



أثر الإبداع الإداري في تحسين جودة الإنتاج - دراسة استطلاعية في شركة بغداد للمشروبات الغازية

أسامة إسماعيل ناجي

الدكتور خالد كمال الدين

جامعة الجنان - طرابلس - لبنان - كلية إدارة الأعمال - قسم الدراسات العليا

المستخلص

الممارسات الإدارية شبة التقليدية التي لا ترتقي بالموظفين لبيدعوا تقيدهم ضمن إجراءات روتينية تحولهم إلى آلات تعيق تقدم المؤسسة. يهدف هذا البحث إلى الكشف عن تأثير الإبداع الإداري في تحسين جودة الإنتاج في شركة بغداد للمشروبات الغازية، اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الظاهرة على ما هي في الواقع، كما استخدم أداة الاستبيان التي وزعت على عينة البحث وعددها 311 موظفاً. وتوصل البحث إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 5% لدور الإبداع الإداري على تحسين جودة الإنتاج في شركة بغداد للمشروبات الغازية. وإن أهم التوصيات التي توصل إليها البحث هي تنمية القدرة الإبداعية لدى العاملين وذلك من خلال إقامة الدورات التدريبية المختلفة الداخلية والخارجية والاشتراك بالندوات والمؤتمرات العلمية المناسبة. وكذلك السعي لاستقطاب المبدعين وأصحاب القدرة، ووضع نظام جوائز وحوافز للمبدعين.

الكلمات المفتاحية: الإبداع الإداري، جودة المنتج، شركة بغداد للمشروبات الغازية.

The Impact Of Administrative Creativity In Improving Production Quality - A Prospective Study In The Baghdad Soft Drinks Company

Osama Ismail Naji

Dr. Khaled Kamal El Din

Al-Jinan University - Tripoli - Lebanon - Faculty of Business Administration -
Department of Postgraduate Studies

Abstract

the traditional administrative practices do not elevate employees to creativity, but restrict them to routine procedures, turn them into machines that hinder the progress of the institution This search aims to reveal the role of administrative creativity in improving the quality of production in the Baghdad Soft Drinks Company, the researcher relied on the descriptive and analytical method to study the phenomenon as it is in reality. He also used the questionnaire tool that was distributed to a study sample of 311 employees. Developing the capacity for creativity, caring for administrative creativity, developing it constantly, attracting innovators, and providing the institution with innovators and Increasing the granting of appropriate (material and moral) incentives to creators.

Keywords: Administrative creativity, product quality, Baghdad Soft Drinks Company



المحور الأول/ منهجية البحث والدراسات السابقة

❖ منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث: تعيش المؤسسات اليوم في ظل بيئة متغيرة، سواء ما يتعلق بالظروف السياسية أو الثقافية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، وهذا الأمر ينعكس على أداء المؤسسة، وبالتالي على جودة منتجاتها، وهذا يحتم على المؤسسة الاستجابة للضغوطات والمتغيرات بأسلوب ابداعي يؤثر على تحسين جودة الإنتاج وتحقيق استقرار المنظمة وتحسين أداء العاملين على حد سواء يضمن بقاءها واستمراريتها. فالمدير وما يحمله من مسؤوليات يحتاج إلى جرعة من الإبداع كأداة ومهارة يتكئ عليها في مواجهة التغيرات والتحديات التي ممكن أن تلحق بالمنظمة، وأيضاً يدير أزماتها ويحول التهديدات إلى فرص، ويعظم منفعة الموارد البسيطة المتاحة له، فالقدرة على الإبداع من أهم المتطلبات الواجب توفرها فيمن يتحمل مسؤولية القيام بالعمل الإداري. وعلى ضوء ما تقدم يمكن للباحث صياغة مشكلة هذه الدراسة بالسؤال التالي ما هو دور الإبداع الإداري في تحسين جودة الإنتاج في شركة بغداد للمشروبات الغازية؟

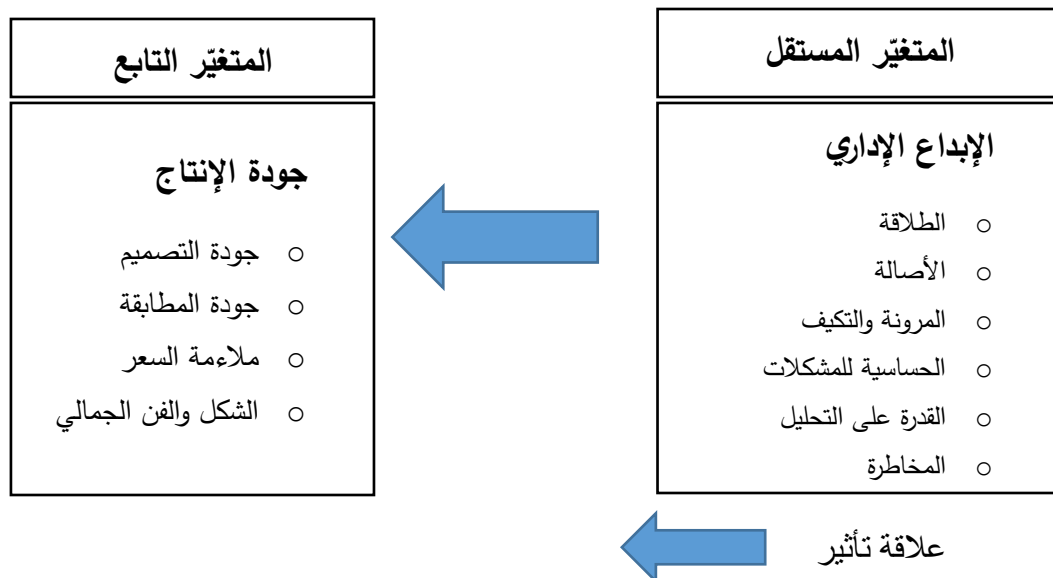
ثانياً: أهمية البحث: تؤكد أهمية البحث على العلاقة الإيجابية للإبداع الإداري ومسار المنظمة في تحقيق أهدافها، فالإبداع يرتقي بالمنظمة ويرفع من مستوى أداء موظفيها، بالأخص المديرين، ويحسن إنتاجيتها. حيث تأمل هذه الدراسة في تطوير المهارات الإبداعية للمديرين، والأخذ بالمقترحات اللازمة لتحقيق التميز في أداءهم.

ثالثاً: اهداف البحث:

- الكشف عن واقع الإبداع الإداري في الشركة؛
- مراقبة مدى جودة الإنتاج في الشركة؛
- الدعوة إلى التحرر من التفكير النمطي والنظر إلى الأمور بشمولية وتجاوز الحدود الجامدة للحول للتوصل إلى حلول إبداعية خلاقة؛
- لفت أنظار المعنيين في القطاع العام إلى ضرورة الوعي بقيمة الشخص المبدع وأهمية اكتشاف قدراته وطاقاته واستثمارها.

رابعاً: مخطط الدراسة المفترض:

الرسم البياني رقم (1): متغيرات الدراسة



خامساً: فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: يوجد علاقة أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 5% لدور الإبداع الإداري على تحسين جودة الإنتاج في شركة بغداد للمشروبات الغازية.

سادساً: حدود البحث:

– الحدود الموضوعية: سيتم التركيز على دور الإبداع في تحسين جودة الإنتاج في شركة بغداد للمشروبات الغازية

– الحدود الزمانية: سنة 2022.

– الحدود المكانية: بغداد (شركة بغداد للمشروبات الغازية).

سابعاً: منهج البحث: سيعتمد البحث على طرق الوصف التحليلي التي تدرس الظواهر الموجودة في الواقع، وتهتم بوصفها بالأوصاف الدقيقة والتعبير عنها نوعياً أو كمياً، فالتعبير النوعي يصف الظاهرة ويبين خصائصها، أما التعبير الكمي فيمنحها وصفاً رقمياً يبين مقياس هذه الظاهرة أو حجمها أو مستوى ارتباطها بالظواهر الأخرى (المشوخي، 2002، ص17).

ثامناً: أساليب الحصول على المعلومات:

المصادر الأولية: للقيام بالبحث الميداني قام الباحث بدراسة مفردات الدراسة من خلال توزيع استبيانات خاصة قام بأعدادها، وجمع المعلومات اللازمة في هذا الصدد، ثم استخدم البرنامج الإحصائي SPSS لتفريغ وتحليل هذه المعلومات. وكذلك الاستفادة من الأساليب الإحصائية المناسبة للحصول على مؤشرات ومقاييس قيمة تدعم موضوع البحث وفرضياته.

المصادر الثانوية: هي استطلاعات مكتبية راجع فيها الباحث وقرأ الكتب والمراجع العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع البحث من أجل معالجة الإطار النظري للدراسة، وكذلك بعض المجلات والمقالات والتقارير التي



اطلع عليها الباحث. التي رأى انها ستساعده في إثراء البحث العلمي بشكل علمي ومراجعة البحوث والبحوث السابقة المتعلقة بموضوع البحث.

أدوات البحث

1- الاستبانة

تُعتبر من الأدوات الهامة والأساسية لجمع البيانات في البحث الميداني، وأكثر الوسائل استخداماً، نظراً لقدرة الباحث على التحكم في الأسئلة والحقائق التي تم جمعها من مجتمع البحث لفهم آرائهم ومواقفهم بما يتماشى مع اهداف الدراسة، ومن خلالها يتم معالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث (أبو علام، 2010، ص 41).

2- مقياس ليكرت الخماسي

عند تصميم الاستبيان، استخدم الباحث طريقة قياس تعتمد على مقياس ليكرت (Likert scale) المكون من خمسة نقاط لقياس السلوكيات، حيث ان هذا المقياس يستخدم في الاستبيانات وبشكل خاص في المجال الاحصائي، ويستخدم بشكل واسع لقياس الاتجاهات العلمية وبعض البحوث التربوية والاجتماعية، لكونها تختصر على الباحث الوقت والجهد، ولتميزه بسهولة التصميم وإمكانية تطبيقه واجراء التصحيحات، فضلاً عن تمتعه بدرجة عالية من الاستقرار والموثوقية، وهو يعتمد على الردود التي تشير الى درجة الاتفاق او الاختلاف مع الصيغة وبالتالي فان خيارات الإجابة على كل عبارة تتضمن خمسة احتمالات متدرجة، تبدأ بكلمة "أوافق بشدة" وتنتهي بكلمة "لا أوافق بشدة" (سبعون وجرادي، 2012، ص 156).

جدول رقم (1): الأوزان الأولية حسب الإجابات على العبارات

العبارات ذات البعد الإيجابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المقياس	1	2	3	4	5

3- البرنامج الإحصائي

استخدم الباحث لغرض الدراسة برنامج الرزم الإحصائية الخاص بالعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences (SPSS) لتحليل البيانات التي جُمعت من خلال الاستبانة.

تاسعاً: اختبار ثبات صدق الاستبانة

وللتأكد من حقيقة الاستبانة لجأ الباحث لعرضها بصورتها الأولية على الدكتور المشرف على البحث وعلى مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة في مجال إعداد الاستبانات ولوائح القياس كما موضح في الملحق (1) للوقوف على مدى قدره تحقيقها الغاية المرجوة منها، حيث ابدى المحكمون آرائهم وملاحظاتهم حول مدى مناسبة عبارات الاستبيان، ولأجل ان يكون المقياس مفيداً، يجب أن يتمتع بخصائص الثبات (Reliability) والصدق (Validity) ويكون المقياس مستقرًا عندما يعطي نفس الإجابة باستمرار (غرابية، 2002، ص 71)، ومن أجل اختبار ثبات الاستبيان، استخدم اختبار ألفا كرونباخ ألفا.

عاشراً: مجتمع البحث والعينة: تم اختيار شركة بغداد للمشروبات الغازية كونها إحدى الشركات الرائدة في مجال الصناعة الغذائية، فضلاً عن أنها شركة تهتم بموضوعات الدراسة لا سيما الإبداع وكانت عينة البحث قد اشتملت على 311 موظفاً استخدم الباحث طريقة أخذ العينات العشوائية البسيطة لسحب عينة بحثية للدراسة الميدانية من طاقم مجتمع البحث.



أحد عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- (1) النسبة المئوية (Percentage)، والتكرار (Frequency): يعرض البيانات التي تعكس الردود المختلفة للعينة ويحدد عدد المرات التي أجابوا فيها على عبارات الاستبيان.
- (2) المتوسط الحسابي (Mean): يحدد مستوى النزعة المركزية وكذلك اتجاه العبارات، بالإضافة للمتوسطات المرتبطة بالمتغيرات الديموغرافية.
- (3) الانحراف المعياري (Standard Deviation): يقيس درجة التشتت الإحصائي.
- (4) اختبار معامل ارتباط ألفا كرونباخ لبيان فاعلية الاستبيان.
- (5) اختبار (الدلالة الإحصائية): لأثبت وجود علاقة بين الفرضيات.

❖ الدراسات السابقة

• الدراسات المتعلقة بالإبداع

1- Samia Fathi and Others (2018)

the impact of creativity and innovation on the level of knowledge and understanding of total quality management benefits among healthcare managers in Jordan.

أثر الإبداع والابتكار على مستوى المعرفة وفهم مزايا إدارة الجودة الشاملة بين مديري الرعاية الصحية في الأردن.

هدف هذا البحث إلى دراسة تأثير الإبداع والابتكار على مستوى المعرفة وفهم فوائد إدارة الجودة الشاملة في قطاع الرعاية الصحية، وقد أجري المسح بواسطة استبيان موزع على مدراء الرعاية الصحية العاملين في ستة مستشفيات أردنية، هذا الاستبيان يتألف من ثلاث أجزاء: المتغيرات الديموغرافية، بيانات الإبداع والابتكار، ومستوى إدارة الجودة الشاملة والمعرفة والفهم، وشملت عينة الدراسة 292 مديراً. وقد توصل البحث إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بالنسبة لأنماط الإبداع والابتكار على المستوى العام للمعرفة وفهم فوائد إدارة الجودة الشاملة في قطاع الرعاية الصحية الأردني.

2-Jezycki, Andrew (2007)

An Analysis of the Relationship Between Creativity Style and leader Behavior in Elementary, Middle and Secondary Schools.

تحليل العلاقة بين النمط الإبداعي وسلوك القائد لدى الإداريين بالمدارس الابتدائية والمتوسطة والثانوية بسان فرانسيسكو.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يتعين على مديري المدارس القيام به فيما يتعلق بالمستوى التعليمي وفعالية الدور المدرسي.

1. وكان من أهم نتائج هذه الدراسة:



- بلغ معدل الدرجة الإبداعية للمديرين 4,95 مقارنة بالمعدل المعياري والبالغ 96. وقد أوضح أفراد العينة في إجاباتهم أنهم يفضلون التفكير على التعليم التقليدي.
- أن مديري المدارس يتعرضون لضغوط لتحقيق النتائج المرجوة بالرغم من أنهم يواجهون تحديات حادة ومتزايدة.
- أن هناك مجموعة من المشاكل الجديدة تأخذ طريقها للظهور بمعدلات متسارعة تتطلب إجابات جديدة وأنماط قيادية جديدة ونوعا من الإبداع يستطيع استقراء ما وراء المتطلبات الآنية ويكون مشتملا على رؤية لما ينبغي أن يكون عليه الوضع في المستقبل.

• الدراسات المتعلقة بالجودة

1- ماجد محمد صالح (2007)

تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة وتحقيق المنتج – دراسة استطلاعية لآراء المدراء في معمل الألبسة الولادية بالموصل.

يهدف البحث إلى التعريف بماهية الجودة وأبعادها، فضلا عن تحقيق المنتج بوصفه أحد المتطلبات الأساسية للمواصفة الدولية (SO9001- 2000) وتحليل علاقات الارتباط بين هذه الأبعاد وتحقيق المنتج، إذ أن اشتداد المنافسة دفع العديد من المنظمات إلى البحث عن مزايا ترفع فيهم فرص نجاحها في الأسواق المحلية ومن ثم العالمية. وهكذا ازداد التوجه نحو دراسة رغبات واحتياجات الزبائن والاستجابة لها في الوقت المناسب وبالسعر والجودة الملائمة. ويعد هذا البحث محاولة للتعرف على علاقات الارتباط بين أبعاد الجودة المتبناة في البحث وتحقيق المنتج وتبني الأبعاد الأكثر أهمية ومن ثم زيادة مبيعاتها بالمقارنة بالمنظمات المماثلة وبلوغها الأهداف المطلوبة.

2- دراسة Adam and Ebert (2006)

Production and Operation Management, New Delhi, Prentice-Hall.

وهدف إلى تشخيص العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في الجودة، وقد تم التركيز على تقسيم العوامل المذكورة على النحو الآتي: العوامل الداخلية (الإدارة العليا، العاملون، المواد الأولية، التسهيلات، المكنات والمعدات)، أما العوامل الخارجية فقد قسمت إلى (الزبائن، المجهزين). إن الفائدة المتوخاة من الدراسة هي تحديد أي العوامل أكثر تأثيرا في جودة الإنتاج، بوصف المنظمة نظاما مفتوحا تتفاعل خارجيا مع الزبائن وتلبية رغباتهم واحتياجاتهم باعتبارهم ركنا أساسيا لأهداف الجودة في المنظمة، كذلك الحال مع المجهزين، إذ اعتبر المجهز شريكا مهما في الجودة، فهي تحتاج من المجهز توفير مستلزمات الإنتاج على الوجه الأمثل.

المحور الثاني/الإطار النظري

أولاً: الإبداع والابداع الإداري

1-: تعريف الإبداع الإداري: ورد الإبداع في علم النفس على أنه قدرة على ابتكار العلاقات بين الأشياء أو ابتكار تركيبات أو تنظيمات جديدة مستوحاة من هذه الأشياء في محاولة لربط الذكاء بالابتكار.



ومن جهة أخرى تناولت تعريفات أخرى للإبداع على أساس أنه أسلوب عملي لحل المشكلات، حيث يتم وضع الفرضيات تمهيداً لاختبارها وقراءة النتائج وتحليلها والخروج بالنتائج والتوصيات لتعم الفائدة للفئات المستهدفة (عبوي، 2006، ص 127).

كما تطرقت الكثير من الأبحاث والدراسات على أن الكلمات التي تدل على الإبداع والابتكار معناها النظر إلى المواضيع والأشياء بشكل مختلف وحديث والإتيان بأشياء وأفكار لم يسبق أن توصل إليها أحد (القيوتي، 2018، ص 314).

2- أبعاد الإبداع

أ- المرونة والتكيف: إن المرونة تعني التكيف وتغير الحالة الذهنية لدى الشخص بتغير الموقف، فالمبدع يستطيع أن يفكر بمختلف الطرق وله رؤيته الثاقبة في حل المشاكل من زواياها المتعددة، والمرونة يمكن أن تكون تلقائية أي تقدم أفكار عديدة ترتبط بموقف معين ومحدد، وأيضاً مرونة تكيفية، أي حل المشكلة أو مواجه موقف في ضوء التغذية الراجعة التي تأتي من ذلك الموقف (الفاعوري، 2005، ص 21).

ب- غزارة الأفكار (الطلاقة): أي أن المبدع ينتج العديد من الأفكار في فترة زمنية قصيرة، فهو متفوق من حيث كم الأفكار التي يفيض بها في مجال معين وفي وقت أقل من غيره، والغزارة يمكن أن تكون من ناحية طلاقته بالكلام، أو إنتاجه وبلورته للأفكار العديدة والكثيفة، كما يسهل عنده موضوع التعبير وصياغة الأفكار (عبد الرحمن، 2009، ص 54).

ت- أصالة الفكر (الأصالة): إن المبدع يتصف بأصالة التفكير، ويقصد بذلك عدم تكرار الأفكار الموجودة وإنتاج ما هو غير مألوف، وعدم خضوع هذه الأفكار لما هو موجود ومتداول، وبالتالي تخرج عن الإطار التقليدي، فكلما زاد مستوى إنتاج الأفكار الجديدة قلت درجة شيوع الفكرة وخروجها عن النمط التقليدي، وزاد مستوى أصالة الفكرة والإتيان بأفكار وحلول للمشكلة أو المشكلات بطريقة مختلفة عن تلك التي يفكر بها الآخرون شريطة أن تكون مفيدة وعلمية وعملية (حسن، 2008، ص 11).

ث- الحساسية للمشكلات: إن المبدع هو مدرك للآزمات والمشكلات التي يمكن أن تقع، ويدرس المواقف المختلفة أكثر من غيره ويلتمس الآزمات والمشكلات بشكل واضح وعميق، فهو دقيق ويحدد الأبعاد المختلفة للمشكلة ويستوعبها ويدرك آثارها المترتبة عنها برؤية واضحة غير ملتبسة ويعي نواحي القصور والأخطاء ويتلافها ويدعم الإيجابيات بفهمه العميق للمجال الذي يخوضه في حل المشاكل وبناء المشاريع (البريدي، 2009، ص 55).

ح- القدرة على التحليل: أي أن المبدع يستطيع تنظيم الأفكار بناءً على قدر يسير من المعلومات المتعلقة بأي مشروع أو عمل جديد، ويحدث تغيير وتأثير إيجابي واضح على الواقع العملي فالشخص المبدع يمتاز بقدرته على تحليل عناصر الأشياء وفهمه للعلاقات بين العناصر وامتلاكه قدرة الحصول على المعلومات وجمعها وتبويبها وتقويمها والاحتفاظ بها عند الحاجة لها، كما يمكنه أيضاً إعادة الأفكار والأشياء وفق أسس مدروسة (بروبي، 2019، ص 78).

ج- المخاطرة: يفضل الكثير من الناس أن يكون كل شيء واضح لا لبس فيه، ومثل هذه النظرة تقوم بتجفيف منابع الإبداع، لذلك من الضروري تقبل الغموض في حياتنا كمرحلة أولية نحو الأفكار العبقريّة، ويؤكد هذه النظرية اختبار TORANCE للتفكير الإبداعي، وهو أحد الاختبارات المهمة في هذا المجال، حيث يؤكد



أهمية تقبلنا الغموض في العملية الإبداعية وذلك عن طريق مقاومة الأسئلة المغلقة بسرعة كبيرة وذلك بفتح المزيد من الاحتمالات، وتوفير المزيد من الخيارات الإبداعية للوصول إلى أفكار أكثر إبداعاً (الصافي، 2019، ص114).

3- أهمية الإبداع الإداري

- أهمية الإبداع للأفراد
 - تحقيق الذات: بحيث يتطلع المبدعون غالباً إلى التميز والتفوق ويبحثون عن الشهرة.
 - الخوف من المجهول وغموض المستقبل يدفع إلى المخاطرة قبل أن يقع خطره.
- أهمية الإبداع للجماعات والمنظمات
 - الأهمية الثقافية: أن للإبداع تيارات ثقافية متعددة وحيوية معتمدة على الإنتاج الذاتي للنظم وهو الأمر الذي يغذي ثقافة الأمة ويدعم جهود أبناءها من الفئة المثقفة.
 - الأهمية الاقتصادية: بفضل الإبداع والابتكارات الجديدة توفر الأمة نفقات وجهود معتبرة، حيث تعمل على بلوغ مستوى أفضل للأداء الاقتصادي.
 - الأهمية التقنية: يسهم الإبداع في التطور التكنولوجي، كهدف أولي للاختراع العلمي والذي يمكن أن يطور الماكينات والآليات.
 - الأهمية الحضارية: إن حضارة الأمة بفضل الإبداعات والابتكارات وبفضل تطوير الوسائل المادية كالنقل والمواصلات وتطوير الوسائل النظرية من أفكار ومناهج علمية في الحياة (السلمي، 2001، ص 44).
 - أهمية الإبداع في المنظمات: تواجه المنظمات المعاصرة العديد من التحديات والصعوبات الناجمة عن البيئة المضطربة والمعقدة والتي تنشط في إطارها، ولمواجهة هذه المشكلات والصعوبات بكفاءة وفعالية، فإن الأمر يستدعي جهوداً وقدرات إبداعية عالية حتى تتمكن هذه المنظمات من ضمان بقائها واستمراريتها وحتى نموها.

ثانياً: جودة المنتج

1- مفهوم الجودة: ان العديد من المنظمات تعمل على البقاء في سوق المنافسة من خلال تحقيق الجودة فالجودة هو المصطلح الذي نستعمله نوعاً ما بشكل مطلق وان قسماً من الأشخاص يرون أن الجودة هي افضل ما هناك فالجودة هي احد العوامل الرئيسية التي ساعدت في رفع روح التنافس بين الشركات والمصانع والخدمات المختلفة، وذلك لوعي المستهلكين في اختيار السلعة أو الخدمة ذات الجودة العالية وبالسعر المناسب (عارف، 2012، ص3)، وكما يرى (Dil Worth) أن الرضا يعتمد على تقييمات الزبائن خارج الشركة التي تنتج البضائع والخدمات (worth, 2002, p609). إن الجودة هي مطابقة المميزات أو الخصائص الكلية للمنتج (سلعة أو خدمة) لحاجات الزبون في ظل السعر الملائم والسليم وفي الوقت المحدد (النجار، ومحسن، 2004، ص447).

كما وصفها كوتلر بانها الخصائص الكلية للمنتج التي تعتمد في قدرتها على اشباع حاجات ظاهرة للزبون (الخانق، 2010، ص176)، وبضيف بانها تتمثل بدرجة التفضيل، المطابقة للاستعمال، المطابقة مع المتطلبات، التركيز على الزبون (العزاوي، 2006، ص152).



كما عُرِّفت الجودة بأنها تقديم أفضل ما يمكن لدى المنظمة لعملائها من أجل ارضائهم وكسب ثقتهم وبهذا فهي معيار لتقييم النجاح في كل شيء (العقيلي، 2009، ص 18-19)

ويتضح من التعريفات اعلاه ان الجودة تتحدد بكونها إنتاج منتج قادر على اشباع حاجة المستهلك وأن يقدم بسعر مناسب من خلال تطبيق مبادئ الجودة التي تؤدي إلى تخفيض تكاليف العملية الإنتاجية، وصنف الجودة إلى:

- جودة المنتج (Product Quality).
- جودة العملية (Process Quality) (David;etal, 2003, p34).

2- أبعاد جودة السلعة:

أ- **جودة التصميم:** ويعد من الأبعاد المهمة في الصناعة وبالأذات في مجال المشروبات الغازية من خلال تصميم المنتج على وفق التصاميم العالمية وأذواق الزبائن والمواكبة للتغيرات المستمرة في الأذواق، إذ يتوجب مراعاة هذه العوامل قبل تصنيع المنتج وبعدها، فهي نقطة الاتصال بين تصميم المنتج وتصنيعه وفي مجتمع الدراسة فإن قسم التصميم يكون مسؤولاً عن هذا البعد، بعد الأخذ بأراء الإدارات الأخرى ذات العلاقة (Schroeder, Roger, 2011).

ب- **جودة المطابقة:** ويتمثل هذا البعد بمدى مطابقة المنتج النهائي مع المواصفات التصميمية التي وضعت للمنتج واعتمدت من قبل الإدارة بالشكل النهائي، هذا يعني مطابقة التصميم للمواصفات التي وضعت مسبقاً، وكلما زاد التماثل بين التصميم والتطابق أدى ذلك إلى تحقيق المنتج المطلوب.

ت- **ملاءمة السعر:** يعبر هذا البعد عن المنفعة المتحققة من المنتج مقابل السعر المدفوع من أجل الحصول عليه، وفي هذا المجال توصلت دراسة Nelson إلى وجود علاقة ارتباط معنوية وتأثير معنوي بين السعر وإدراك الزبون لجودة المنتج وان الزبون يكون مستعداً لدفع سعر أعلى عندما يقتنع بأن المنفعة المتحققة من استخدام هذا المنتج متوافقة مع سعره.

ث- **الشكل والفن الجمالي:** ويعبر هذا البعد عن تلبية لاحتياجات وأذواق ورغبات وميول الزبائن من خلال الصفات الظاهرة في المنتج كالألوان والتصاميم البارزة وقابلية الجذب والحداثة ويعدده البعض بالبعد الشخصي وليس له علاقة كبيرة بالأبعاد الوظيفية للمنتج، يؤدي هذا البعد دوراً كبيراً في ترويج المنتجات، إذ إن المظهر والشكل الخارجي لها يعد عامل جذب ومساعد في حصول عملية الشراء لاعتماده على رغبات الزبون وذوقه ورضاه عن شكل وجمال المنتج.

3- **أهمية الجودة:** أن الجودة تؤثر في الزبون وإقباله عليها أو رفضه لها، فإن للجودة تأثير في المنظمة من خلال العديد من الاسهامات أهمها (Hiezer, Jay, & Render2014,p24):

١. السمعة والشهرة ويعد تحقيق الجودة وتحسينها وتطويرها جوازا لمرور المنظمة من الأسواق المحلية إلى الدولية، وهذا يتطلب من المنظمة بناء علاقات جيدة مع الموردين والموزعين، فضلاً عن دور خبرة ومهارة العاملين في تحقق أعلى مستويات الجودة.



٢. التكاليف كلما كانت الجودة متحققة بدرجات عالية وبأداء متفوق وبمعييات تقترب من الصفر، أدى ذلك إلى انخفاض التكاليف وزيادة الأرباح، فضلاً عن إمكانية المنظمة بيع منتجاتها ذات الجودة العالية بأسعار قادرة على منافسة الصناعات المماثلة.

٣. المسؤولية الاجتماعية: تتحمل المنظمة جراء عدم تحقيقها المنتج بالمواصفات الملزمة المساءلة القانونية الناجمة عن الأضرار الحاصلة للزبون جراء الاستخدام، لذلك توجب على المنظمة أخذ الاعتبارات الاجتماعية والصحية والنفسية كافة لمستخدمي منتجاتها بنظر الاعتبار على الدوام.

4. المضامين العالمية: بهدف بلوغ المستويات العالمية للسلعة أو الخدمة لابد للمنظمة من تطابق مواصفات المنتج للمقاييس والمعير العالمية للجودة، وهكذا تسعى العديد من المنظمات للحصول على شهادة المواصفة الدولية ISO بهدف تطبيق المواصفات العالمية ودخول الأسواق الدولية.

المحور الثالث/الإطار العملي

أولاً: تحليل نتائج البحث

قام الباحث بإدخال محاور الدراسة، وتحليل نتائج أسئلتها.

- تحليل المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومستوى الارتباط، ومستوى الدلالة الإحصائية لكل سؤال.

1- نتائج المحور الأول: الإبداع الإداري:

أ-الطلاقة: وفق الملحق (2) فقد نالت العبارة يستطيع التعبير عن أفكاره بسهولة وصياغتها بكلمات مفيدة" المتوسط الحسابي الأعلى وهي 3.99، بنسبة موافقة عالية، ثم تلتها العبارة " يستطيع التعبير عن أفكاره بسهولة" بمعدل 3.97، بنسبة موافقة عالية، أما العبارة " يقدم أكثر من فكرة خلال مدة زمنية قصيرة" نالت أقل نتيجة 2.57، بنسبة موافقة منخفضة. أما النتيجة الإجمالية للطلاقة فهي تميل إلى الموافق بنسبة عالية.

ب-الاصالة: وفق الملحق (2) فقد نالت العبارة "ينجز ما يسند إليه من أعمال بطرق متعددة " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.39، بنسبة موافقة متوسطة، ثم تلتها العبارة " يستطيع فرض رأيه عادة بالحجج " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.34، بنسبة موافقة منخفضة، أما العبارة " يبتعد عن تكرار الإجراءات المتبعة في إنجاز العمل " جاءت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 2.06 وهي نسبة موافقة منخفضة. أما المعدل النهائي للأصالة فبلغ 2.44، باتجاه عام منخفض.

ت- المرونة: وفق الملحق (2) فقد نالت العبارة " يقدم أفكاراً متنوعة لتطوير العمل بتلقائية ويسر " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.06، بنسبة موافقة متوسطة، ثم تلتها العبارة " يقدم أفكاراً يمكن تطبيقها بأكثر من طريقة" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.88، بنسبة موافقة متوسطة، أما العبارة " يقدم رؤية لأشياء بطرق متنوعة" جاءت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 2.37 وهي نسبة موافقة منخفضة. أما المعدل النهائي للمرونة فبلغ 2.67، باتجاه عام متوسط.



ث-الحساسية للمشكلات: وفق الملحق (2) فقد نالت العبارة "يخطط لمشكلات العمل التي يمكن حدوثها" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.53، بنسبة موافقة منخفضة، ثم تلتها العبارة " يبسط الأفكار عند مواجهة الصعاب " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 2.22، بنسبة موافقة منخفضة، أما عبارتي " يحرص على معرفة أوجه القصور أو الضعف فيما يقوم به من عمل " و " يحدد موارد الخلل وأسبابه " فكانت نتيجتهما متساوية 2.05، وهي نسبة موافقة منخفضة. أما المعدل النهائي لـ "الحساسية للمشكلات" فبلغ 2.18، باتجاه عام منخفض.

ح-القدرة على التحليل: وفق الملحق (2) فقد نالت العبارة " يستدل بشكل منطقي في المواقف المختلفة" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.44، بنسبة موافقة عالية، ثم تلتها العبارة " يستطيع إدراك العلاقة بين الأفكار وتفسيرها " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.12، بنسبة موافقة متوسطة، أما عبارة " يحدد حجم المشكلات دون تضخيم أو تهاون " فكانت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 1.89، وهي نسبة موافقة منخفضة. أما المعدل النهائي لـ "القدرة على التحليل" فبلغ 2.76، باتجاه عام متوسط.

ج-المخاطرة: وفق الملحق (2) فقد نالت العبارة " يعالج نتائج أي خلل يحدثه" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4.20، بنسبة موافقة عالية جداً، ثم تلتها العبارة " يقترح أساليب جديدة لتحسين العمل رغم علمي بالمخاطر المترتبة على ذلك" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 3.37، بنسبة موافقة متوسطة، أما عبارة " يقدم على الأعمال الصعبة والمعقدة " فكانت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 2.00، وهي نسبة موافقة منخفضة. أما المعدل النهائي لـ "المخاطرة" فبلغ 2.90، باتجاه عام متوسط.

2-نتائج المحور الثاني: تحسين جودة الإنتاج:

أ-جودة التصميم: وفق الملحق (3) فقد نالت العبارة " تستخدم الألوان المتناسبة مع الرؤية البصرية للشركة " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4.32، بنسبة موافقة عالية جداً، ثم تلتها العبارة " يطابق تصميم عبوات المشروبات الغازية مع المواصفات المطلوبة " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.20، بنسبة موافقة عالية، أما عبارة " تستخدم الأشكال المتناسبة مع الرؤية البصرية للشركة " فكانت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 3.77، وهي نسبة موافقة عالية. أما المعدل النهائي لـ "جودة التصميم" فبلغ 4.04، باتجاه عام عالٍ.

ب-جودة المطابقة: وفق الملحق (3) فقد نالت العبارة " تُصنع المشروبات الغازية وفق المعايير العالمية " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4.29، بنسبة موافقة عالية جداً، ثم تلتها العبارة " تستخدم المواد الأولية المطابقة للمواصفات " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.21، بنسبة موافقة عالية جداً، أما عبارة " تتطابق مكونات المشروبات الغازية مع الشروط الصحية " فكانت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 3.76، وهي نسبة موافقة عالية. أما المعدل النهائي لـ "جودة المطابقة" فبلغ 4.10، باتجاه عام عالٍ.

ت-ملائمة السعر: وفق الملحق (3) فقد نالت العبارة " يتناسب السعر مع ما يتوقعه الزبائن " المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4.23، بنسبة موافقة عالية جداً، ثم تلتها العبارة " يشجع السعر الزبائن على الشراء " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.21، بنسبة موافقة عالية جداً، أما عبارة " " فكانت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 3.76، وهي نسبة موافقة عالية. أما المعدل النهائي لـ " ملائمة السعر " فبلغ 4.15، باتجاه عام عالٍ.



ث-الشكل الفني والجمالي: وفق الملحق (3) فقد نالت العبارة " تحتوي الرسومات على العبوات موضوعات يحبها الزبائن" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 4.12، بنسبة موافقة عالية، ثم تلتها العبارة " تستخدم الألوان الجاذبة للزبائن " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ 4.9، بنسبة موافقة عالية، أما عبارة " تصنع العبوات بأشكال جاذبة للزبائن" فكانت نتيجتها في المرتبة الأخيرة 3.98، وهي نسبة موافقة عالية. أما المعدل النهائي لـ " ملاءمة السعر " فبلغ 3.98 باتجاه عام عالٍ.

ثانياً: نتائج اختبار فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية: يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة 5% بين دور الإبداع الإداري وتحسين جودة الإنتاج في شركة بغداد للمشروبات الغازية

الجدول رقم (2): اختبار فرضية العلاقة بين الإبداع الإدارية وتحسين جودة المنتج

الإبداع الإداري	تحسين جودة المنتج		
0.854	1	قيمة بيرسون	تحسين جودة المنتج
0.000		الدلالة الإحصائية	
311	311	التكرار	
1	0.854	قيمة بيرسون	الإبداع الإداري
	0.000	الدلالة الإحصائية	
311	311	التكرار	

يعرض الجدول أعلاه معامل ارتباط بيرسون بين الإبداع الإداري وتحسين جودة الإنتاج وبناءً لاختبار بيرسون، فإن مستوى الدلالة الإحصائية هي 0.000، وهي أقل من 0.05، ما يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحسين جودة المنتج والإبداع الإداري، وبالنظر إلى قيمة بيرسون (0.854)، فإنها إيجابية وتدل على أن العلاقة بين المتغيرين طردية قوية جداً.

وعليه، فإن الفرضية الرئيسية صحيحة، أي يوجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دور الإبداع الإداري وتحسين جودة الإنتاج في شركة بغداد للمشروبات الغازية.

الخاتمة والتوصيات

لقد أكدت نتائج الدراسة وفرضيات الدراسة بأن دور الإبداع في تحسين جودة الإنتاج هو مطلب أساسي للمؤسسة محل الدراسة (شركة بغداد للمشروبات الغازية)، ولم يعد هذا المطلب من باب الكماليات، بل أصبح أمراً حتمياً وملحاً، ولا غنى عنه لبقاء المؤسسة في البيئة المعاصرة، فعليها أن تجعل الإبداع والابتكار أسلوب عملها وممارستها اليومية.

بناءً عليه يمكن التحدث عن التوصيات الآتية:



1. أظهرت العلاقة ما بين الإبداع الإداري وتحسين جودة المنتج في الشركة عينة الدراسة قوية، فهذا يحملها مسؤولية استثمار نتائج العملية الإبداعية لتصبح قاعدة أساسية تعتمد عليها وتنطلق منها في تحسين جودة منتجاتها.

2. إن السوق العراقية تشهد انفتاحاً على المنتجات المستوردة والأجنبية، وهذا يشير إلى مواجهة الشركة لتحديات جديدة وهذا يتطلب منها مواكبة التغيرات وتحشد قدراتها لغرض الاستفادة القصوى من مواردها المتاحة وتقديم الأفضل.

3. أيضاً يجب الاعتماد على حملة الشهادات في بعض الوظائف التي تتطلب معارف ومهارات استثنائية، وذلك من أجل الاستفادة من أفكارهم وقدراتهم الإبداعية.

4. تنمية القدرة الإبداعية لدى العاملين وذلك من خلال إقامة الدورات التدريبية المختلفة الداخلية والخارجية والاشتراك بالندوات والمؤتمرات العلمية المناسبة.

5. نشر مفهوم الإبداع وأهميته في ثقافة المنظمة، وتحويل الإبداع من توجه إلى نظام متأصل في داخل الشركة.

6. عمل دراسات دورية لقياس مستوى الجودة ومعاييرها المتناسبة مع السوق المحلي والعالمي.

المصادر العربية

- أبو علاّم، رجاء محمود، 2010م، مناهج البحث في العلوم النفسانية والتربوية، دار النشر للجامعات، مصر، ط 3.
- بروبي، سميرة، 2019م، دور الإبداع والابتكار في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسات المتوسطة والصغيرة، (دراسة حالة المشروبات الغازية مامي)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
- البريدي، عبد الرحمن عبد الله، 2009م، الإبداع الإداري يخلق الأزمات ط 2، بيت الأفكار الدولية الرياض، ص 54.
- الخناق، نبيل محمد عبد الحسين، جبار جاسم، 2010م، "أهمية قياس تكاليف الجودة والافصاح عنها في القوائم المالية، مجلة التقني، المجلد الثامن عشر، العدد 20.
- سبعون، سعيد وجرادي، حفصة، 2012م، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصة للنشر، الجزائر.
- الصافي، عبد الله، 2019م، التفكير الإبداعي بين النظرية والتطبيق، مطابع دار البلاد، السعودية.
- عبد الرحمن، توفيق، 2001م، الإبداع في السلم والحرب. ط 1، مركز الخبرات المهنية للإدارة، بميك، القاهرة.
- السلمي، علي، 2001م، خواطر في الإدارة المعاصرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.
- عبوي، زيد منير، 2006م، الاتجاهات الحديثة في المنظمات الإدارية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.



- العزاوي، محمد عبد الوهاب، 2006م، "انظمة ادارة الجودة والبيئة"، ISO 900، ISO 1400، دار وائل للطباعة والنشر.
 - الفاعوري، رفعت عبد الحليم، 2005م، إدارة الإبداع التنظيمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر
 - غرايبة، فوزي عبد الرحيم، وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل، الأردن، 2002.
 - القريوتي، محمد قاسم، 2018م، السلوك التنظيمي، دراسة للسلوك الإنساني الفردي والجماعي في المنظمات الإدارية. ط1 دار المستقبل للبراء، الأردن.
 - ماجد محمد صالح، 2007م، تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة وتحقيق المنتج – دراسة استطلاعية لآراء المدراء في معمل الألبسة الولادية بالموصل – تنمية الرفادين العدد 88(29).
 - المشوخي، حمد سليمان، 2002، تقنيات ومناهج البحث العلمي، الطبعة 1، دار الفكر العربي، الإسكندرية، مصر.
 - النجار، صباح حميد، عبد الكريم محسن، 2004م، "ادارة الإنتاج والعمليات"، دار وائل للطباعة والنشر.
 - حسن، الطيب، 2008م، محاور التنمية التجارب الإبداعية في استراتيجيات الإصلاح الإداري. مجلة الإدارة.
 - عارف، اسامة حسن، 2012م، برنامج الجودة الشاملة، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
 - العقيلي، عمر وصفي، 2009م، "مدخل الى المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة"، دار وائل للنشر، عمان.
- المصادر الاجنبية**
- samia fathi and others, (2018) the impact of creativity and innovation on the level of knowledge and understanding of total quality management benefits among healthcare managers in jordan, european scientific journal may edition vol.11, no.13 issn: 1857 – 7881 (print) eissn 1857- 7431.
 - Schroeder, Roger, (2011) Operation Management, 3rd ed, MC Grow-Hill USA.
 - Jezycki, Andrew (2007): An Analysis of the Relationship Between Creativity Style and leader Behavior in Elementary, Middle and Secondary Schools
 - Adam, E. and Ebert, R. 1996. Production and Operation Management, New Delhi, Prentice-Hall.
 - Hiezer, Jay, & Render, Barry, (2011) Operations Management 7th ed, Prentice-Hall, USA.

الملحق رقم (1) أسماء محكمي استمارة الاستبيان

الاختصاص	أسماء المحكمين
----------	----------------



د. خالد كمال الدين	إدارة واقتصاد/جامعة الجنان لبنان
د. محمد يوسف فرحات	إدارة واقتصاد / جامعة الجنان لبنان/أستاذ
د. محمد ياسين غادر	إدارة واقتصاد/ جامعة الجنان لبنان/ أستاذ مشارك
د. إسماعيل حمادي مجبل	إدارة واقتصاد/ جامعة الفلوجة العراق
د. عبد الرحمن ميرو	إدارة واقتصاد/ جامعة الجنان لبنان.

الملحق رقم (2) المتغير المستقل: الابداع الاداري

ت	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1	يستطيع التعبير عن أفكاره بسهولة	3.97	1.02	عالي
2	يستطيع التعبير عن أفكاره بسهولة وصياغتها بكلمات مفيدة	3.99	1.07	عالي
3	يقدم أكثر من فكرة خلال مدة زمنية قصيرة	2.57	1.17	منخفض
4	يقترح الحلول السريعة لمواجهة مشاكل العمل	3.29	1.14	متوسط
5	يستطيع القيام برد الفعل بسرعة	3.32	1.31	متوسط
	الطلاقة	3.43	1.09	عالي
1	ينجز ما يسند إليه من أعمال بطرق متعددة	3.39	1.20	متوسط
2	يبتعد عن تكرار الإجراءات المتبعة في إنجاز العمل	2.06	1.33	منخفض
3	يحرص على تقديم أفكار جديدة في العمل	2.18	1.27	منخفض
4	يستند في أفكاره على قيم المؤسسة	2.21	1.33	منخفض
5	يستطيع فرض رأيه عادة بالحجج	2.34	1.38	منخفض
	الأصالة	2.44	1.26	منخفض
1	يقدم أفكاراً متنوعة لتطوير العمل بتلقائية ويسر	3.06	1.11	متوسط
2	يقدم أفكاراً يمكن تطبيقها بأكثر من طريقة	2.88	1.15	متوسط
3	يقدم أفكاراً سهلة التطبيق	2.38	1.24	منخفض
4	يقدم رؤية للأشياء بطرق متنوعة	2.37	1.26	منخفض
5	يتكيف بسهولة مع طرق العمل الجديدة	2.68	1.34	متوسط
	المرونة	2.67	1.19	متوسط
1	يتنبأ بمشكلات العمل قبل حدوثها	2.04	1.23	منخفض
2	يخطط لمشكلات العمل التي يمكن حدوثها	2.53	1.27	منخفض
3	يحرص على معرفة أوجه القصور أو الضعف فيما يقوم به من	2.05	1.29	منخفض



عمل				
يحدد موارد الخلل وأسبابه	4	2.05	1.33	منخفض
يبسط الأفكار عند مواجهة الصعاب	5	2.22	1.34	منخفض
الحساسية للمشكلات		2.18	1.27	منخفض
يملك القدرة على تجزئة مهام العمل	1	3.05	1.31	متوسط
يربط بين المشكلات وأسبابها بشكل صحيح	2	2.30	1.27	منخفض
يحدد حجم المشكلات دون تضخيم أو تهاون	3	1.89	1.27	منخفض
يستطيع إدراك العلاقة بين الأفكار وتفسيرها	4	3.12	1.14	متوسط
يستدل بشكل منطقي في المواقف المختلفة	5	3.44	1.22	عالٍ
القدرة على التحليل		2.76	1.18	متوسط
يبادر إلى تبني الأفكار والأساليب الجديدة والبحث عن حلول للمشكلات	1	2.79	1.25	متوسط
يقدم على الأعمال الصعبة والمعقدة	2	2.00	1.31	منخفض
يتحمل مسؤولية ما يقوم به من أعمال	3	2.14	1.13	منخفض
يعالج نتائج أي خلل يحدثه	4	4.20	1.21	عالٍ جداً
يقترح أساليب جديدة لتحسين العمل رغم علمه بالمخاطر المترتبة على ذلك	5	3.37	1.10	متوسط
المخاطرة		2.90	1.10	متوسط

الملحق رقم (3) المتغير التابع: تحسين جودة الإنتاج

ت	العبرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1	يُراعى في تصميم العبوات أنواق الزبائن	3.94	0.86	عالٍ
2	يطابق تصميم عبوات المشروبات الغازية مع المواصفات المطلوبة	4.20	1.02	عالٍ
3	يحدّث تصميم العبوات دورياً	4.00	0.85	عالٍ
4	تستخدم الألوان متناسبة مع الرؤية البصرية للشركة	4.32	1.02	عالٍ جداً
5	تستخدم الأشكال متناسبة مع الرؤية البصرية للشركة	3.77	0.90	عالٍ
	جودة التصميم	4.04	0.87	عالٍ
1	تواكب صناعة المشروبات الغازية التغيرات الزمنية	4.03	0.92	عالٍ
2	تستخدم المواد الأولية المطابقة للمواصفات	4.21	1.01	عالٍ جداً
3	تُصنع المشروبات الغازية وفق المعايير العالمية	4.29	1.05	عالٍ جداً
4	تتطابق مكونات المشروبات الغازية مع الشروط الصحية	3.76	0.89	عالٍ
5	تصنع المشروبات الغازية بنفس المواصفات (طعم، لون، مكونات) دائماً	4.20	1.00	عالٍ
	جودة المطابقة	4.10	0.93	عالٍ



1	يتناسب السعر مع ما يتوقعه الزبائن	4.23	1.03	عالٍ جداً
2	يشجع السعر الزبائن على الشراء	4.22	1.03	عالٍ جداً
3	يوفر السعر هامش ربح مناسب للشركة	4.09	0.99	عالٍ
4	يغطي السعر كلفة الحملات الإعلانية الإضافية	4.18	0.99	عالٍ
5	يوفر السعر قدرة تنافسية مقارنة مع المنتجات المنافسة	4.02	0.97	عالٍ
	ملاءمة السعر	4.15	0.98	عالٍ
1	تصنع العبوات بأشكال جاذبة للزبائن	3.98	0.96	عالٍ
2	تستخدم الألوان الجاذبة للزبائن	4.09	1.02	عالٍ
3	تحتوي الرسوميات على العبوات موضوعات يحبها الزبائن	4.12	0.99	عالٍ
4	تتناسب ألوان وأشكال الأغذية مع ألوان وأشكال العبوات	4.01	1.03	عالٍ
5	تستخدم الخطوط الجميلة وسهلة القراءة على العبوات	4.04	0.98	عالٍ
	الشكل الفني و الجمالي	4.05	0.98	عالٍ