لفحص ثبات المقياس المستخدم في الدراسة

كرونباخ ألفا	عدد الفقرات	النسبة المئوية (%)	التكرار	الحالة	المحور	
0.768	7	100.0	368	متوفر	واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين	الثاني
		0.0	0	مستثنى ^a		
		100.0	368	المجموع		
0.831	11	367	365	متوفر	رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة الموصفات والمقاييس	الثالث
		1	3	مستثنى ^a		
		368	368	المجموع		
0.744	9	99.7	367	متوفر	التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة الموصفات والمقاييس	الرابع
		.3	1	مستثنى ^a		
		100.0	368	المجموع		

نلاحظ من النتائج في جدول رقم (10-أ) أن قيمة معامل الثبات (Alpha) للمحور الأول في مقياس الدراسة بلغت 0.971 وهي قيمة مرتفعة جداً، وتدل على درجة ثبات كبيرة جداً لمقياس الدراسة، حيث لو تم جمع البيانات للعينة نفسها، وفي ظروف مشابهة فإن النتائج ستكون مطابقة بنسبة تقارب 97%، كما إن قيمة معامل الثبات كانت مرتفعة أيضاً لكافة مجالات المقياس الستة المذكورة سابقاً، التي تجاوزت الـ 87%، وتدل على ثبات كبير للمحور الأول، واتساق مرتفع بين فقرات المقياس المستخدم في الاستبانة (أداة جمع البيانات).

كما أظهرت النتائج في جدول (10-ب) أن قيم معامل الثبات للمحاور (الثاني والثالث والرابع) أيضاً مرتفعة، وقد تجاوزت الـ 70%، مما يدل على وجود ثبات كبير للمحاور المذكورة، واتساق مرتفع بين فقراتها.

3.5.3 الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:

الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبانة هو قوة الارتباط بين درجات كل محور، ودرجات أسئلة الاستبانة الكلية، والصدق ببساطة هو أن تقيس أسئلة الاستبانة أو الاختبار ما وضعت لقياسه، أي يقيس فعلاً الوظيفة التي يفترض أنه يقيسها. ولإيجاد صدق الاتساق للفقرات نحسب معاملات الارتباط بين معدل كل مجال والمعدل الكلي للفقرات، ويظهر جدول رقم (11) نتائج ارتباط بيرسون لمحاور مقياس الدراسة:

جدول رقم (11): نتائج اختبار ارتباط بيرسون لفحص صدق الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة

الدرجة الكلية للمقياس	الإحصائية	
0.857**	معامل بيرسون	المواصفات والمقاييس (أهداف المؤسسة)
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.863**	معامل بيرسون	التوصيف
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.803**	معامل بيرسون	منح شهادة (الجودة، الحلال، ميثاق زيت الزيتون، ميثاق جودة العسل) وعلامات المطابقة
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.803**	معامل بيرسون	الفحص والتفتيش
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.823**	معامل بيرسون	القياس
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.819**	معامل بيرسون	التعليمات الفنية
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
366	عدد الاستبانات	

** الارتباط دال عند مستوى 0.01 (من الطرفين).

أظهرت النتائج في جدول رقم (11) أن معاملات الارتباط لكل المجالات الستة بالعلاقة مع الدرجة الكلية لمقياس الدراسة دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.00 لكل منها وهي أقل من مستوى الثقة المفترض ($\frac{\alpha}{2} \leq 0.01$) من الطرفين، كما بلغت قيمة معاملات الارتباط قيمة مرتفعة وموجبة، فقد تجاوزت الـ 80% لمجالات الدراسة كافة بالعلاقة مع الدرجة الكلية لمقياس الدراسة، وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق فقرات الاستبانة وثباتها.

3.6 سمات عينة الدراسة:

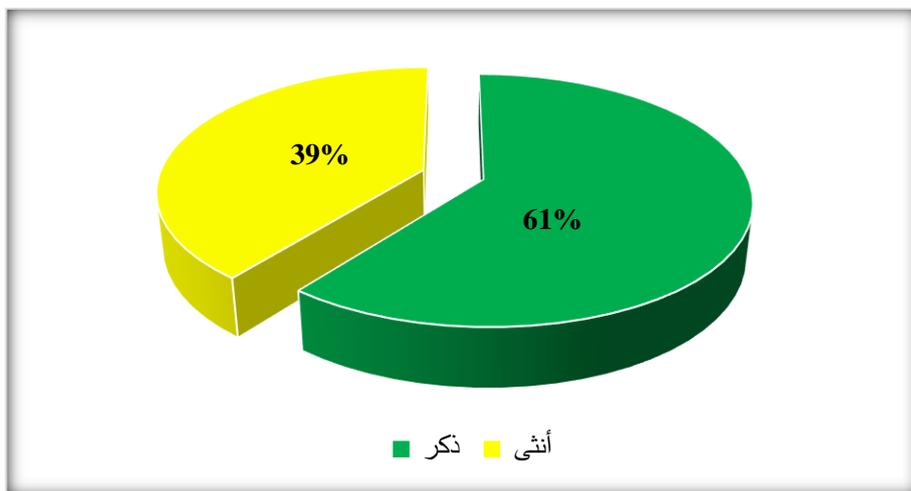
تم رصد توزيعات أفراد عينة الدراسة وفقاً لتوزيعاتهم حسب المتغيرات النوعية في الاستبانة، وهي: (الجنس، العمر، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي)، وقد جاءت النتائج كما يلي:

جدول (12): التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئة	العدد	النسبة (%)
الجنس	ذكر	223	60.6
	أنثى	145	39.4
	المجموع	368	100.0
الفئة العمرية	أقل من 30	133	36.1
	من (30 - 40)	156	42.4
	(أكثر من 40)	79	21.5
	المجموع	368	100.0
سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	139	37.8
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	127	34.5
	أكثر من 10 سنوات	102	27.7
	المجموع	368	100.0
المؤهل العلمي	دبلوم متوسط	56	15.2
	بكالوريوس	267	72.6
	ماجستير فأعلى	45	12.2
	المجموع	368	100.0
المسمى الوظيفي	مدير عام	6	1.6
	مدير	55	14.9
	نائب مدير	20	5.4
	رئيس قسم	68	18.5
	موظف عادي	219	59.5
	المجموع	368	100.0

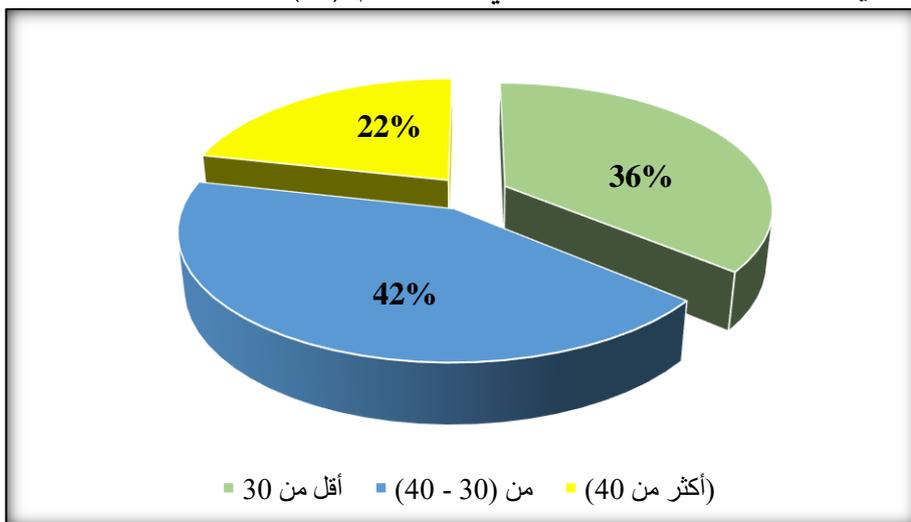
يتبين من النتائج أن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة هم من الموظفين الذكور، وبلغت حوالي 61%، فيما كانت نسبة الموظفات الإناث حوالي 39%، ولعل ذلك يعكس التوزيع الطبيعي لعدد الذكور مقابل الإناث في المؤسسات المشمولة في عينة الدراسة التي تم التطرق إليها سابقاً، كما يتضح من الشكل رقم (13).

ويرى الباحث بأن النسبة الأعلى من الموظفين في عينة الدراسة التي بلغت 61 % هي من الذكور، مقارنة مع نسبة الموظفات من الإناث التي بلغت 39 % هي نتيجة طبيعية؛ لأن نسبة كبيرة من الموظفين يمارسون الأعمال الميدانية، إما سائقين أو موزعين، أو في المستودعات للقيام بعمليات التخزين والترتيب والنقل والتحميل والتفريغ، بالإضافة إلى الأعمال المكتبية والإدارية الأخرى.



شكل رقم (13): التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير الجنس

كما يلاحظ من النتائج أن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة يتركزون في الفئة العمرية (من 30 - 40) سنة من إجمالي أفراد عينة الدراسة، بنسبة بلغت حوالي 42%، تلتها الفئة العمرية (أقل من 30) سنة، بنسبة بلغت حوالي 36%، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة الفئة العمرية (أكثر من 40)، بنسبة بلغت حوالي 22%، مما يشير إلى أن غالبية أفراد العينة يتركزون في الفترة العمرية التي تقل عن 40 عاماً، أي من فئة الشباب، كما يظهر في الشكل رقم (14).

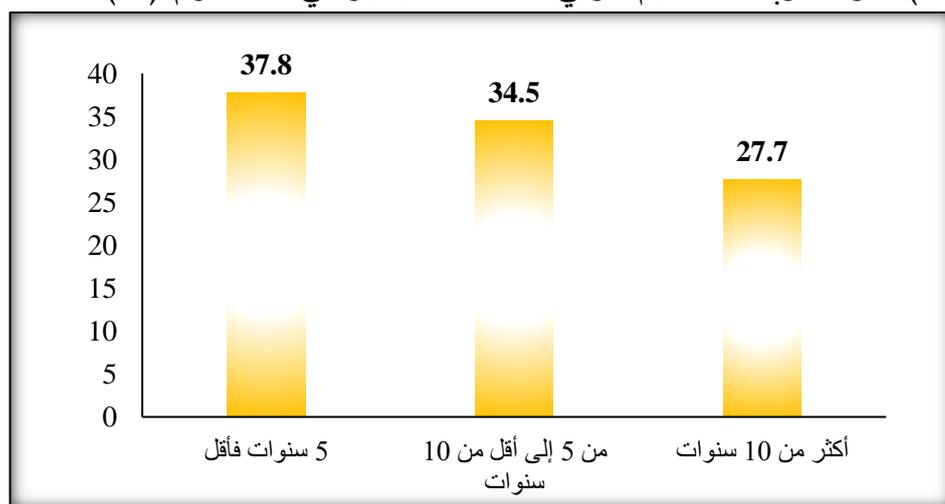


شكل رقم (14): التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير الفئة العمرية

ويرى الباحث، أن نسبة توزيع الفئات العمرية كانت نتيجة طبيعية، حيث إن النسبة الأقل من الفئات العمرية تركزت في الفئة العمرية الأكثر من أربعين عاما بنسبة بلغت 22%، وهم من أوائل الموظفين الذين تم تعيينهم من بداية تأسيس الشركات؛ لذلك هم الفئة الأكبر عمرا والأقل عددا، أما النسبة الأعلى من أفراد العينة فقد تركزت في الفئة العمرية من (30 - 40).

وهذه النسبة طبيعية؛ لأنها من فئة الشباب الذين يمتلكون قدرات وطاقات عالية للقيام بمهامهم، وهم الفئة الأكثر حرصا على تطوير أنفسهم؛ لتحقيق المزيد من التقدم في مجال العمل، وتليها الفئة العمرية الأقل من 30، الذين يقومون بالأعمال الميدانية كافة من نقل وتوزيع وتحميل، وإدارة المستودعات، ومندوبين للمبيعات؛ لذلك يشكلون نسبة كبيرة أيضا من عينة الدراسة.

كما يظهر أن غالبية أفراد عينة الدراسة ضمن فئة سنوات الخبرة (5 سنوات فأقل) وبلغت نسبتهم حوالي 38%، فيما جاء في المرتبة الثانية من هم ضمن فئة سنوات الخبرة (5 إلى أقل من 10) سنوات بنسبة بلغت حوالي 35%، وفي المرتبة الأخيرة أفراد عينة الدراسة ضمن فئة سنوات الخبرة (أكثر من 10) سنوات، وبلغت نسبتهم حوالي 28%، كما يظهر في الشكل رقم (15).

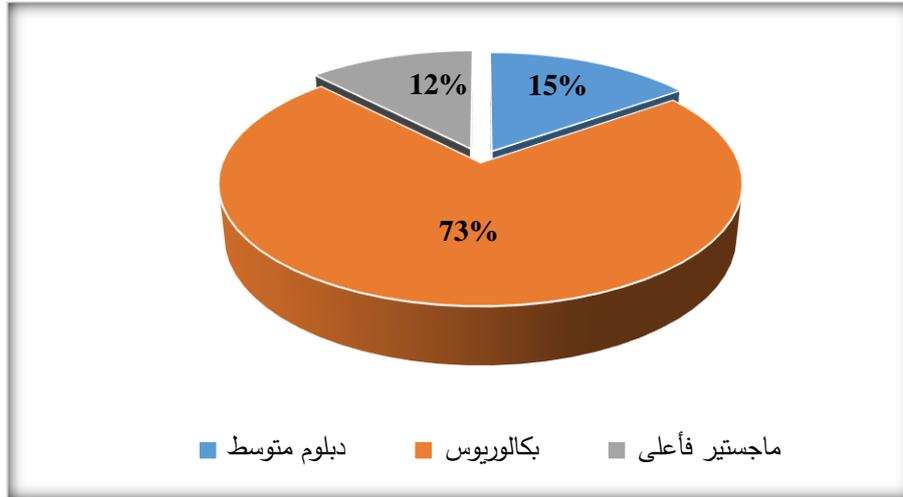


شكل رقم (15): التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير سنوات الخبرة

ويفسر الباحث، نتيجة تركيز غالبية أفراد عينة الدراسة ضمن فئة سنوات الخبرة من (5 سنوات فأقل)، وكانت نسبتهم الأعلى نسبة حيث بلغت 38% مقارنة بالفئة العمرية الأكثر من 10 سنوات حيث بلغت نسبتهم 27.7%. يفسر الباحث هذا الفرق بأن الموظفين الذين يمتلكون الأكثر خبرة قادرين على السيطرة، وإدارة الموظفين وتوجيههم في باقي الأقسام كافة، وهذه النسبة الفعلية التي تحتاجها الشركات وإذا زادت النسبة كان لها تأثير عكسي على الشركات بسبب ارتفاع رواتبهم، وأما النسبة الأعلى فمعظمهم من الخريجين الجدد الذين يمتلكون خبرات علمية جديدة؛ لذلك تعمل الشركات دائما على استقطاب الكفاءات الجديدة لتطوير العمل.

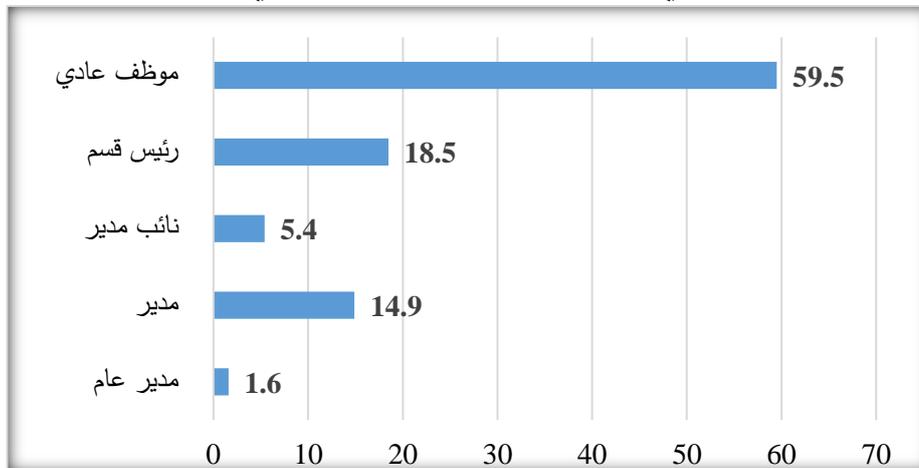
ويظهر من النتائج كذلك، أن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة من حملة درجة البكالوريوس بنسبة بلغت حوالي 73%، فيما جاء حملة الدبلوم المتوسط في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 15%، وفي المرتبة الأخيرة حل حملة الماجستير فأعلى بنسبة بلغت حوالي 12%، ويظهر الشكل رقم (16) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.

ويعزو الباحث كون النسبة الأكبر من عينة الدراسة هي من حملة درجة البكالوريوس حيث بلغت نسبتها 73%، إلى أن الشركات تسعى إلى استقطاب الكفاءات العلمية الذين يمكن استثمار إمكانياتهم العلمية في تطوير العمليات الإنتاجية والإدارية لهذه الشركات.



شكل رقم (16): التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير المؤهل العلمي

كما تظهر النتائج أن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة كانوا من فئة (موظف عادي) وبلغت حوالي 60%، وجاء في المرتبة الثانية الأفراد ضمن الفئة (رئيس قسم) بنسبة بلغت حوالي 19%، وفي المرتبة الثالثة جاء الأفراد من الفئة (مدير) وبلغت نسبتهم حوالي 15%، وفي المرتبة الرابعة الأفراد من فئة (نائب مدير) بنسبة بلغت حوالي 5%، وفي المرتبة الأخيرة جاء الموظفون من فئة (مدير عام) بنسبة بلغت حوالي 2%، كما يظهر من الشكل البياني رقم (17).



شكل رقم (17): التوزيع النسبي للمبحوثين حسب متغير المسمى الوظيفي

ويرى الباحث بأن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة كانوا من فئة (موظف عادي) وبلغت حوالي 60%، وهذه نتيجة طبيعية لأن الوضع الطبيعي للهيكلية يكون على شكل هرم، حيث تشكل نسبة الموظفين العاديين قاعدة الهرم، وهم الفئة الأكبر الذين يتولون معظم المهام الإدارية والميدانية في الشركات، وكلما ارتفع الهرم كبر المسمى الوظيفي وقل العدد، لذلك كانت النسبة الأقل. وجاءت في المرتبة الأخيرة فئة مدير عام بنسبة بلغت حوالي 2%.

3.7 متغيرات الدراسة:

اشتملت الدراسة على مجموعة من المتغيرات الديموغرافية وهي: الجنس، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي.

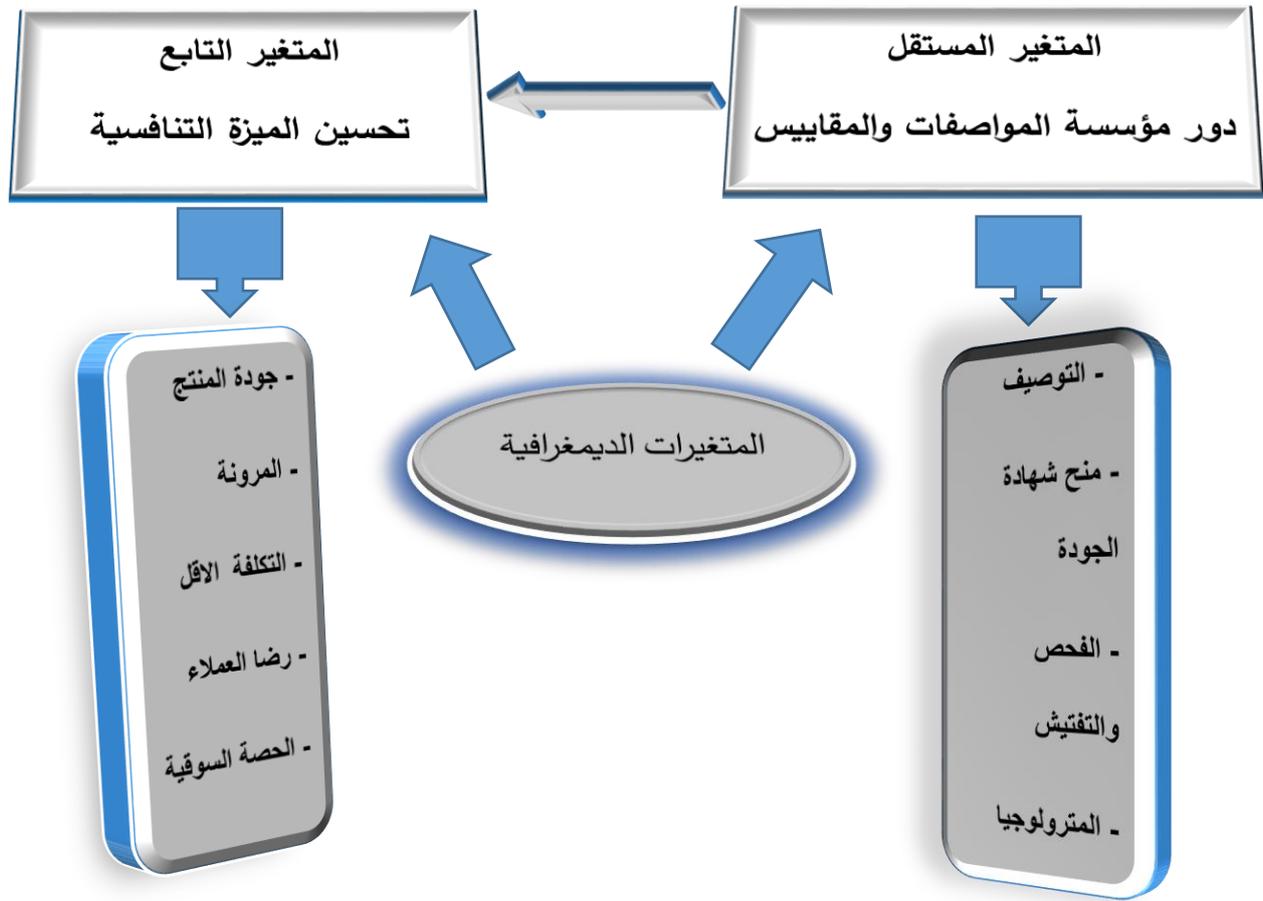
المتغير المستقل: تمثل في دور مؤسسة المواصفات والمقاييس، وقد تم قياسه من خلال أداة الدراسة من خلال المحور الأول، الذي يتكون من ستة مجالات هي: المواصفات والمقاييس (أهداف المؤسسة)، التوصيف، منح شهادة (الجودة، الحلال، ميثاق زيت الزيتون، ميثاق جودة العسل)، الفحص والتفتيش، القياس، التعليمات الفنية.

المتغير التابع: تمثل في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي الفلسطيني، وقد تم قياسه من خلال المحاور الثاني والثالث والرابع في أداة الدراسة كما يلي:

المحور الثاني: واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين.

المحور الثالث: رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس.

المحور الرابع: التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس.



الشكل رقم (18) متغيرات الدراسة

3.8 المعالجات الإحصائية

بعد عملية جمع البيانات، تم ترميز الاستبانات وإدخالها إلى الحاسوب، باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات، واستخراج النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها، حيث تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية لتحقيق أهداف الدراسة:

- معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لقياس درجة ثبات مقياس الدراسة.
- معامل بيرسون للارتباط (Pearson Correlation) لقياس درجة صدق الاتساق الداخلي في مقياس الدراسة.
- التكرارات والنسب المئوية (Frequencies and Percentages) للتعرف على توزيعات عينة الدراسة.

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية (Descriptive Statistics) للإجابة عن أسئلة الدراسة.
- اختبار تي للعينات المستقلة (Independent Sample T-test) لاختبار دلالة الفروق بين أفراد عينة الدراسة التي تعزى للمتغيرات التي تحتوي على مجموعتين مستقلتين.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) لاختبار دلالة فروق المتوسطات بين أفراد عينة الدراسة التي تعزى للمتغيرات التي تحتوي ثلاثة مجموعات فأعلى.
- اختبار بيرسون (Pearson Correlation) للارتباط لقياس مدى العلاقة بين بعض المتغيرات كما هو مذكور في فرضيات الدراسة.

ولقياس استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الدراسة، تم استخدام مقياس "عددي" (Nominal Scale)، وذلك كما هو مبين في جدول رقم (13) التالي:

جدول رقم (13): درجة المقياس الخماسي المستخدم في الدراسة (Nominal Scale)

الاستجابة	بدرجة كبير جداً	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة ضعيفة	بدرجة معدومة
الدرجة (الوزن)	5	4	3	2	1

ولتحديد درجة الموافقة (مقياس التصحيح) تم تحديد خمسة مستويات كما يلي:

جدول رقم (14): مستويات مقياس التصحيح لمقياس الدراسة

الدرجة	النسبة	خيار التقييم	فئة الوسط الحسابي*
منخفضة جداً	20.0% - 36.0%	بدرجة معدومة	1.8 - 1
منخفضة	36.1% - 52.2%	بدرجة ضعيفة	1.81 - 2.61
متوسطة	52.3% - 68.4%	بدرجة متوسطة	2.62 - 3.42
مرتفعة	68.5% - 84.6%	بدرجة كبيرة	3.43 - 4.23
مرتفعة جداً	84.7% - 100%	بدرجة كبير جداً	4.24 - 5

* تم استخراجها باستخدام المدى لخيارات المقياس وهو الفئة العليا للمقياس - الفئة الدنيا = $5 - 1 = 4$ ، ولإستخراج طول فئة المتوسط تمت قسمة المدى على الفئة العليا للمقياس أي $4 \div 5 = 0.8$ ، وهي طول فئة الوسط الحسابي.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها

4.1 تمهيد

4.2 النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة

4.3 اختبار الفرضيات

4.3.1 اختبار الفرضية الرئيسية

4.3.2 اختبار الفرضيات الفرعية

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها

4.1 تمهيد

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة التي هدفت إلى التعرف إلى دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي (دراسة تطبيقية على الصناعات الغذائية)، ولتحقيق هدف الدراسة تم إعداد استبانة والتأكد من صدقها، ومعامل ثباتها، وبعد القيام بعملية جمع البيانات، تم ترميز الاستبانة وإدخال البيانات التي تحتويها إلى لحاسوب، في حين تم استخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات، واستخراج النتائج، وفيما يلي عرضاً لهذه النتائج.

4.2 النتائج المتعلقة بالإجابة عن أسئلة الدراسة

في هذا القسم سوف تتم الإجابة عن أسئلة الدراسة كما أظهرت نتائج تحليل البيانات، ولتحقيق هذا الهدف فقد تم استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة الانطباق لفقرات أداة الدراسة حسب محاور الدراسة، وفيما يلي عرضاً لتحليل الإجابة عن أسئلة الدراسة:

التساؤل الرئيس: ما دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية؟

للتعرف على دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب ودرجة الانطباق والترتيب لكل عبارة من عبارات مجالات مقياس الدراسة الستة التي تجيب عن التساؤل الرئيس للدراسة، وجاءت النتائج كما يلي:

1. مجال المواصفات والمقاييس (أهداف المؤسسة)

جدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين

على مجال المواصفات والمقاييس

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	درجة التطبيق
1	تطوير مواصفات الصناعات المحلية.	368	4.22	0.77	84.5%	مرتفعة
2	توفير الحماية للمستهلك بتطبيق المعايير الصحية.	365	4.02	0.95	80.4%	مرتفعة
3	دعم المنتج الوطني.	368	3.98	0.84	79.6%	مرتفعة
4	تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني.	368	3.93	0.87	78.6%	مرتفعة

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التطبيق	درجة التطبيق
5	الإسهام في التنمية الاقتصادية.	367	3.77	0.87	75.3%	مرتفعة
6	تقييم دوري للمواصفات والمقاييس من أجل تطويرها بما يتناسب مع المستجدات ذات العلاقة.	367	3.74	0.96	74.7%	مرتفعة
7	زيادة الحصة السوقية من المنتجات المحلية.	366	3.68	0.95	73.6%	مرتفعة
8	نشر الوعي لدى قطاع الأعمال والمستثمرين.	367	3.66	0.95	73.3%	مرتفعة
9	توفير الحماية الاقتصادية للمصانع الغذائية من المنافسة الأجنبية وخاصة الإسرائيلية.	368	3.63	1.00	72.6%	مرتفعة
10	حماية الملكية الفكرية الخاصة بالعلامة التجارية ومحاربة التقليد.	367	3.62	0.98	72.4%	مرتفعة
11	الإسهام في حماية البيئة المحلية.	367	3.57	0.93	71.4%	مرتفعة
12	تنفيذ خطة التنمية بالعناقد المعتمدة من الحكومة الفلسطينية الحالية.	363	3.55	0.97	71.1%	مرتفعة
13	تشجيع الابتكار.	365	3.54	1.05	70.8%	مرتفعة
14	تنظيم مسابقات دورية للجودة والتميز.	366	3.48	1.10	69.6%	مرتفعة
15	تنظيم الأسواق من خلال مكافحة التهريب، وإغراق الأسواق بالسلع ذات الجودة الرديئة والمنخفضة الأسعار.	367	3.42	1.06	68.4%	متوسطة
16	مقاضاة المخالفين لتشريعات المؤسسة وقوانينها.	368	3.40	1.04	68.0%	متوسطة
	الدرجة الكلية	368	3.70	0.69	74.0%	مرتفعة

بينت النتائج في جدول رقم (15) أن الدرجة الكلية لمجال المواصفات والمقاييس بلغت حوالي 74%؛ مما يعني أن المبحوثين يرون أن مؤسسة المواصفات والمقاييس تطبق معايير المواصفات والمقاييس وإجراءاتها (أهداف المؤسسة) بدرجة مرتفعة الأمر الذي يلعب دوراً كبيراً في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية. وكانت أعلى درجة هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (تطوير مواصفات الصناعات المحلية) بنسبة بلغت حوالي 85%، ومتوسط حسابي 4.22 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (توفير الحماية للمستهلك بتطبيق المعايير الصحية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 80%، ووسط حسابي بلغ 4.02.

من جهة أخرى حصلت العبارة رقم 16 التي تنص على: (مقاضاة المخالفين لتشريعات المؤسسة وقوانينها) على أقل درجة من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت حوالي 68%، ووسط حسابي 3.40 وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال المواصفات والمقاييس، تلتها العبارة رقم 15 التي تنص على: (تنظيم الأسواق من خلال مكافحة التهريب، وإغراق الأسواق بالسلع ذات الجودة الرديئة والمنخفضة الأسعار) بنسبة بلغت 68.4% ووسط حسابي 3.42.

يفسر الباحث نتائج الجدول أعلاه بأن الفقرات التي حصلت على أعلى المتوسطات الحسابية قد جسدت في الفقرات الخمس الأولى، فصلت الفقرة الأولى التي تنص على "تطوير مواصفات الصناعات المحلية" على أعلى نسبة وسط حسابي؛ بسبب تطوير مؤسسة المواصفات والمقاييس مواصفات الصناعات المحلية للمواد الغذائية، وهذا يعمل على تحقيق الفقرة الثانية التي تنص على "توفير الحماية للمستهلك بتطبيق المعايير الصحية"؛ لأنه بتطبيق المواصفة الدقيقة في مكونات المنتجات الغذائية تضمن السلامة الغذائية للمستهلك، وبذلك توفر الحماية للمستهلك بتطبيق المعايير الصحية، وتليها "دعم المنتج الوطني"؛ لأنه سيكون نتيجة تطبيق المواصفات والمعايير الصحية على المنتجات الغذائية، دعم للمنتجات بتحسين نوعيتها وجودتها، وتليها "تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني"؛ لأن الميزة التنافسية تعتمد كلياً على المواصفة الجيدة للمنتجات الغذائية ومدى تطبيقها للمعايير الصحية للوصول إلى دعم هذه المنتجات، ويحسن من الميزة التنافسية لهذه المنتجات وآخر الفقرات من ضمن أعلى المتوسطات الحسابية هي فقرة "الاسهام في التنمية الاقتصادية" التي هي حصيلة لكل الفقرات السابقة من تطبيق المواصفات والمعايير الدقيقة التي تحمي المنتج الوطني وتزيد من قدراته التنافسية. وهذا ما أكدته الدراسات السابقة مثل: دراسة (وهاب، سمية 2015) التي تشير إلى أن تعزيز القدرات التنافسية يؤدي إلى التنمية المحلية.

2. مجال التوصيف

جدول رقم (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين

على مجال التوصيف

الرقم	العبرة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	تحسين جودة المنتجات الوطنية.	368	4.34	0.75	86.8%	مرتفعة جداً
2	تحافظ على السلامة الغذائية.	368	4.07	0.97	81.4%	مرتفعة
3	تحسين سمعة الشركات الغذائية المحلية.	367	4.04	0.90	80.9%	مرتفعة
4	زيادة ثقة العملاء بجودة المنتج الوطني.	368	4.02	0.86	80.3%	مرتفعة
5	رفع كفاءة الشركات الغذائية المحلية.	367	3.99	0.87	79.7%	مرتفعة
6	تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني بضبط المعيارية.	368	3.96	0.85	79.1%	مرتفعة
7	زيادة الحصة السوقية للمنتجات الوطنية.	368	3.83	0.94	76.7%	مرتفعة
8	زيادة الإنتاج لتلبية رغبات المستهلكين.	368	3.82	0.87	76.4%	مرتفعة
9	الزيادة في نسبة صادرات المنتجات الوطنية.	367	3.69	0.98	73.8%	مرتفعة
10	تخفيض تكلفة المنتجات الوطنية.	368	3.56	0.95	71.2%	مرتفعة
	الدرجة الكلية	368	3.93	0.64	78.6%	مرتفعة

أظهرت النتائج في جدول رقم (16) أن الدرجة الكلية لمجال التوصيف بلغت حوالي 79% وهي تؤشر إلى أن المبحوثين يرون أن مؤسسة المواصفات والمقاييس تعمل على تطبيق إجراءات التوصيف بدرجة مرتفعة؛ مما كان له دور في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية، وكانت أعلى درجة هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (تحسين جودة المنتجات الوطنية) بنسبة بلغت حوالي 87%، ومتوسط حسابي 4.34 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (تحافظ على السلامة الغذائية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 81%، ووسط حسابي بلغ 4.07.

من جهة ثانية حصلت العبارة رقم 10 التي تنص على: (تخفيض تكلفة المنتجات الوطنية) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 71%، ووسط حسابي 3.56 وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال التوصيف، تلتها العبارة رقم 9 التي تنص على: (الزيادة في نسبة صادرات المنتجات الوطنية) بنسبة بلغت حوالي 74% ووسط حسابي 3.69.

ويرى الباحث، أن ثقة المبحوثين المرتفعة في دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تطبيق إجراءات التوصيف تدل على نجاح جميع الإجراءات المتبعة من قبل المواصفات والمقاييس في إجراء عمليات التوصيف، كما تدل على رضا المؤسسات وقناعتها بالنتيجة التي حققتها نتيجة تطبيق التوصيف على المنتجات الغذائية؛ مما كان له دور في تحسين الميزة التنافسية للمنتجات المحلية، حيث أظهرت النتائج درجات عالية جداً حول آراء المبحوثين التي تشير إلى أن تطبيق المواصفات والمقاييس لإجراءات التوصيف تعمل على تحسين جودة المنتجات الوطنية، وهذا ما تؤكدته نتائج دراسة (عائشة، 2020) التي تنص على أن المؤسسة الاقتصادية تقوم بتجنيد كل وسائلها وأدواتها ومواردها من أجل تحسين منتجاتها وخدماتها؛ لأن جودة المنتجات والخدمات المقدمة تعمل على تحقيق رضا العملاء. ويليهما في المرتبة الثانية الفقرة التي حصلت على نسبة مرتفعة من آراء المبحوثين بأن تطبيق إجراءات التوصيف يعمل على المحافظة على السلامة الغذائية للمنتجات، وهذا يدل على أن الشركات استطاعت أن تزيد من جودة منتجاتها بشكل كبير نتيجة الالتزام بالتوصيف.

3. مجال منح الشهادات وعلامات المطابقة

جدول رقم (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين

على مجال منح الشهادات وعلامات المطابقة

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	رفع ثقة المستهلكين في المنتجات الوطنية.	368	4.28	0.77	85.7%	مرتفعة جداً
2	تحسين جودة المنتج الوطني.	368	4.16	0.74	83.2%	مرتفعة
3	زيادة رضا العملاء بالمنتج الوطني.	368	4.05	0.82	81.0%	مرتفعة
4	تحسين سمعة الشركات الغذائية.	368	4.05	0.80	81.0%	مرتفعة
5	تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني.	366	4.02	0.78	80.4%	مرتفعة
6	إعطاء أفضلية للمنتج الوطني في الأسواق المحلية.	366	3.99	0.89	79.8%	مرتفعة
7	زيادة الطلب على المنتجات الوطنية.	368	3.92	0.71	78.3%	مرتفعة
8	زيادة نسبة صادرات المنتجات الوطنية.	368	3.86	0.87	77.3%	مرتفعة
9	زيادة الحصة السوقية للمنتجات الوطنية.	368	3.83	0.84	76.6%	مرتفعة
10	خفض التكاليف الإنتاجية.	367	3.62	0.91	72.4%	مرتفعة
الدرجة الكلية						مرتفعة
		368	3.98	0.58	79.5%	مرتفعة

أشارت النتائج في جدول رقم (17) إلى أن الدرجة الكلية لمجال منح الشهادات وعلامات المطابقة بلغت حوالي 80%، وهي تؤشر إلى درجة مرتفعة لتقييم المبحوثين لدور إجراءات منح الشهادات وعلامات المطابقة التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية، وكانت أعلى درجة هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (رفع ثقة المستهلكين في المنتجات الوطنية) بنسبة بلغت حوالي 86%، ومتوسط حسابي 4.28 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (تحسين جودة المنتج الوطني) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 83%، ووسط حسابي بلغ 4.16.

وحصلت العبارة رقم 10 التي تنص على: (خفض التكاليف الإنتاجية) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 72%، ووسط حسابي 3.62 وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال منح الشهادات وعلامات المطابقة، تلتها العبارة رقم 9 التي تنص على: (زيادة الحصة السوقية للمنتجات الوطنية) بنسبة بلغت حوالي 77% ووسط حسابي 3.83.

ويفسر الباحث هذه النتيجة المرتفعة لأراء المبحوثين حول دور منح شهادة الجودة والمطابقة في رفع ثقة المستهلكين في المنتجات الوطنية، كانت نتيجة تمكن الشركات فعلياً من تحسين جودة منتجاتها بعد منحها شهادة الجودة من مؤسسة المواصفات والمقاييس والتزامها بتطبيق التعليمات وإجراءات التوصيف على منتجاتها الغذائية كافة، وكان نتيجة الوعي بأهمية شهادات الجودة في تحسين المنتجات المحلية وتطويرها، ولأنها تمنح نتيجة تطبيق المواصفات المحلية والعالمية التي

أقرتها مؤسسة المواصفات والمقاييس لتحقيق جودة المنتجات الغذائية وسلامتها، وهذا ما أشارت إليه نتيجة دراسة (جبور، 2017) بأن الشركات التي حصلت على شهادة الأيزو 9001:2008 استطاعت كسب رضا المستهلكين لمنتجات هذه الشركة، وإقبال المستهلك المتكرر والمستمر على شراء هذه المنتجات لتولد قناعة لدى المستهلكين بمقدار ثقتهم وقناعتهم بالمنتجات التي تدفعهم إلى الشراء بالإضافة إلى الجودة المقدمة من الشركات.

4. مجال الفحص والتفتيش

جدول رقم (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين

على مجال الفحص والتفتيش

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	تحافظ عمليات الفحص والتفتيش على جودة المنتجات.	368	4.10	0.84	82.0%	مرتفعة
2	يقلص الفحص والتفتيش من أخطاء الإنتاج.	368	4.10	0.89	82.0%	مرتفعة
3	تتم عمليات الفحص والتفتيش حسب متطلبات المواصفات والمعايير الفلسطينية.	368	4.09	0.80	81.8%	مرتفعة
4	يتم تدريب طواقم الفحص والتفتيش للقيام بمهامهم.	368	3.97	0.89	79.4%	مرتفعة
5	تتم عملية الفحص والتفتيش بشكل دوري على الشركات الغذائية.	368	3.96	0.89	79.2%	مرتفعة
6	يتم فحص ومعايرة أجهزة الفحص المستخدمة في شركات المنتجات الغذائية في المختبرات الحكومية	368	3.87	0.91	77.4%	مرتفعة
7	يتم اتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة في حال وجود خلل في المواصفة.	367	3.84	0.98	76.8%	مرتفعة
8	يتم إخضاع المنتجات الغذائية للفحص في مختبرات تابعة لمؤسسة المواصفات والمقاييس.	368	3.79	0.91	75.9%	مرتفعة
الدرجة الكلية						مرتفعة
		368	3.97	0.64	79.3%	مرتفعة

بينت النتائج في جدول رقم (18) أن الدرجة الكلية لمجال الفحص والتفتيش بلغت حوالي 79% وهي توشر إلى درجة مرتفعة من تقييم المبحوثين لدور إجراءات الفحص والتفتيش التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية، وكانت أعلى درجة هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (تحافظ عمليات الفحص والتفتيش على جودة المنتجات) بنسبة بلغت حوالي 82%، ومتوسط حسابي 4.10 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (يقلص الفحص والتفتيش من أخطاء الإنتاج) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 82%، ووسط حسابي بلغ 4.10.

من جهة أخرى حصلت العبارة رقم 8 التي تنص على: (يتم إخضاع المنتجات الغذائية للفحص في مختبرات تابعة لمؤسسة المواصفات والمقاييس) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 79%،

ووسط حسابي 3.79 وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال الفحص والتفتيش، تلتها العبارة رقم 7 التي تنص على: (يتم اتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة في حال وجود خلل في المواصفة) بنسبة بلغت حوالي 77% ووسط حسابي 3.84.

ويرى الباحث، أنه من الطبيعي جدا أن تؤدي عمليات الفحص والتفتيش المستمرة التي تقوم بها مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى تفادي حدوث أي خلل في العمليات الإنتاجية، وهو ما أشار إليه الباحث في الإطار النظري عن نظام الهاسب الذي تطبقه مؤسسة المواصفات والمقاييس الذي يعمل على معالجة أي خلل قبل حدوثه، ويقلل من أخطاء الإنتاج؛ لأن عملية الفحص والتفتيش تتم بناء على المواصفات والمعايير التي أقرتها مؤسسة المواصفات والمقاييس؛ وبالتالي تؤدي عمليات المتابعة والتفتيش إلى إنتاج أجود المنتجات الغذائية، وتزيد من الميزة التنافسية للمنتجات المحلية وتحسنها، وهذا ما أشارت إليه نتيجة دراسة (الحلبي ، 2017) التي توصلت إلى أن شهادة الجودة الشاملة، وعمليات المراقبة والمتابعة والفحص والتفتيش، وتدريب العاملين عززت- كل هذه المتغيرات- من القدرة التنافسية للمنتج الوطني، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية واضحة بين تبني هذه المتغيرات من خلال الحصول على شهادة الجودة الفلسطينية، وتعزيز القدرة التنافسية في المجتمع الوطني، فكلما كان الاهتمام بها أكبر ازدادت القدرة التنافسية، والعكس صحيح.

5. مجال القياس

جدول رقم (19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين

على مجال القياس

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	ضبط ومعايرة أجهزة القياس الخاصة بالمنتجات الغذائية.	368	4.23	0.76	84.6%	مرتفعة
2	توحيد وحدات القياس يضبط وزن المنتج.	368	4.17	0.77	83.4%	مرتفعة
3	تطبيق المعايير بناء على تعليمات القياس الدولية.	368	4.15	0.73	83.0%	مرتفعة
4	ضبط الأوزان والأحجام حسب بطاقة بيان كل صنف.	368	4.15	0.79	83.0%	مرتفعة
5	ضبط المعايير الوطنية بالمعايير الدولية.	368	4.12	0.78	82.4%	مرتفعة
6	ضبط أجهزة القياس والمعايرة عن طريق خبراء فنيين متخصصين.	366	4.08	0.81	81.6%	مرتفعة
7	ضبط المقادير والمكونات الخاصة بالمنتج.	368	4.04	0.92	80.8%	مرتفعة
8	ثقة العملاء بالمنتجات المحلية.	368	4.01	0.85	80.1%	مرتفعة
9	الاعتراف الدولي المتبادل بنتائج القياس والمعايرة.	368	3.97	0.84	79.4%	مرتفعة
	الدرجة الكلية	368	4.10	0.62	82.0%	مرتفعة

أظهرت النتائج في جدول رقم (19) أن الدرجة الكلية لمجال القياس بلغت حوالي 82%، وهي توشح إلى درجة مرتفعة من تقييم المبحوثين لدور إجراءات القياس التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية، وكانت أعلى درجة هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (ضبط ومعايرة أجهزة القياس الخاصة بالمنتجات الغذائية) بنسبة بلغت حوالي 85%، ومتوسط حسابي 4.23 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (توحيد وحدات القياس يضبط وزن المنتج) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 83%، ووسط حسابي بلغ 4.17.

في حين حصلت العبارة رقم 9 التي تنص على: (الاعتراف الدولي المتبادل بنتائج القياس والمعايرة) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 79%، ووسط حسابي 3.79 وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال القياس، تلتها العبارة رقم 8 التي تنص على: (ثقة العملاء بالمنتجات المحلية) بنسبة بلغت حوالي 80% ووسط حسابي 4.01.

ويرى الباحث، أن قيام مؤسسة المواصفات والمقاييس بعمليات القياس يعمل على تحقيق الجودة والميزة التنافسية، وهذا ما اشارت إليه نسبة آراء المبحوثين المرتفعة. فالقياس يحقق الميزة التنافسية وجودة للمنتجات من خلال ضبط أجهزة القياس الخاصة بالمنتجات الغذائية ومعايرتها؛ مما ينتج عنه ضبط الأوزان والأحجام حسب بطاقة بيان كل صنف، ويعمل توحيد وحدات القياس على ضبط وزن المنتج. كما تشير نتيجة دراسة (حمزة، 2015) التي توصلت إلى أن الاهتمام والالتزام بتطبيق المواصفات يسهم في رفع القدرات التنافسية للمؤسسة ويمنحها القدرة على التميز.

6. مجال التعليمات الفنية

جدول رقم (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين

على مجال التعليمات الفنية

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	يوجد تعليمات فنية ملزمة من قبل مؤسسة المواصفات والمقاييس لشركات الأغذية.	366	4.15	0.83	83.0%	مرتفعة
2	تحسن التعليمات الفنية من جودة المنتجات الغذائية.	366	4.07	0.81	81.5%	مرتفعة
3	ضبط التعليمات الفنية للمنتجات الغذائية يزيد من ثقة العملاء.	366	4.07	0.79	81.4%	مرتفعة
4	يتم وضع التعليمات الفنية على المنتجات الغذائية حسب تعليمات مؤسسة المواصفات والمقاييس.	365	4.06	0.75	81.2%	مرتفعة
5	يتم منح شهادات الجودة بناء على الالتزام بالتعليمات الفنية.	366	4.05	0.89	81.0%	مرتفعة

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
6	يتم وضع التعليمات الفنية من قبل خبراء متخصصين بعد مرورها بعدة قراءات.	366	4.01	0.79	80.2%	مرتفعة
7	توحد التعليمات الفنية الإلزامية مرجعيات الجهات الرقابية.	366	3.96	0.78	79.2%	مرتفعة
8	تساعد التعليمات الفنية الإلزامية على تنظيم الأسواق.	366	3.90	0.88	78.0%	مرتفعة
9	تلتزم شركات تصنيع الأغذية بالتعليمات الفنية للمؤسسة في التصنيع.	366	3.89	0.80	77.9%	مرتفعة
	الدرجة الكلية	366	4.02	0.58	80.4%	مرتفعة

أظهرت النتائج في جدول رقم (20) أن الدرجة الكلية لمجال التعليمات الفنية بلغت حوالي 80% وهي تشير إلى تقييم الباحثين بدرجة مرتفعة لدور التعليمات الفنية التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية، وكانت أعلى درجة هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (يوجد تعليمات فنية ملزمة من قبل مؤسسة المواصفات والمقاييس لشركات الأغذية) بنسبة بلغت حوالي 83%، ومتوسط حسابي 4.15 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (تحسن التعليمات الفنية من جودة المنتجات الغذائية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 82%، ووسط حسابي بلغ 4.07.

بينما حصلت العبارة رقم 9 التي تنص على: (تلتزم شركات تصنيع الأغذية بالتعليمات الفنية للمؤسسة في التصنيع) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 78%، ووسط حسابي 3.89 وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال التعليمات الفنية، تلتها العبارة رقم 8 التي تنص على: (تساعد التعليمات الفنية الإلزامية على تنظيم الأسواق) بنسبة بلغت حوالي 78% ووسط حسابي 3.90.

ويعزو الباحث تقييم الباحثين بدرجات مرتفعة لدور مؤسسة المواصفات والمقاييس في وضع التعليمات الفنية وإقرارها، إلى كون مؤسسة المواصفات والمقاييس والشركات المصنعة والمنتجة للمواد الغذائية يدركون مدى أهمية هذه التعليمات الفنية ودورها في تحسين جودة المنتجات المحلية، وأن ضبط التعليمات الفنية لجودة المنتجات الغذائية يزيد من ثقة العملاء بهذه المنتجات.

النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة الفرعية

السؤال الفرعي الأول: ما واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين؟

للتعرف إلى واقع القدرة التنافسية فقد تم توجيه المبحوثين للإجابة عن مجموعة من البنود

المتعلقة بهذا المحور، وكانت نتائج استجاباتهم على النحو المبين في جدول رقم (21) التالي:

جدول رقم (21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين

على محور واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	المنتج المحلي يعاني من ضعف القدرة على المنافسة نتيجة سيطرة الاحتلال على العديد من مفاصل الاقتصاد.	368	4.13	0.90	82.6%	مرتفعة
2	ساعد الالتزام بتنفيذ التعليمات الفنية الصادرة من مؤسسة المواصفات والمقاييس على تعزيز القدرة التنافسية للصناعات المحلية.	368	4.10	0.83	82.0%	مرتفعة
3	يسهم حصول الشركات على شهادة الجودة على رفع جودة وسلامة المنتج المحلي.	368	4.08	0.75	81.6%	مرتفعة
4	يعمل حصول الشركات على شهادات الجودة على رفع القدرة التنافسية للمنتج المحلي.	368	4.06	0.75	81.1%	مرتفعة
5	ارتفعت القدرة التنافسية للمنتج المحلي بشكل ملحوظ من خلال التحسين والتطوير المستمر من قبل الشركات المصنعة لمواكبتها أحدث المواصفات التي تعتمدها مؤسسة المواصفات.	368	3.95	0.80	79.0%	مرتفعة
6	أدت العديد من الإجراءات التي تتبعها مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى المساعدة في تخفيض تكلفة المنتجات الوطنية.	368	3.83	0.92	76.7%	مرتفعة
7	أدى الالتزام بوضع بطاقة البيان على المنتجات الغذائية حسب متطلبات مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى تعزيز ثقة المستهلك بالمنتج المحلي.	368	3.80	0.84	76.0%	مرتفعة
	الدرجة الكلية	368	3.99	0.54	79.9%	مرتفعة

أظهرت النتائج في جدول رقم (21) أن الدرجة الكلية لمحور واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين بلغت حوالي 80%، وهي تشير إلى تقييم المبحوثين بدرجة مرتفعة للقدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين، وكانت أعلى درجة للتقييم هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (المنتج المحلي يعاني من ضعف القدرة على المنافسة نتيجة سيطرة الاحتلال على العديد من مفاصل الاقتصاد) بنسبة بلغت حوالي 83%، ومتوسط حسابي 4.13 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (ساعد الالتزام بتنفيذ التعليمات الفنية الصادرة من

مؤسسة المواصفات والمقاييس على تعزيز القدرة التنافسية للصناعات المحلية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت حوالي 82%، ووسط حسابي بلغ 4.10.

بينما حصلت العبارة رقم 7 التي تنص على: (أدى الالتزام بوضع بطاقة البيان على المنتجات الغذائية حسب متطلبات مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى تعزيز ثقة المستهلك بالمنتج المحلي) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 76%، ووسط حسابي 3.80، وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال التعليمات الفنية، تلتها العبارة رقم 8 التي تنص على: (أدت العديد من الإجراءات التي تتبعها مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى المساعدة في تخفيض تكلفة المنتجات الوطنية) بنسبة بلغت حوالي 77% ووسط حسابي 3.83.

يرى الباحث، من خلال التقييم بدرجة مرتفعة من قبل المبحوثين لواقع القدرات التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين، أن هذا يدل على مدى ثقة المبحوثين في دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وفي السياسات والإجراءات المتبعة في تطبيق التوصيف والتعليمات الفنية لتحقيق الجودة الشاملة والتميز في جودة المنتجات المحلية. ورغم ذلك حصلت الفقرة الأولى التي تنص على أن المنتج المحلي يعاني من ضعف القدرة على المنافسة نتيجة سيطرة الاحتلال على العديد من مفاصل الاقتصاد على نسبة مرتفعة من تقييم المبحوثين، وهذا يدل على مقدار الوعي العام بأن المنتجات الإسرائيلية هي عقبة رئيسة أمام تطوير المنتجات المحلية والاقتصاد الوطني وتمييزها، بالإضافة إلى إغراق الأسواق المحلية بالمنتجات الإسرائيلية، وإلى أن هذه المنتجات لا تخضع لشروط مؤسسة المواصفات والمقاييس ومواصفاتها، لذلك تكون أقل جودة وأقل سعرا من المنتجات المحلية.

السؤال الفرعي الثاني: ما مدى رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس؟

لمعرفة مدى رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس، فقد تم توجيه المبحوثين للإجابة عن مجموعة من البنود المتعلقة بهذا المحور، وكانت نتائج استجاباتهم على النحو المبين في جدول رقم (22) التالي:

جدول رقم (22): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات المبحوثين على محور رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس

الرقم	العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	الإجراءات التي تقوم بها مؤسسة المواصفات والمقاييس ضرورية لتحسين جودة المنتج الفلسطيني.	368	4.27	0.75	85.3%	مرتفعة جداً
2	تقدم مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية جميع الخدمات الفنية اللازمة مثل خدمات المعايرة والفحص والتدقيق للحصول على شهادة الجودة.	368	4.23	0.70	84.6%	مرتفعة
3	تجد الشركات اهتمام كبير من مؤسسة المواصفات والمقاييس بالطلبات المقدمة للحصول على شهادات الجودة.	368	4.17	0.74	83.5%	مرتفعة
4	تمتاز مؤسسة المواصفات والمقاييس بالدقة في العمل والسرعة في الإنجاز وتقديم الخدمات.	368	4.15	0.79	83.0%	مرتفعة
5	توفر مؤسسة المواصفات والمقاييس كافة المعلومات حول آليات منح شهادات الجودة.	368	4.08	0.70	81.7%	مرتفعة
6	تجد الشركات سهولة في الحصول على الخدمات والمعلومات الإرشادية من مؤسسة المواصفات والمقاييس.	368	4.06	0.75	81.2%	مرتفعة
7	تعد الإجراءات التي تطبقها مؤسسة المواصفات والمقاييس شاملة وتغطي كافة الجوانب اللازمة لتحسين جودة المنتج الفلسطيني.	367	4.05	0.98	81.0%	مرتفعة
8	يعمل موظفو مؤسسة المواصفات والمقاييس بشكل مهني في تطبيق إجراءات الهيئة.	368	4.02	0.78	80.5%	مرتفعة
9	تطبق مؤسسة المواصفات والمقاييس الإجراءات والتعليمات على كافة المؤسسات الإنتاجية بشكل متساوٍ، دون تمييز.	368	3.95	0.84	79.0%	مرتفعة
10	تسهم مؤسسة المواصفات والمقاييس في إعطاء أولوية في العطاءات الحكومية للمنتج الوطني.	368	3.73	0.84	74.5%	مرتفعة
11	تواكب الإجراءات والتعليمات التي تطبقها مؤسسة المواصفات والمقاييس أحدث الممارسات العالمية في هذا المجال.	368	3.71	0.83	74.1%	مرتفعة
الدرجة الكلية						مرتفعة
		368	4.04	0.48	80.8%	مرتفعة

بينت النتائج في جدول رقم (22) أن الدرجة الكلية لمحور رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس بلغت حوالي 81%، وهي تشير إلى رضا المبحوثين بدرجة مرتفعة عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس، وكانت أعلى درجة للتقييم هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (الإجراءات التي تقوم بها مؤسسة المواصفات والمقاييس ضرورية لتحسين

جودة المنتج الفلسطيني) بنسبة بلغت حوالي 85%، ومتوسط حسابي 4.27 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (تقدم مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية جميع الخدمات الفنية اللازمة مثل: خدمات المعايرة والفحص والتدقيق للحصول على شهادة الجودة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 84.6%، ووسط حسابي بلغ 4.23.

بينما حصلت العبارة رقم 11 التي تنص على: (تواكب الإجراءات والتعليمات التي تطبقها مؤسسة المواصفات والمقاييس أحدث الممارسات العالمية في هذا المجال) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 74%، ووسط حسابي 3.71، وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال التعليمات الفنية، تلتها العبارة رقم 10 التي تنص على: (تسهم مؤسسة المواصفات والمقاييس في إعطاء أولوية في العطاءات الحكومية للمنتج الوطني) بنسبة بلغت حوالي 75% ووسط حسابي 3.73.

ويعزو الباحث النتيجة التي تشير إلى رضا المبحوثين بدرجة مرتفعة عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى ثقة المبحوثين العالية في دور مؤسسة المواصفات والمقاييس، وبالإجراءات التي تتبعها المؤسسة في وضع المواصفات الفنية، ومنح شهادات الجودة وإجراء عمليات التقييم والتوصيف لتحسين جودة المنتجات المحلية وقيامها بالعديد من خدمات المعايرة والفحص والتفتيش، بالإضافة إلى قدرة المؤسسة على سرعة انجاز مهامها، وتقديم الخدمات في أسرع وقت وأقل التكاليف، وهو ما أدى إلى زيادة رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس.

السؤال الفرعي الثالث: ما مدى التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس؟

لمعرفة مدى التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس، فقد تم توجيه المبحوثين للإجابة عن مجموعة من البنود المتعلقة بهذا المحور، وكانت نتائج استجاباتهم على النحو المبين في جدول رقم (23) التالي:

جدول رقم (23): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية ودرجة التطبيق لاستجابات

المبحوثين على محور التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس

الرقم	العبرة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	درجة الانطباق
1	تلتزم الشركة/ الشركات بمتابعة تجديد شهادة الجودة بشكل دوري.	368	4.51	0.64	90.2%	مرتفعة جداً
2	تتلي التعليمات الفنية للمنتجات الغذائية كافة شروط السلامة الغذائية.	368	4.46	0.61	89.3%	مرتفعة جداً
3	تسهل الشركة/ الشركات المصانع المحلية مهمات موظفي مؤسسة المواصفات والمقاييس.	367	4.36	0.70	87.2%	مرتفعة جداً
4	تلتزم الشركة/ الشركات والمصانع المحلية بكل ما يصدر عن مؤسسة المواصفات والمقاييس من تعليمات وتوجيهات.	368	4.17	0.78	83.3%	مرتفعة
5	تلتزم الشركة/ الشركات والمصانع المحلية بإجراءات وتعليمات مؤسسة المواصفات والمقاييس.	368	4.10	0.93	82.1%	مرتفعة
6	تعتبر الشركة/ الشركات والمصانع المحلية مؤسسة المواصفات والمقاييس مؤسسة داعمة ومساندة وتخدم أهدافها في تحسين جودة منتجاتها وليست مؤسسة رقابية بالمفهوم التقليدي.	368	4.01	0.73	80.1%	مرتفعة
7	تعتبر الشركة/ الشركات والمصانع المحلية أن الالتزام بالتعليمات الفنية تصب في مصلحة المستهلك	368	4.00	0.74	80.0%	مرتفعة
8	تعتبر الشركة/ الشركات والمصانع المحلية أن التعليمات الفنية تصب في مصلحتها.	368	3.95	0.82	79.1%	مرتفعة
9	تحرص الشركة/ الشركات والمصانع المحلية على مواكبة أحدث الممارسات في مجال المواصفات والمقاييس لتحسين جودة منتجاتها ورفع قدرتها التنافسية.	368	3.79	0.81	75.8%	مرتفعة
	الدرجة الكلية	368	4.15	0.43	83.0%	مرتفعة

أظهرت النتائج في جدول رقم (23) أن الدرجة الكلية لمحور التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس بلغت حوالي 83%، وهي تشير إلى التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس بدرجة مرتفعة، وكانت أعلى درجة للتقييم هي للعبارة رقم 1 التي تنص على: (تلتزم الشركة/ الشركات بمتابعة تجديد شهادة الجودة بشكل دوري) بنسبة بلغت حوالي 90%، ومتوسط حسابي 4.51 وهو الأعلى بين المتوسطات لهذا المجال، وجاءت العبارة رقم 2 التي تنص على (تتلي التعليمات الفنية للمنتجات الغذائية شروط السلامة الغذائية كافة) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 89%، ووسط حسابي بلغ 4.46

بينما حصلت العبارة رقم 9 التي تنص على: (تحرص الشركة/ الشركات والمصانع المحلية على مواكبة أحدث الممارسات في مجال المواصفات والمقاييس لتحسين جودة منتجاتها ورفع قدرتها التنافسية) على أقل درجة بنسبة بلغت حوالي 76%، ووسط حسابي 4.15، وهو أقل متوسط حسابي ضمن العبارات في مجال التعليمات الفنية، تلتها العبارة رقم 10 التي تنص على: (تعتبر الشركة/ الشركات والمصانع المحلية أن التعليمات الفنية تصب في مصلحتها) بنسبة بلغت حوالي 79% ووسط حسابي 3.95.

يرى الباحث، بعد الاطلاع على تقييم آراء المبحوثين لمدى التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس أن هناك التزاماً كبيراً جداً من الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس، حيث أظهرت النتيجة أن الدرجة الكلية للالتزام الشركات جاء بدرجة مرتفعة، وأظهرت نتيجة الفقرة الأولى، التي تنص على: (تلتزم الشركات بمتابعة تجديد شهادة الجودة بشكل دوري) على أعلى درجة للتقييم، الأمر الذي يدل على حرص الشركات والمصانع المحلية وإصرارها على استمرار التنسيق والتعاون مع مؤسسة المواصفات والمقاييس، وتطبيق تعليماتها الفنية كافة؛ لضمان التميز في جودة المنتجات للمحافظة على الميزة التنافسية لهذه المنتجات.

السؤال الفرعي الرابع: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات؟

جدول رقم (24): نتائج اختبار ارتباط بيرسون لفحص دلالة علاقة الارتباط بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات

الإحصائية	واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين	
معامل بيرسون	0.472**	التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس
مستوى الدلالة (من الطرفين)	0.000	
عدد الاستجابات	368	

** . الارتباط دال عند مستوى ثقة 0.01 (من الطرفين).

بلغت قيمة معامل الارتباط بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات حوالي 0.47 ، وهي قيمة مرتفعة وتدل على علاقة ارتباط طردية، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار ارتباط بيرسون 0.00؛ مما يعني أن

الارتباط بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 من الطرفين، أي عند $(\frac{\alpha}{2} \leq 0.01)$.

وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وعلاقة ارتباط طردية بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات، فكلما زاد تطبيق الشركات للمعايير والمواصفات تحسنت الميزة التنافسية لهذه الصناعات.

4.3 اختبار الفرضيات

4.3.1 اختبار الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

تم إجراء اختبار بيرسون للارتباط للتعرف إلى دلالة علاقة الارتباط بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، ويظهر جدول رقم (25) نتائج هذا الاختبار:

جدول رقم (25): نتائج اختبار ارتباط بيرسون لفحص دلالة علاقة الارتباط بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين

الدرجة الكلية للمقياس	الإحصائية	
0.857**	معامل بيرسون	المواصفات والمقاييس (أهداف المؤسسة)
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	

** الارتباط دال عند مستوى ثقة 0.01 (من الطرفين).

بلغت قيمة معامل الارتباط بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين حوالي 0.86، وهي قيمة مرتفعة وتدل على علاقة ارتباط قوية وطردية، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار ارتباط بيرسون 0.00؛ مما يعني أن الارتباط بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 من الطرفين، أي عند $(\frac{\alpha}{2} \leq 0.01)$.

لذا ترفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية للصناعات

الغذائية في فلسطين، وتقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين دور مؤسسة المواصفات والمقاييس، وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وإنه كلما زاد دور مؤسسة المواصفات والمقاييس زادت الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

4.3.2 اختبار الفرضيات الفرعية

تم إجراء اختبار بيرسون للارتباط بين كل مجال من مجالات المقياس بالعلاقة مع المقياس الكلي للدراسة لمعرفة دلالة العلاقة بين كل مجال (مقياس فرعي) منها من جهة، وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى، وكانت النتائج كما في الجدول رقم (26):
جدول رقم (26): نتائج اختبار ارتباط بيرسون لفحص دلالة علاقة الارتباط بين كل مجال (مقياس فرعي) وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين

الدرجة الكلية للمقياس	الإحصائية	المجال (المقياس الفرعي)
0.863**	معامل بيرسون	التوصيف
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.803**	معامل بيرسون	منح شهادة (الجودة، الحلال، ميثاق زيت الزيتون، ميثاق جودة العسل) وعلامات المطابقة
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.803**	معامل بيرسون	الفحص والتفتيش
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.823**	معامل بيرسون	القياس
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
368	عدد الاستبانات	
0.819**	معامل بيرسون	التعليمات الفنية
0.000	مستوى الدلالة (من الطرفين)	
366	عدد الاستبانات	

** الارتباط دال عند مستوى ثقة 0.01 (من الطرفين).

وفي ضوء نتائج اختبار بيرسون كما يظهر في جدول رقم (26)، يورد الباحث فيما يلي مناقشة نتائج اختبار الفرضيات الفرعية التي تفحص دلالة علاقة الارتباط بين كل مجال (مقياس فرعي) وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين:

الفرضية الفرعية الأولى وتنص على: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التوصيف وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

يلاحظ من النتائج في جدول رقم (26) أن قيمة معامل الارتباط بين مجال التوصيف من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى بلغت حوالي 0.86، وهي قيمة مرتفعة وتدل على علاقة ارتباط قوية وطردية، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار ارتباط بيرسون 0.00؛ مما يعني أن الارتباط مجال التوصيف، وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 من الطرفين، أي عند ($\frac{\alpha}{2} \leq 0.01$).

لذا ترفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التوصيف وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وتقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التوصيف وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وأنه كلما زاد الالتزام بالتوصيف زادت الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

الفرضية الفرعية الثانية وتنص على: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الجودة ومنح الشهادة وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

يظهر من النتائج في جدول رقم (26) أن قيمة معامل الارتباط بين مجال الجودة من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى بلغت حوالي 0.80، وهي قيمة مرتفعة وتدل على علاقة ارتباط قوية وطردية، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار ارتباط بيرسون 0.00؛ مما يعني أن الارتباط مجال الجودة وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 من الطرفين، أي عند ($\frac{\alpha}{2} \leq 0.01$).

لذلك ترفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الجودة ومنح الشهادة وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وتقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الجودة ومنح الشهادة وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وأنه كلما ارتفعت وتحسنت الجودة زادت الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

الفرضية الفرعية الثالثة وتنص على: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الفحص والتفتيش وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

تشير النتائج في جدول رقم (26) إلى أن قيمة معامل الارتباط بين مجال الفحص والتفتيش من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى بلغت حوالي 0.80، وهي قيمة مرتفعة وتدل على علاقة ارتباط قوية وطردية، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار ارتباط بيرسون 0.00؛ مما يعني أن الارتباط مجال الفحص والتفتيش وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 من الطرفين، أي عند $(\frac{\alpha}{2} \leq 0.01)$.

لذا ترفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الفحص والتفتيش وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وتقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الفحص والتفتيش وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وأنه كلما زادت نسبة الفحص والتفتيش زادت جودة المنتجات وكلما زادت الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

الفرضية الفرعية الرابعة وتنص على: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المترولوجيا وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

تشير النتائج في جدول رقم (26) إلى أن قيمة معامل الارتباط بين مجال المترولوجيا من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى بلغت حوالي 0.82، وهي قيمة مرتفعة وتدل على علاقة ارتباط قوية وطردية، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار ارتباط بيرسون 0.00؛ مما يعني أن الارتباط مجال المترولوجيا وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 من الطرفين، أي عند $(\frac{\alpha}{2} \leq 0.01)$.

لذا ترفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المترولوجيا وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وتقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين المترولوجيا وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وأنه كلما زادت نسبة دقة تطبيق المترولوجيا زادت جودة المنتجات وكلما زادت الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

الفرضية الفرعية الخامسة وتنص على: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التعليمات الفنية وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

بينت النتائج في جدول رقم (26) أن قيمة معامل الارتباط بين مجال التعليمات الفنية من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى بلغت حوالي 0.82، وهي قيمة مرتفعة وتدل على علاقة ارتباط قوية وطردية، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة لاختبار ارتباط بيرسون 0.00؛ مما يعني أن الارتباط مجال التعليمات الفنية وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 من الطرفين، أي عند ($\frac{\alpha}{2} \leq$) (0.01).

لذا ترفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التعليمات الفنية وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين وتقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين التعليمات الفنية وتحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين، وإنه كلما زادت نسبة تطبيق التعليمات الفنية زادت جودة المنتجات، وزادت الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين.

الفرضية الفرعية السادسة وتنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير الجنس.

تم إجراء اختبار (t) لعينتين مستقلتين بهدف فحص وجود فروق ذات دلالة بين آراء الباحثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير الجنس، كما يظهر في جدول رقم (27):

جدول رقم (27): اختبار (t) لعينتين مستقلتين لمعرفة الفروق في آراء الباحثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير الجنس

الجنس	إحصاءات وصفية			اختبار t	
	عدد المشاهدات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار t	درجات الحرية
ذكر	223	3.88	0.55	-1.67	366
	145	3.98	0.48		
أنثى					

يظهر من النتائج في جدول رقم (27) أن مستوى الدلالة (من الطرفين $\frac{\alpha}{2}$) قد بلغ حوالي 0.10، وهو أعلى من نسبة الثقة المفترضة ($0.05 \leq \frac{\alpha}{2}$)، لذا نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبجوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية

في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير الجنس، ويظهر عدم وجود فرق ذو دلالة إحصائية من المتوسطات الحسابية لكل من الذكور والإناث، الذي كان متقارباً إلى حد كبير وبلغ 3.88 و 3.98 على التوالي، بفارق 0.10 فقط لصالح الإناث.

ويرى الباحث، بأن نتيجة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتجات المحلية يعزى لمتغير الجنس، هي نتيجة طبيعية لأن الحديث هنا عن معطيات علمية توضح حقيقة الأسباب التي تعزز من القدرات التنافسية، التي تؤدي إلى رفع جودة المنتجات وتحسينها، ولا علاقة لمتغير الجنس في التأثير في النتيجة.

الفرضية الفرعية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في آراء أفراد عينة الدراسة حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لكل متغير من المتغيرات: (العمر، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي).

تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي (One-way ANOVA) لفحص وجود فروق ذات دلالة في آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لكل متغير من المتغيرات: (العمر، سنوات الخبرة المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي)، وفيما يلي عرضاً لنتائج هذا الاختبار لكل متغير من المتغيرات المذكورة:

أولاً: حسب متغير العمر:

جدول رقم (28): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير العمر

المتغير	مصدر الفروق	درجات الحرية	اختبار F	مستوى الدلالة
العمر	بين المجموعات	2	8.78	0.00
	خلال المجموعات	365		
	المجموع	367		

أظهرت النتائج في جدول (28) أن قيمة مستوى الدلالة لاختبار F في تحليل التباين لمتغير العمر بلغت حوالي 0.00 وهي أقل من نسبة الثقة المفترضة ($\alpha \leq 0.05$) وعليه نرفض الفرضية الصفرية القائلة: بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير

العمر، أي أن آراء المبحوثين من الفئات العمرية كافة غير متساوية بالمتوسط، وهناك قيمة إحصائية للفروقات في متوسطاتهم، ولمعرفة مصادر الفروقات في فئات متغير العمر تم إجراء الاختبار البعدي (Post-hoc test) حيث تم اعتماد مقياس (LSD) من بين أنواع الاختبارات البعدية كافة نظراً لحساسيته في استخراج الفروقات بين فئات المتغيرات، وفيما يلي نورد نتائج هذا الاختبار كما يظهر في جدول رقم (29):

جدول رقم (29): نتائج الاختبار البعدي (LSD) لتحديد مصدر الفروقات في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير العمر

الفئة العمرية (I)	الفئة العمرية (J)	فرق الوسط (I-J)	الخطأ المعياري	مستوى الدلالة
أقل من 30	من 30-40	-0.14 [*]	0.06	0.02
	أكثر من 40	-0.31 [*]	0.07	0.00
من 30-40	أقل من 30	0.14 [*]	0.06	0.02
	أكثر من 40	-0.17 [*]	0.07	0.02
أكثر من 40	أقل من 30	0.31 [*]	0.07	0.00
	من 30-40	0.17 [*]	0.07	0.02

أشارت نتائج الاختبار البعدي إلى أن مصدر الفروقات في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير العمر، جاء بين كل من الفئات التالية:

- بين الفئتين (30 - 40) سنة و(أقل من 30) سنة ولصالح الفئة (30 - 40) سنة، حيث بلغت قمة فرق الوسط 0.14، وأشار مستوى الدلالة الذي بلغ 0.02 إلى معنوية هذا الفرق في الوسط الحسابي بين الفئتين المذكورتين.
- بين الفئتين (أكثر من 40) سنة و(أقل من 30) سنة ولصالح الفئة (أكثر من 40) سنة، حيث بلغت قيمة فرق الوسط 0.31، وأشار مستوى الدلالة الذي بلغ 0.00 إلى معنوية هذا الفرق في الوسط الحسابي بين الفئتين المذكورتين.
- بين الفئتين (أكثر من 40) سنة و(30 - 40) سنة ولصالح الفئة (أكثر من 40) سنة، حيث بلغت قيمة فرق الوسط الحسابي بينهما 0.17، وأشار مستوى الدلالة والذي بلغ 0.02 إلى معنوية هذا الفرق في الوسط الحسابي بين الفئتين المذكورتين.

ثانياً: حسب متغير سنوات الخبرة

جدول رقم (30): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير سنوات الخبرة

المتغير	مصدر الفروق	درجات الحرية	اختبار F	مستوى الدلالة
سنوات الخبرة	بين المجموعات	2	4.61	0.01
	خلال المجموعات	365		
	المجموع	367		

بينت النتائج في جدول (30) أن قيمة مستوى الدلالة لاختبار F في تحليل التباين لمتغير سنوات الخبرة بلغت حوالي 0.01، وهي أقل من نسبة الثقة المفترضة ($\alpha \leq 0.05$) وعليه نرفض الفرضية الصفرية القائلة: بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير سنوات الخبرة، أي أن آراء المبحوثين من فئات سنوات الخبرة كافة غير متساوية بالمتوسط، وهناك قيمة إحصائية للفروقات في متوسطاتهم، ولمعرفة مصادر الفروقات في فئات متغير سنوات الخبرة تم إجراء الاختبار البعدي (Post-hoc test) حيث تم اعتماد مقياس (LSD) من بين أنواع الاختبارات البعدية كافة نظراً لحساسيته في استخراج الفروقات بين فئات المتغيرات، وفيما يلي نورد نتائج هذا الاختبار كما يظهر في جدول رقم (30):

جدول رقم (31): نتائج الاختبار البعدي (LSD) لتحديد مصدر الفروقات في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير سنوات الخبرة

فئة سنوات الخبرة (I)	فئة سنوات الخبرة (J)	فرق الوسط (I-J)	الخطأ المعياري	مستوى الدلالة
5 سنوات فأقل	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	-0.19*	0.06	0.00
	أكثر من 10 سنوات	-0.12	0.07	0.07
من 5 إلى أقل من 10 سنوات	5 سنوات فأقل	0.19*	0.06	0.00
	أكثر من 10 سنوات	0.067	0.07	0.34
أكثر من 10 سنوات	5 سنوات فأقل	0.12	0.07	0.07
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	-0.07	0.07	0.34

أشارت نتائج الاختبار البعدي إلى أن مصدر الفروقات في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير سنوات الخبرة، جاء بين الفئتين (من 5 إلى أقل من 10 سنوات) و(5 سنوات فأقل) ولصالح الفئة (من 5 إلى أقل من 10 سنوات)، حيث بلغت قيمة فرق الوسط 0.19، وأشار مستوى الدلالة الذي بلغ 0.00 إلى معنوية هذا الفرق في الوسط الحسابي بين الفئتين المذكورتين.

ثالثاً: حسب متغير المؤهل العلمي

جدول رقم (32): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المؤهل العلمي

المتغير	مصدر الفروق	درجات الحرية	اختبار F	مستوى الدلالة
المؤهل العلمي	بين المجموعات	2	1.12	0.33
	خلال المجموعات	365		
	المجموع	367		

يستدل من النتائج في جدول رقم (32) أن قيمة مستوى الدلالة لاختبار F في تحليل التباين لمتغير المؤهل العلمي بلغت حوالي 0.33، وهي أعلى من نسبة الثقة المفترضة ($\alpha \leq 0.05$) وعليه نقبل الفرضية الصفرية القائلة: بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المؤهل العلمي، أي أن آراء المبحوثين من فئات المؤهل العلمي كافة متساوية بالمتوسط، ولا قيمة إحصائية للفروقات الصغيرة في متوسطاتهم.

رابعاً: حسب متغير المسمى الوظيفي

جدول رقم (33): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لفحص دلالة الفروق في متوسطات آراء المبحوثين حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المسمى الوظيفي

الوظيفي

المتغير	مصدر الفروق	درجات الحرية	اختبار F	مستوى الدلالة
المسمى الوظيفي	بين المجموعات	4	2.12	0.08
	خلال المجموعات	363		
	المجموع	367		

يستدل من النتائج في جدول رقم (33) أن قيمة مستوى الدلالة لاختبار F في تحليل التباين لمتغير المسمى الوظيفي بلغت حوالي 0.08، وهي أعلى من نسبة الثقة المفترضة ($\alpha \leq 0.05$) وعليه نقبل الفرضية الصفرية القائلة: بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المسمى الوظيفي، أي أن آراء المبحوثين من فئات المسمى الوظيفي كافة متساوية بالمتوسط، ولا قيمة إحصائية للفروقات الصغيرة في متوسطاتهم

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

5.1 النتائج

5.1.1 نتائج الإجابة عن أسئلة الدراسة

5.1.2 نتائج اختبار الفرضيات

5.2 التوصيات

5.3 مقترحات لتطوير الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين

5.4 اقتراحات لدراسات لاحقة مستقبلية

الفصل الخامس النتائج والتوصيات

5.1 النتائج

بينت نتائج تحليل بيانات دراسة "دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي" النتائج التالية:

5.1.1 نتائج الإجابة على أسئلة الدراسة:

1. إن مؤسسة المواصفات والمقاييس تطبق معايير المواصفات والمقاييس وإجراءاتها (أهداف المؤسسة) بدرجة مرتفعة بلغت حوالي 74%، الأمر الذي يلعب دوراً كبيراً في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية.

2. إن مؤسسة المواصفات والمقاييس تعمل على تطبيق إجراءات التوصيف بدرجة مرتفعة بلغت حوالي 79%، مما كان له دور في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية.

3. إن الدرجة الكلية لمجال منح الشهادات وعلامات المطابقة بلغت حوالي 80%، وهي تؤثر إلى درجة مرتفعة لتقييم المبحوثين لدور إجراءات منح الشهادات وعلامات المطابقة، التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية.

4. إن الدرجة الكلية لمجال الفحص والتفتيش بلغت حوالي 79%، وهي تؤثر إلى درجة مرتفعة من تقييم المبحوثين لدور إجراءات الفحص والتفتيش التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية.

5. إن تقييم المبحوثين جاء بدرجة مرتفعة بلغت حوالي 82% لدور إجراءات القياس التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية.

6. إن تقييم المبحوثين جاء بدرجة مرتفعة بلغت حوالي 80% لدور التعليمات الفنية التي تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على تطبيقها في تحسين الميزة التنافسية للصناعات المحلية.

7. جاء تقييم المبحوثين بدرجة مرتفعة لمحور واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين الذي بلغ حوالي 80%، وهو يشير بدرجة مرتفعة إلى القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين.

8. إن نسبة رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس بلغت حوالي 81%، وهي تشير إلى رضا المبحوثين بدرجة مرتفعة عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس.

9. إن الدرجة الكلية لمحور التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس بلغت حوالي 83%، وهي تشير إلى التزام من قبل الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس بدرجة مرتفعة.

5.1.2 نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

1. هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً وطردية بين التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس وتحسين الميزة التنافسية لهذه الصناعات، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط حوالي 0.47.
2. هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً وطردية بين مجال التوصيف من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى، وبلغت قيمة معامل الارتباط حوالي 0.86.
3. هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً وطردية بين مجال الجودة من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط حوالي 0.80.
4. هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً وطردية بين مجال الفحص والتفتيش من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى، وبلغت قيمة معامل الارتباط حوالي 0.80.
5. هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً وطردية بين مجال المتولوجيا من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط حوالي 0.82.
6. هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً وطردية بين مجال التعليمات الفنية من جهة وبين تحسين الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين من جهة أخرى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط حوالي 0.82.
7. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير الجنس.
8. هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير العمر، أي أن آراء المبحوثين من الفئات العمرية كافة غير متساوية في المتوسط، وهناك قيمة إحصائية للفروقات في متوسطاتهم.
9. هناك فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) حول دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير سنوات

الخبرة، أي أن آراء المبحوثين من فئات سنوات الخبرة كافة غير متساوية في المتوسط، وهناك قيمة إحصائية للفروقات في متوسطاتهم.

10. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) لدور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المؤهل العلمي، أي أن آراء المبحوثين من فئات المؤهل العلمي كافة متساوية في المتوسط، ولا قيمة إحصائية للفروقات الصغيرة في متوسطاتهم.

11. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد عينة الدراسة (المبحوثين) لدور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحلي يعزى لمتغير المسمى الوظيفي، أي أن آراء المبحوثين من فئات المسمى الوظيفي كافة متساوية في المتوسط، ولا قيمة إحصائية للفروقات الصغيرة في متوسطاتهم.

5.2 التوصيات

تعزيز دور مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية في تحسين الميزة التنافسية للمنتجات الوطنية من خلال التركيز على التوصيات التالية:

1- إجراء تقييم سنوي لمواصفات الصناعات الغذائية ومعاييرها المعمول بها من أجل تطويرها بما يتلاءم مع التطورات والمستجدات الحديثة.

2- تقديم تسهيلات مالية وإدارية للشركات والمصانع كافة التي تلتزم بتطبيق المواصفات والمعايير الفلسطينية.

3- نشر الوعي في الشركات والمصانع المحلية كافة لأهمية تطبيق المواصفات والمعايير الفلسطينية وأثرها في زيادة الحصة السوقية والتنمية المحلية.

4- العمل على تحسين جودة المنتجات الغذائية عن طريق تطبيق المواصفات والمعايير الدولية والفلسطينية لما لها من تأثير في زيادة ثقة العملاء بجودة المنتجات الوطنية.

5- نشر الوعي عند المستهلكين بأهمية دعم المنتجات المحلية التي تلتزم بالمواصفات الفلسطينية لما لها تأثير إيجابي في المحافظة على السلامة الغذائية وصحة المستهلك. ويؤدي إلى تطوير الصناعات ويحسن من الميزة التنافسية للمنتج المحلي، ويسهم في بناء اقتصاد فلسطيني مستقل وقوي.

6- زيادة الحرص على تطبيق مؤسسة المواصفات والمقاييس للتعليمات في المؤسسات الإنتاجية كافة بشكل متساوٍ ودون تمييز.

7- تخفيض أسعار المنتجات الغذائية المحلية بما ينافس أسعار البضائع المستوردة لدعم المستهلك وتحفيزه على شراء المنتجات الوطنية.

- 8- زيادة عمليات إخضاع المنتجات الغذائية للفحوصات المخبرية للتأكد من مطابقتها للمواصفات والمعايير الفلسطينية.
- 9- تحفيز الشركات والمصانع المحلية على الحصول على شهادة الجودة لرفع قدراتها التنافسية في الأسواق المحلية.
- 10- التدريب المستمر والنوعي لموظفي مؤسسة المواصفات والمقاييس وبخاصة على مهارات العمل الميداني اللازم لتطبيق إجراءات المؤسسة.
- 11- بذل المزيد من الجهود وبخاصة في مجال البحث والتطوير لإنتاج أصناف جديدة ومتنوعة ذات جودة عالية لكسب ثقة المستهلكين ورضاهم وتلبية رغباتهم.
- 12- تعزيز الوعي عند المصانع المحلية بأن التعليمات الفنية الصادرة عن مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية تصب في مصلحتها.

5.3 مقترحات لتطوير الميزة التنافسية للصناعات الغذائية في فلسطين

- 1- زيادة الحرص على تطبيق المواصفات والتعليمات الفنية الصادرة عن مؤسسة المواصفات والمقاييس بما يعزز من القدرات التنافسية للصناعات المحلية.
- 2- تكثيف نشر الوعي في وسائل الإعلام المحلية بمقدار تطور جودة المنتجات المحلية لكسب ثقة المستهلك بها؛ مما سيؤدي إلى تعزيز القدرات التنافسية للصناعة المحلية.
- 3- تطوير الإجراءات والتعليمات التي تطبقها مؤسسة المواصفات والمقاييس على الشركات والمصانع المحلية لمواكبة الممارسات والإجراءات العالمية المعمول بها.
- 4- زيادة حرص الشركات والمصانع المحلية على مواكبة تطبيق أحدث الممارسات في مجال المواصفات والمعايير لتحسين جودة منتجاتها ورفع قدراتها التنافسية.
- 5- ضرورة التواصل المستمر والحديث للشركات والمصانع المحلية مع مؤسسة المواصفات والمقاييس، لتطبيق المعايير والتعليمات الفنية الصادرة عنها، لتطوير جودة المنتجات، ولتحسين الميزة التنافسية لها، وللمحافظة على شهادات الجودة.
- 6- على الشركات التي لم تحصل على شهادة الجودة بذل المزيد من الجهود لتطبيق المواصفات والمعايير والتعليمات الفنية المعتمدة من مؤسسة المواصفات والمقاييس؛ لكي تتمكن من تطوير الميزة التنافسية لمنتجاتها وتحسينها، لمواكبة جودة المنتجات المستوردة المثيلة، وزيادة حصتها السوقية.
- 7- وضع خطط تسويقية والتركيز على الإعلان لترويج المنتج المحلي، وإبراز مقدار التطور الذي حصل على جودة المنتجات وبخاصة الحاصلة على علامة الجودة؛ لإقناع المستهلكين بالتوجه للمنتجات الوطنية.

- 8- التركيز على السياسة السعرية في الدعاية والترويج، من خلال تقديم عروض سعرية تتناسب مع القدرة الشرائية للمستهلكين ومنافسة لأسعار الشركات المستوردة.
- 9- عمل برامج توعوية لرفع وعي المستهلكين بمقدار اهتمام الشركات المحلية بالسلامة الغذائية من خلال تطبيق المواصفات الفلسطينية؛ للوصول إلى الجودة الشاملة، ليصبح المنتج الوطني الخيار الأول للمستهلكين.

5.4 اقتراحات لدراسات لاحقة مستقبلية

يقترح الباحث العمل على التالي:

1. إصدار قوانين وتشريعات لحماية المنتجات المحلية ودعمها لتحقيق التنمية المحلية والاستقلال الاقتصادي، للحد من العقبات والتحديات التي تحول دون تطور الصناعات الوطنية ونجاحها وتمييزها.
2. فرض المزيد من القيود على المنتجات المستوردة كافة للالتزام بالمواصفات والمعايير الفلسطينية، وتطبيق التعليمات الفنية على المنتجات الغذائية المستوردة، للحفاظ على القدرة التنافسية للصناعات المحلية، ووضع عوائق أمام دخول المنتجات الإسرائيلية إلى الأسواق المحلية وبخاصة المنتجات التي لها بديل وطني.
3. زيادة نسبة الأفضلية للمنتجات الوطنية في العطاءات والمشتريات الحكومية وبخاصة المنتجات التي حصلت على شهادة الجودة الفلسطينية، وتطبيق المواصفات والمعايير والتعليمات الفنية كافة.
4. رفع قيمة مدخلات الإنتاج المحلية المضافة إلى عمليات التصنيع؛ لكي تعتبر المنتجات المصنعة منتجات وطنية.
5. التوسع في فرض المزيد من الإجراءات الرقابية والقيود، لمنع تهريب المنتجات الغذائية إلى الأسواق المحلية.
6. عمل برامج توعوية للمجتمع المحلي بأهمية دعم المنتجات المحلية وأثرها في التنمية، ومحاربة المنتجات الإسرائيلية البديلة التي تؤدي إلى تدمير الاقتصاد المحلي.
7. تقديم وسائل المساعدة والدعم والإرشاد كافة للشركات المصنعة، لتطوير منتجاتها الغذائية للارتقاء بمستوى جودة منتجاتها، وذلك بتطبيق المواصفات والمعايير الفلسطينية، لكي تتمكن من الاستمرار في منافسة الشركات المنتجة للمنتجات نفسها كافة.
8. توعية الشركات المحلية التي لم تحصل على شهادة الجودة وإقناعها بأهمية الحصول على شهادة الجودة الممنوحة من مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية وضرورتها، وأثرها في تطوير جودة المنتجات وما ستحققه من زيادة في نسبة المبيعات والأرباح وكسب ثقة المستهلكين.

قائمة المراجع أولاً: المراجع العربية الكتب

- ال سيف عبد الله.(2013). "مشروع التدريب على رأس العمل وتحقيق الجودة الشاملة والحصول على شهادة الأيزو العالمية".
- الأحمدي أنس. (2019). "المرونة"، حدود المرونة بين الثابت والمتغيرات، مؤسسة الأمة للنشر والتوزيع الرياض، جدة.
- التوجيه العربي.(2015). "أدوات القياس".
- جان ديفيد، دودجسون مارك.(2014). "الابتكار"، الطبعة الأولى، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة.
- حمزاوي لطفي، علي علي. (2007). "إدارة الجودة والأمان الغذائي" كلية الزراعة، جامعة عين شمس.
- خضر محمد.(2020). "إدارة المنتج والعلامة التجارية"، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
- خير الله الرشيد. (2014). "جودة وسلامة تصنيع الأغذية، قسم التصنيع"، إدارة بحوث الصناعات الغذائية، وزارة الصناعة الاتحادية، السودان، الطبعة الأولى.
- الدرادكة مأمون.(2006). "إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء" الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- رضوان محمود.(2012). "إدارة الجودة الشاملة، المجموعة العربية للتدريب والنشر" الطبعة الأولى، القاهرة.
- الصالح محمد. (2015). "إدارة جودة التصدير في دولة فلسطين"، دليل إرشادي للشركات الفلسطينية الصغيرة والمتوسطة، مركز التجارة الدولي بالتعاون مع وزارة الاقتصاد الوطني.
- الصالح محمد. (2015). "إدارة جودة التصدير في دولة فلسطين"، دليل إرشادي للشركات الفلسطينية الصغيرة والمتوسطة، مركز التجارة الدولي بالتعاون مع وزارة الاقتصاد الوطني.
- الصرن رعد، صقور مجد.(2020). "استراتيجيات وسياسيات التسويق"، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
- الصيرفي محمد. (2006). "الجودة الشاملة"، سلسلة إصدارات التدريب الإداري، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية.
- العزاوي محمد.(2019). "إدارة الجودة الشاملة"، الطبعة الأولى، الأمانة العامة لمجلس الوزراء، مكتبة الجامعة، الشارقة، قطر.

عطية محسن.(2015). "الجودة الشاملة والمنهج"، دار المناهج للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية.

غوجادور شيام،2011،إدارة جودة التصدير، الطبعة الثانية، المعهد الوطني الألماني للمترولوجيا، براونشفيج، ألمانيا.

فيحان إيثار.(2018). "إدارة الإنتاج والعمليات"، الطبعة الثانية، مكتب الجزيرة للطباعة والنشر، بغداد، العراق.

قندوز طارق.(2015). "الميزة التنافسية" زمزم ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، عمان، الأردن
لحبيب بلية.(2019). "إدارة الجودة الشاملة"، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، جامعة مستغانم-الجزائر.

محمد سيد.(2019). "النظام الحديث للسلامة الغذائية، وكالة الصحافة العربية ناشرون، الطبعة 2019، الجيزة، جمهورية مصر العربية.

مركز التجارة الدولي. (2011). "إدارة جودة التصدير"، المعهد الوطني الألماني للمترولوجيا، الطبعة الثانية، جنيف.

المعجم الدولي للمترولوجيا.(2017). "مجلس أبو ظبي للجودة والمطابقة"، الطبعة الأولى، ترجمة أسامة أحمد ملحم.

المهيدب رائد.(2017). "رضا العملاء والمستفيدين"، الطبعة الأولى، مركز استراتيجيات التربية. المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني.(2008). "مواصفات ومقاييس تخصص حماية البيئة"، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، المملكة العربية السعودية.

الرسائل العلمية

تركمانى نهال.(2016). "أثر تطبيق إدارة الجودة ISO 9001 على رضا العملاء في القطاع المصرفي"، دراسة ماجستير غير منشورة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.

توفيق بن عليوش.(2017). "دور التوجه- السوقي في تعزيز ولاء العميل" دراسة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.

رأفت سعيد الطراونة.(2016). "اثر الربحية والكفاءة الإنتاجية للأصول والمديونية في اختيار احدى طرق احتساب العبء الضريبي في شركات المقاولات الأردنية"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

- سالم أسامة.(2014). "دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- سعد الله نور.(2017). "جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والتجارة وإدارة الأعمال، جامعة شندي، السودان.
- سليمان أيمن.(2017). "أثر الحصة السوقية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- سهال زرزور.(2013). "دور استراتيجيات التنافسية في تحقيق الميزة التنافسية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر.
- شارف ابتسام، لكحل كريمة.(2018). "دور قيم العمل في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر.
- شليبي أماني.(2018). "متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء بعض الخبرات العلمية"، دراسة دكتوراه منشورة، كلية التربية، جامعة المنصورة، مصر.
- صافي خليل.(2017). "دور استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر - غزة
- صافي خليل،2017، دور استخدام بطاقة الأداء المتوازن في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر - غزة.
- صالح فلاح.(2018). "أثر الاساليب الحديثة في تخفيض تكاليف المنتجات وتحقيق الميزة التنافسية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة النيلين، السودان.
- صقر علي.(2013). "درجة تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة في تعليم وتدريب طلبة مركز اعداد رجال الإطفاء في دولة الكويت من وجهة نظر المعلمين والمدربين" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم التربوية، جامعة الشرق الأوسط، الكويت.
- ضاوية كال، سعاد مداش.(2018). "دور التقييس في حماية المستهلك"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر.

- عامر هناء.(2016). "دور المعرفة في تعزيز الميزة التنافسية في الجامعات الفلسطينية محافظات الشمال"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس، فلسطين.
- عائشة عباسة.(2015). "كيفية تحقيق الميزة التنافسية للمنتجات ذات الاستهلاك الواسع"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر.
- عبد المالك بضياف.(2020). "محاضرات في مقياس اقتصاد الاستثمار والتنافسية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر.
- عبدالفتاح سعيد.(2015). "دورة إدارة علاقات العملاء في زيادة الحصة السوقية للمؤسسات التأمينية"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا.
- عثمان أيمن.(2016). "دور تطبيق نظام الايزو 9001 في إدارة المخلفات في القطاع الخاص"، بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في إدارة الجودة والامتياز، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- علي إبراهيم.(2017). "أثر الإفصاح عن عناصر التنمية المستدامة في دعم الميزة التنافسية"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة النيلين، السودان.
- عمرو عبة.(2016). "الرشاقة الاستراتيجية وعلاقتها بالميزة التنافسية لدى شركات الاتصالات والمعلومات العاملة في فلسطين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، فلسطين.
- الملاح منتهى.(2005). "درجة تحقيق معايير إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الفلسطينية في محافظات الضفة الغربية كما يراها أعضاء هيئة التدريس"، دراسة ماجستير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.
- نصيرة داني.(2015). "متطلبات تحقيق الجودة الشاملة ومحيط المؤسسات الصناعية الجزائرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة جيلالي ليايس-سيدي بلعباس، الجزائر.
- نعمون إيمان.(2018). "تحليل اثر تبني الاستراتيجيات العامة للتنافس على أداء المؤسسات الصناعية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر -بسكرة- الجزائر.

النقري غيث.(2017). "أثر تطبيق نظام إدارة الجودة على تحسين الميزة التنافسية"، دراسة ماجستير غير منشورة، الجامعة الافتراضية، سوريا.

الدوريات

باقر وفاء.(2019). "أثر استراتيجيات التسويق الإسلامي على الحصة السوقية للمشروعات الصغيرة"، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية، العدد الثاني عشر، كلية المال والأعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان-الأردن.

بوعيسى رياض.(2018). "دور استراتيجية التسويق في اكتساب ميزة تنافسية"، ريفاد للدراسات والبحوث، المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، المجلد الخامس، العدد 3.

التقرير السنوي الثاني عشر.(2020). لمجلس ادارة شركة سنيورة للصناعات الغذائية.

التقرير السنوي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية (2017،2018،2019،2020).

التقرير السنوي.(2017). "الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة"

التقرير السنوي.(2020). "مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية".

الجبلى وليد.(2020). "إطار مقترح بين محاسبة تكاليف تدفق-المواد ومحاسبة استهلاك الموارد لدعم القدرة التنافسية" مجلة البحوث المالية، المجلد(21) العدد الثالث، كلية البنات القبطية، جامعة بورسعيد، مصر.

الجنابي معاذ.(2011). "الدور الاستراتيجي لتقنية التكلفة المستهدفة في تحقيق قيادة التكلفة"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية المجلد7 العدد 21، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، العراق.

حسين يونس.(2018). "الابتكار وطرق قياسه وتنميته" مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 35، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر.

حمزة مزيان، علي دحماني.(2021). "دور التسويق الإلكتروني في تنمية الحصة السوقية"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17 / العدد26، الجزائر.

حمود مروان.(2017). "دور الإبداع بالمنتج في زيادة الحصة السوقية"، المجلة العالمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد الثامن، العدد الأول، كلية التجارة الإسماعيلية، جامعة قناة السويس، مصر.

الخلف نضال، مهيهي صفاء.(2019). "دور تكاليف الجودة في تحقيق الميزة التنافسية"، مجلة الإدارة والاقتصاد السنة-42 العدد 122 .

رؤوف عدنان، اسوادي عبد الله.(2020). "دور مرونة التصنيع في تعزيز رضا الزبون"، مجلة تنمية الرافدين، مجلة علمية، فصلية، دولية، مفتوحة الوصول/ محكمة، المجلد(39). العدد(128)، كلية الآداب، جامعة الموصل، العراق.

سعيدة بو سعدة. (2018). "الابداع الإداري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية لمؤسسة موبيليس للهاتف النقال"، جامعة الجزائر، مقالة، مجلة اقتصادية شمال أفريقيا، المجلد 14/ العدد (19)، الجزائر

عبد الحميد وائل.(2012). "الجامعات العربية بين الجودة الشاملة وشهادات الجودة"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد الخامس، العدد (10) صنعاء، اليمن.

عودة قصير، يوب مختار.(2018). "نظام تقييم الأداء وعلاقته بالتحسن المستمر في ظل معايير مواصفات الأيزو 9000" مجلة التنمية البشرية، العدد 11، جامعة وهران، غليزان، الجزائر.

فاطمة صرصار.(2016). "استراتيجية قيادة التكاليف كسياسة تسعيرية لاكتساح الأسواق": العلاقة بين قيادة التكاليف ووفورات الحجم والتعليم، مجلة الابتكار والتسويق، العدد الثالث، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير-جامعة سعيدة، الجزائر.

كاظم هدى، الوهاب صباح.(2013). "تأثير التكاليف البيئية وتكاليف الجودة في تحقيق بعض ابعاد الميزة التنافسية". مجلة التقني/المجلد السادس والعشرون /العدد الرابع .

كدسة ناصر.(2014). "فوائد تطبيق معايير الجودة العالمية الأيزو 22000 ونظام الهاسب في منشآت الأغذية في المملكة العربية السعودية"، المجلة العربية للإدارة، مج34، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، السعودية.

كليب سالم.(2020). "أثر تطبيق أسلوب التكلفة المستهدفة في تحقيق الميزة التنافسية"، مجلة الريان للعلوم الإنسانية والتطبيقية، المجلد الثالث، العدد(1) كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة الريان، اليمن.

ليلى حقانة، الزهراء بن سفيان.(2018). "إدارة العلاقات مع الزبون مدخل لتحقيق الميزة التنافسية"، مجلة التنظيم والعدل المجلد 7 العدد 1.

مقداي يونس، الصرايرة خالد، دحبور السيد.(2012). "المعرفة السوقية ودورها في تحديد الاستراتيجيات التنافسية للبرامج الأكاديمية في الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان" المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد الخامس، العدد(10).

نوال سعدي.(2016). "تطبيقات نظام الأيزو 9000 والإدارة بالجودة الشاملة"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 23، جامعة وهران، الجزائر.

وزارة الاقتصاد الوطني.(2000). "الاستراتيجية القطاعية لتنمية الاقتصاد الوطني (2021-2023) الوقائع الفلسطينية ، "ديوان الفتوى والتشريع"، قرار بقانون رقم(10) لسنة.(2011). بشأن قانون الصناعة، مادة(1) ، الجريدة الرسمية ، العدد(22)

مراكز أبحاث

جميل مسيف، قزمار عصمت، ربيع اسلام.(2020). "الانفكاك عن الاقتصاد الإسرائيلي" المفاهيم النظرية والإمكانات العملية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس).

المزيدي هاني.(2014). "مهارات التحكم بالنقاط الحرجة في صناعة الحلال وخدماته"، معهد الكويت للأبحاث العلمية، الكويت.

وفاء البيطاوي.(2019). "تطوير تنافسية وزيادة حصة المنتج الوطني قطاع الصناعات الغذائية الفلسطينية"، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية ماس.

مصادر أخرى

اتحاد الصناعات الغذائية الفلسطينية . <http://pfiu.org/ar/who-are-we/main-pal-industries>

الاستراتيجية القطاعية لتنمية الاقتصاد الوطني.(2020). "وزارة الاقتصاد الوطني".
بن أحمد محمد.(2017). "دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسة"، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.

تعليمات الحصول على جائزة زيت الزيتون.(2020). مؤسسة المواصفات والمقاييس، الجزء التاسع.
تعليمات(1) لسنة.(2003). "تعليمات إعداد المواصفات الفلسطينية"، قرار رقم 68 مجلس إدارة مؤسسة المواصفات والمقاييس.

- التقرير السنوي.(2017). "الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة"، المملكة العربية السعودية.
- جعفر يونس.(2016). الميزة التنافسية حرب على الخصوم، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- الجهاز المركزي الاحصائي الفلسطيني.(2020)
- الدليل الفني لتدريب مفتشي السلامة والصحة المهنية.(2017). "منظمة العمل الدولية"، وزارة القوى العاملة، الطبعة الأولى، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- الراغب محمد، شاويش مها.(2018). "إدارة الجودة الشاملة، التنمية الإدارية"، ما هو منهج الجودة الياباني(الكازن). موقع الكتروني <https://sst5.com/Article/1962/25>
- زايلر ابهارد.(2018). "خطوات نحو نظام وطني للمترولوجيا"، المعهد الوطني الألماني للمترولوجيا، ألمانيا.
- السياسة الوطنية للجودة في فلسطين.(2014). "جاء هذا التقرير ثمرة لمشروع "مساندة البنية التحتية الوطنية الفلسطينية الخاصة بالجودة" الذي مولته الوزارة الاتحادية الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية بالتعاون مع حكومة فلسطين.
- عادل مزوغ .(2013). "دراسة نقدية الاستراتيجية «Porter» التنافسية"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب-البلدية، الجزائر.
- قانون مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم (6) لسنة (2000). الفصل الثالث، إدارة المؤسسة، المادة (11).
- قانون مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم (6) لسنة (2000). الفصل الأول، تعاريف وأحكام عامة، المادة (2).
- قانون مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم (6) لسنة (2000).الفصل الثاني المادة (3).
- قانون مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية رقم (6) لسنة (2000). الفصل الثاني المادة (3).
- قرار مجلس الوزراء رقم(4) لسنة.(2013). "بنظام إعطاء الأولوية في العطاءات والمشتريات الحكومية للمنتجات الوطنية"، المادة(1) والمادة(2).
- مؤسسة المواصفات والمقاييس المملكة الأردنية الهاشمية.(2018). "المواصفة القياسية للمواصفة القياسية"، الإصدار الأول.

ميثاق جودة زيت الزيتون.(2019). "قرار مجلس إدارة مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية، تعليمات فنية"، الطبعة الأولى.

ميثاق جودة عسل النحل.(2018). "مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية".

النظام الوطني للقياس رقم(2) لسنة (2003). "قرار مجلس الوزراء رقم(2003/40، ر. م. و) " الجلسة التاسعة، المادة (4).

نوري سعيد .(2020). "الجودة ونظام الأيزو 9001" Quality and ISO 9001 system، مقالة، جامعة ميسان، العراق.

المواقع الإلكترونية

1- د. سليمان الثويني، 2017، مفكرة التسويق المعرفة تصنع القرار (الميزة التنافسية) موقع إلكتروني [/ https://themarketingnote.com/](https://themarketingnote.com/)

2- الصندوق الفلسطيني للتشغيل والحماية الاجتماعية للعمال، 2021، مذكرة تفاهم بين الصندوق الفلسطيني للتشغيل وبين مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية.

3- الموقع الرسمي للشركة التركية TURCERT شهادة الحلال. [/https://www.sertifikasyon.net/ar/hizmet/helal-belgesi](https://www.sertifikasyon.net/ar/hizmet/helal-belgesi)

الموقع الرسمي للصندوق الفلسطيني <https://pfesp.ps/single-news/158/ar>

4- الموقع الرسمي لمؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية. <http://www.psi.pna.ps/ar/AboutUs/Pages/Goals.aspx>

ثانياً: المراجع الأجنبية

(Ni Guodong, Xu Heng, Cui Qingbin, Qiao Yaning, Zhang Ziyau, Li Huaikun, Hickey Paul.(2021). "Influence Mechanism of Organizational Flexibility on Enterprise Competitiveness": The Mediating Role of Organizational Innovation, soustainability, article.

(Nahel Zahi, Alagha Wafiq, AL Shobaki Mazen, Abu Naser Samy , El Talla Suliman.(2020)."International Journal of Academic Management Science Research" (IJAMSR), Vol. 4, Issue 7, July.

- Adam Hayes.(2021)."market share",business essentials.
<https://www.investopedia.com/terms/m/marketshare.asp>
- Akram Sadat Hosseini, Sanaz Soltani, and Mohammad Mehdizadeh. (2018).
 “Competitive Advantage and Its Impact on New Product Development Strategy” Case Study: Toos Nirro Technical Firm
 .journal of open innovation: technology, market, and complexity.
- Alex Fredkin.(2017). "Cabem technology", Top 10 Most Popular ISO Standards.
- Clougherty Joseph, Grajek Michal.(2012)."International standards and international trade", empirical evidence from iso 9000 diffusion, National bureau of economic research, Cambridge.
- Diab Salah.(2014)."Using the Competitive Dimensions to Achieve Competitive Advantage", International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences September 2014, Vol. 4, No. 9 ISSN: 2222-6990
- Giese Joan, Cote Joseph.(2002). “Defining Consumer Satisfaction”, Academy of Marketing Science Review.
- Hosseini Akram, Soltani Sanaz, and Mehdizadeh Mohammad.(2018).
 "Competitive Advantage and Its Impact on New Product Development Strategy", Artecle, Journal of open innovation:technology,market,and complexity.
<https://medium.com/@cabem/top-10-most-popular-iso-standards-d7d61fdb649>
- Kafetzopoulos Dimitrios , Aggelopoulos Stamatis .(2009). "The New Food Safety Standard ISO 22000". Assessment, Comparison and Correlation with HACCP and ISO 9000:2000. The Practical Implementation in Victual Business
- Mistry.V,Usherwood Bob.(1996),"Total quality management,british stanard accreditation, Investors In People and academic libraries", Information Research, Vol. 1 No. 3 , Department of Information Studie University of Sheffield, Sheffield, UK.
- QMS AIM.(2016)."Quality management principle and iso 9001 standard".
- Qudah Kama.(2012). “The impact of total quality management on competitive advantage of pharmaceutical manufacturing companies in Jordan”, Perspectives of Innovations, Economics & Business, Volume 12, Issue 3, American University of Madaba, Jordan.
- Razak Ismail, Nirwanto Nazief, Triatmanto Poge.(2016). 1"The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the

Mediator of Customer Value". Journal of Marketing and Consumer Research, An International Peer-reviewed Journal Vol.30, 2016

Rodrigues,Teixeira,Domingues,Cabecinhas.(2020). "ISO 22000 standard implementation ", Benefits, Motivations and Obstacles, ALGORITMI Research Centre, School of Engineering– University of Minho, Campus Azurém, 4800-058 Guimarães, Portugal.

Saini Vijender.(2011)." Total Quality and Total Quality Management", Concepts of Quality.

Sigalas Christos (2015). "Competitive advantage": the known unknown concept, article in management decision, University of Piraeus.

tanveer Islam .(2017)."An Introduction to ISO Standards" University of Engineering and Technology, Taxila.

الملاحق

ملحق رقم(1)

أسماء السادة المحكمين الافاضل للاستبانة

م	اسم المحكم	الرتبة الأكاديمية	مكان العمل الحالي
1	الدكتور أشرف عبد الوهاب الميمي	أستاذ مساعد	الجامعة العربية الأمريكية
2	الدكتور محمد عمران	أستاذ مشارك	الجامعة العربية الأمريكية
3	الدكتور مراد عوض الله	أستاذ مساعد	جامعة فلسطين التقنية خضوري
4	الدكتور رائد محمد شماسنة	أستاذ مساعد	الجامعة العربية الأمريكية
5	الدكتور يوسف فهمي حرفوش	أستاذ مساعد	جامعة القدس
6	الدكتور ناصر خليل السعافين	أستاذ مساعد	الجامعة العربية الأمريكية
7	الدكتور نبيل سليمان رمانة	أستاذ مساعد	الجامعة العربية الأمريكية
8	الدكتور اشرف محمد أبو خيران	أستاذ مساعد	جامعة القدس
9	الدكتور ضرار محمد عبد القادر عليان	أستاذ مشارك	جامعة خضوري
10	الدكتور معن علي أحمد الخطيب	أستاذ مساعد	جامعة خضوري
11	الدكتور محمد عوض شعيبات	أستاذ مشارك	جامعة القدس
12	الدكتورة سماح علي عريقات	أستاذ مساعد	جامعة القدس
13	الدكتور محمود موسى زياد	أستاذ مساعد	جامعة القدس

ملحق رقم(2)

الاستبانة



جامعة القدس المفتوحة

بسم الله الرحمن الرحيم

السادة/ شركة.....

الأخ الفاضل/ الأخت الفاضلة،

يطيب لي في هذه الأيام من أواخر الشهر الفضيل، وبمناسبة حلول عيد الفطر السعيد أن أقدم لكم أحرّ التهاني والتبريكات، وأسأل الله عزّ وجلّ أن يعيده علينا جميعاً بالخير والبركات وأنتم ترفلون في ثياب الصحة والعافية، وعلى وطننا الغالي بالأمن والحرية والاستقلال، كل عام وأنتم بألف خير.

الموضوع: رسالة ماجستير بعنوان: دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحسين الميزة التنافسية للمنتج المحليّ الفلسطينيّ (دراسة تطبيقية على الصناعات الغذائية)

يجري الباحث هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإدارة والسياسات العامة، وتهدف الدراسة إلى معرفة دور مؤسسة المواصفات والمقاييس في تحسين الميزة التنافسية للمنتجات المحلية آملين من حضراتكم قراءة فقرات الاستبانة بتمعّن كونكم من أصحاب الخبرة والاختصاص، والإجابة عليها بوضع إشارة (X) في المربع مقابل كل فقرة تعكس قناعتكم ورأيكم. وكونوا على يقين بأنّ حرصكم على إجابة هذه الاستبانة بدقّة وموضوعية سيؤدي إلى الحصول على أفضل النتائج التي ستعود بالنفع والفائدة على القطاع العام والقطاع الخاص بإذن الله.

ملاحظة: المعلومات الواردة التي تخصّكم هي فقط لأغراض البحث العلمي، وسيتم التعامل معها بسريّة تامة.

القسم الأول: هذا القسم يحتوي على المعلومات الأساسية (الشخصية) للعينة موضوع البحث:

أرجو منكم وضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة:

اسم المؤسسة:

الرمز	الخيارات الإجابة	البند
<input type="checkbox"/>	1. ذكر 2. أنثى	الجنس:
<input type="checkbox"/>	1. أقل من 30 2. من 30 - 40 3. أكثر من 40	العمر:
<input type="checkbox"/>	1. 5 سنوات فأقل 2. من 5 إلى أقل من 10 سنوات 3. أكثر من 10 سنوات	سنوات الخبرة:
<input type="checkbox"/>	1. دبلوم متوسط 2. بكالوريوس 3. ماجستير فأعلى	المؤهل العلمي:
<input type="checkbox"/>	1. مدير عام 2. مدير 3. نائب مدير 4. رئيس قسم 5. موظف عادي	المسمى الوظيفي:

القسم الثاني: يحتوي على مجموعة من البنود الخاصة بموضوع البحث:

عبر عن رأيك بإجابتك عن الأسئلة الآتية، وذلك حسب الخيارات المدرجة بوضع إشارة (X)

A. المحور الأول: مجالات عمل مؤسسة المواصفات والمقاييس:

A1. المجال الأول: المواصفات والمقاييس (أهداف المؤسسة)						
الرمز	العبرة: تعمل مؤسسة المواصفات والمقاييس على	درجة كبيرة جدا	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
A1.1	تطوير مواصفات الصناعات المحلية.					
A1.2	دعم المنتج الوطني.					
A1.3	تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني.					
A1.4	الإسهام في التنمية الاقتصادية.					
A1.5	توفير الحماية للمستهلك بتطبيق المعايير الصحية.					
A1.6	توفير الحماية الاقتصادية للمصانع الغذائية من المنافسة الأجنبية وخاصة الإسرائيلية.					
A1.7	تنفيذ خطة التنمية بالعناقد المعتمدة من الحكومة الفلسطينية الحالية.					
A1.8	زيادة الحصة السوقية من المنتجات المحلية.					
A1.9	الإسهام في حماية البيئة المحلية.					
A1.10	تنظيم الأسواق من خلال مكافحة التهريب، وإغراق الأسواق بالسلع ذات الجودة الرديئة والمنخفضة الأسعار.					
A1.11	حماية الملكية الفكرية الخاصة بالعلامة التجارية ومحاربة التقليد.					
A1.12	نشر الوعي لدى قطاع الأعمال والمستثمرين.					
A1.13	تشجيع الابتكار.					
A1.14	مقاضاة المخالفين لتشريعات المؤسسة وقوانينها.					
A1.15	تنظيم مسابقات دورية للجودة والتميز.					

					تقييم دوري للمواصفات والمقاييس من أجل تطويرها بما يتناسب مع المستجدات ذات العلاقة.	A1.16
--	--	--	--	--	--	-------

A2. المجال الثاني: التوصيف						
الرقم	العبارة: توصيف المؤسسة للمنتج بـمعياريـة عالميـة مقننة يؤدي إلى ...	درجة كبير جدا	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
A2.1	تحسين جودة المنتجات الوطنية.					
A2.2	تخفيض تكلفة المنتجات الوطنية.					
A2.3	تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني بضبط المعيارية.					
A2.4	زيادة ثقة العملاء بجودة المنتج الوطني.					
A2.5	رفع كفاءة الشركات الغذائية المحلية.					
A2.6	تحسين سمعة الشركات الغذائية المحلية.					
A2.7	الزيادة في نسبة صادرات المنتجات الوطنية.					
A2.8	تحافظ على السلامة الغذائية.					
A2.9	زيادة الحصة السوقية للمنتجات الوطنية.					
A2.10	زيادة الإنتاج لتلبية رغبات المستهلكين.					

A3. المجال الثالث: منح شهادة (الجودة، الحلال، ميثاق زيت الزيتون، ميثاق جودة العسل) وعلامات المطابقة						
الرقم	العبارة (منح المؤسسة للشهادات أعلاه يعمل على):	درجة كبير جدا	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
A3.1	رفع ثقة المستهلكين في المنتجات الوطنية.					
A3.2	تحسين جودة المنتج الوطني.					
A3.3	زيادة نسبة صادرات المنتجات الوطنية.					
A3.4	زيادة الطلب على المنتجات الوطنية.					
A3.5	تحسين الميزة التنافسية للمنتج الوطني.					
A3.6	خفض التكاليف الإنتاجية.					
A3.7	تحسين سمعة الشركات الغذائية.					
A3.8	زيادة رضا العملاء بالمنتج الوطني.					
A3.9	إعطاء أفضلية للمنتج الوطني في الأسواق المحلية.					
A3.10	زيادة الحصة السوقية للمنتجات الوطنية.					

A4. المجال الرابع: الفحص والتفتيش						
الرقم	العبارة	درجة كبير جدا	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
A4.1	تتم عملية الفحص والتفتيش بشكل دوري على الشركات الغذائية.					
A4.2	تتم عمليات الفحص والتفتيش حسب متطلبات المواصفات					

					والمعايير الفلسطينية.
					A4.3 تحافظ عمليات الفحص والتفتيش على جودة المنتجات.
					A4.4 يتم اتخاذ الإجراءات القانونية اللازمة في حال وجود خلل في المواصفة.
					A4.5 يتم فحص ومعايرة أجهزة الفحص المستخدمة في شركات المنتجات الغذائية في المختبرات الحكومية.
					A4.6 يتم إخضاع المنتجات الغذائية للفحص في مختبرات تابعة لمؤسسة المواصفات والمقاييس.
					A4.7 يتم تدريب طواقم الفحص والتفتيش للقيام بمهامهم.
					A4.8 يقلص الفحص والتفتيش من أخطاء الإنتاج.

A5. المجال الخامس: القياس

الرقم	القياس يحقق الجودة والميزة التنافسية من خلال	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
A5.1	ضبط ومعايرة أجهزة القياس الخاصة بالمنتجات الغذائية.					
A5.2	تطبيق المعايير بناء على تعليمات القياس الدولية.					
A5.3	ضبط أجهزة القياس والمعايرة عن طريق خبراء فنيين مختصين.					
A5.4	ضبط الأوزان والأحجام حسب بطاقة بيان كل صنف.					
A5.5	توحيد وحدات القياس يضبط وزن المنتج.					
A5.6	ضبط المعايير الوطنية بالمعايير الدولية.					
A5.7	الاعتراف الدولي المتبادل بنتائج القياس والمعايرة.					
A5.8	ضبط المقادير والمكونات الخاصة بالمنتج.					
A5.9	ثقة العملاء بالمنتجات المحلية.					

A6. المجال السادس: التعليمات الفنية

الرقم	العبارة	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
A6.1	يوجد تعليمات فنية ملزمة من قبل مؤسسة المواصفات والمقاييس لشركات الأغذية.					
A6.2	تلتزم شركات تصنيع الأغذية بالتعليمات الفنية للمؤسسة في التصنيع.					
A6.3	يتم وضع التعليمات الفنية على المنتجات الغذائية حسب تعليمات مؤسسة المواصفات والمقاييس.					
A6.4	يتم وضع التعليمات الفنية من قبل خبراء مختصين بعد مرورها بعدة قراءات.					
A6.5	توحد التعليمات الفنية الإلزامية مرجعيات الجهات الرقابية.					
A6.6	تساعد التعليمات الفنية الإلزامية على تنظيم الأسواق.					

					A6.7	يتم منح شهادات الجودة بناء على الالتزام بالتعليمات الفنية.
					A6.8	تحسن التعليمات الفنية من جودة المنتجات الغذائية.
					A6.9	ضبط التعليمات الفنية للمنتجات الغذائية يزيد من ثقة العملاء.

B. المحور الثاني: واقع القدرة التنافسية للصناعات المحلية في فلسطين

الرقم	العبارة	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
B1	ساعد الالتزام بتنفيذ التعليمات الفنية الصادرة من مؤسسة المواصفات والمقاييس على تعزيز القدرة التنافسية للصناعات المحلية.					
B2	أدى الالتزام بوضع بطاقة البيان على المنتجات الغذائية حسب متطلبات مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى تعزيز ثقة المستهلك بالمنتج المحلي.					
B3	يعمل حصول الشركات على شهادات الجودة على رفع القدرة التنافسية للمنتج المحلي.					
B4	يسهم حصول الشركات على شهادة الجودة على رفع جودة وسلامة المنتج المحلي.					
B5	ارتفعت القدرة التنافسية للمنتج المحلي بشكل ملحوظ من خلال التحسين والتطوير المستمر من قبل الشركات المصنعة لمواكبتها أحدث المواصفات التي تعتمدها مؤسسة المواصفات					
B6	أدت العديد من الإجراءات التي تتبعها مؤسسة المواصفات والمقاييس إلى المساعدة في تخفيض تكلفة المنتجات الوطنية					
B7	المنتج المحلي يعاني من ضعف القدرة على المنافسة نتيجة سيطرة الاحتلال على العديد من مفاصل الاقتصاد.					

C. المحور الثالث: رضا المبحوثين عن الدور الذي تقوم به مؤسسة المواصفات والمقاييس

الرقم	العبارة	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
C1	تعد الإجراءات التي تطبقها مؤسسة المواصفات والمقاييس شاملة وتغطي كافة الجوانب اللازمة لتحسين جودة المنتج الفلسطيني.					
C2	تواكب الإجراءات والتعليمات التي تطبقها مؤسسة المواصفات والمقاييس أحدث الممارسات العالمية في هذا المجال.					
C3	تساهم مؤسسة المواصفات والمقاييس في إعطاء أولوية في العطاءات الحكومية للمنتج الوطني					
C4	تطبق مؤسسة المواصفات والمقاييس الإجراءات والتعليمات على كافة المؤسسات الإنتاجية بشكل متساوٍ، دون تمييز.					
C5	يعمل موظفو مؤسسة المواصفات والمقاييس بشكل مهني في تطبيق إجراءات الهيئة.					

					الإجراءات التي تقوم بها مؤسسة المواصفات والمقاييس ضرورية لتحسين جودة المنتج الفلسطيني.	C6
					تجد الشركات سهولة في الحصول على الخدمات والمعلومات الإرشادية من مؤسسة المواصفات والمقاييس.	C7
					تمتاز مؤسسة المواصفات والمقاييس بالدقة في العمل والسرعة في الإنجاز وتقديم الخدمات.	C8
					تجد الشركات اهتمام كبير من مؤسسة المواصفات والمقاييس بالطلبات المقدمة للحصول على شهادات الجودة.	C9
					توفر مؤسسة المواصفات والمقاييس كافة المعلومات حول النيات منح شهادات الجودة.	C10
					تقدم مؤسسة المواصفات والمقاييس الفلسطينية جميع الخدمات الفنية اللازمة مثل خدمات المعايرة والفحص والتدقيق للحصول على شهادة الجودة.	C11

D. المحور الرابع: التزام الشركات والمصانع المحلية بتطبيق معايير مؤسسة المواصفات والمقاييس

الرقم	العبارة	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	درجة معدومة
D1	تلتزم الشركة/ الشركات والمصانع المحلية بإجراءات وتعليمات مؤسسة المواصفات والمقاييس.					
D2	تحرص الشركة/ الشركات والمصانع المحلية على مواكبة أحدث الممارسات في مجال المواصفات والمقاييس لتحسين جودة منتجاتها ورفع قدرتها التنافسية.					
D3	تعتبر الشركة/ الشركات والمصانع المحلية أن التعليمات الفنية تصب في مصلحتها.					
D4	تعتبر الشركة/ الشركات والمصانع المحلية أن الالتزام بالتعليمات الفنية تصب في مصلحة المستهلك					
D5	تعتبر الشركة/ الشركات والمصانع المحلية مؤسسة المواصفات والمقاييس مؤسسة داعمة ومساندة وتخدم أهدافها في تحسين جودة منتجاتها وليست مؤسسة رقابية بالمفهوم التقليدي.					
D6	تسهل الشركة/ الشركات والمصانع المحلية مهمات موظفي مؤسسة المواصفات والمقاييس.					
D7	تلتزم الشركة/ الشركات والمصانع المحلية بكل ما يصدر عن مؤسسة المواصفات والمقاييس من تعليمات وتوجيهات.					
D8	تتبع التعليمات الفنية للمنتجات الغذائية كافة شروط السلامة الغذائية.					
D9	تلتزم الشركة/ الشركات بمتابعة تجديد شهادة الجودة بشكل دوري.					

مع فائق احترامي وتقديري لحسن تعاونكم،