



عمادة البحث العلمي
DEANSHIP OF SCIENTIFIC RESEARCH

مجلة إدارة الجودة الشاملة

Journal homepage:

<http://journals.sustech.edu/>



دور تطبيق إدارة الجودة الشاملة وفاعلية المراجعة الإستراتيجية في أداء صناعة الدواجن في السودان
(دراسة حالة : لشركات الدواجن الكبرى في السودان)

**Principles of Total Quality Management and Implementation of The Role Strategic Review on the Performance of Poultry Industry in Sudan.
An Analytical Study: major companies of Poultry in Sudan**

أشرف حسن إدريس بريمة

محمد عبد السلام عبد الله

طارق مصطفى محمد ادريس

المستخلص:

هدفت الدراسة للتعرف علي دور تطبيق إدارة الجودة الشاملة وفاعلية المراجعة الإستراتيجية في أداء صناعة الدواجن في السودان، وتمثلت مشكلة الدراسة في البحث عن أسلوب غير تقليدي في الإدارة تستطيع من خلاله الشركات المحافظه علي مكانتها في الاسواق من خلال مفهوم إرضاء العملاء، إتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من مدرء الإدارات ورؤساء الاقسام ومساعدتهم والعاملين بالشركات موضع الدراسة بولاية الخرطوم لتكون نموذجا لبقية الشركات التي تعمل في المجال وتم إختيار الشركات بناء علي حجم الانتاج ونوعه وجودته ، والشركات التي تم إختيارها هي (شركة ميكو، شركة النيل، الشركة العربية)، إستخدمت الدراسة أداة الإستبيان لجمع البيانات لعدد 200 فردا عشوائيا من مديري الشركات ومدرء الانتاج ورؤساء الاقسام بهذه الشركات ثم تحليلها عن طريق برنامج الإحصائي للحلول والخدمات، وتمثلت الفرضية الرئيسيةتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وفاعلية المراجعة الإستراتيجية وتحسين مستوى أداء صناعة الدواجن، وتوصلت الدراسة إلي نتائج أهمها، توجد علاقة إيجابية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وفاعلية المراجعة الإستراتيجية وتحسين مستوى صناعة الدواجن، وأهم التوصيات للدراسة هي تدريب العاملين تدريباً علمياً وفق إحتياجاتهم

الكلمات المفتاحية : إدارة الجودة الشاملة، المراجعة الإستراتيجية

Abstract

The study aimed to identifying the role of Implementation Principles of Total Quality Management and Strategic Review on the Performance of Poultry Industry in Sudan . The problem of study was to search for a modern method of management that positively contributes to achieving the aspirations and expectations of the audience of beneficiaries and their needs and satisfaction with the service , potential and setting controls .The study adopted the descriptive analytical method .The population of study among the employees of major companies of Poultry in Sudan The study was applied on three companies markets in Khartoum State as example for poultry industries (Miko ,Alnil. AL Arabia). The companies were selected based on the size, type and quality of production.

The study used a questionnaire as research tool 200 employee were randomly selected from general manager , production manager and department heads of selected companies collected data subjected to analyzed by using the Statistic product for solutions and services. The main hypothesis of study is; there is a statistically significant relationship

between Principles of Total Quality Management and Strategic Review on the Performance of Poultry Industry in Sudan. The most important finding of the study is there is strong Authority a statistically significant relationship between Principles of Total Quality Management and Strategic Review on the Performance of Poultry Industry in Sudan.

The study recommended to training employees scientifically according to their training needs.

Key words: Total Quality Management, Strategic Review, Performance of Poultry Industry

المقدمة:

إتحت كثير من المنظمات والشركات الإقتصادية إلي تبني فلسفة منهج وفكر إدارة الجودة الشاملة نتيجة التطور المتسارع في الأداء للمجتمعات الإنسانية لتواكب تطورات العملاء ولتحسين الأداء بكفاءة وفعالية. ومن هذه السبل المراجعة الإستراتيجية أحد الأدوات الهامة في التخطيط الاستراتيجي لتطوير جميع نواحي الأداء، لإهتمامها وتركيزها علي تحقيق رضا العميل وتوفير إحتياجاته، فتساهم المراجعة الإستراتيجية في تحقيق اهداف المؤسسة وزيادة فعاليتها للتغلب علي المخاطر، حيث باتت ممارسة المنظمات العامة والخاصة لنظام إدارة الجودة الشاملة بشكل جاد ضرورة ملحة وحتمية إن أرادت زيادة قدراتها التنافسية وتطوير أداءها ، ، وتعتبر المراجعة الإستراتيجية أحد الفروع الأساسية للإدارة الإستراتيجية وتستخدم كوسيلة تشخيصية لتحديد المجالات التي تتطوي على مشاكل محيطة بشركات الدواجن.

مشكلة الدراسة :

مشكلة الدراسة تتمثل في أن مفهوم الجودة في المراجعة الإستراتيجية لم يتم تطبيقه بفعالية حتى يتمكن القائمون على المراجعة الإستراتيجية من الإرتقاء بمستوى أدائهم لها ، وهو غير مطبق في القطاع العام وفي بعض منظمات القطاع الخاص في السودان من ضمنها قطاع الدواجن ، كما أن الأدوات المستخدمة في قياس وتقييم الأداء تقتصر على الأدوات التقليدية التي تقيم الجانب المالي وتهمل جوانب تعتبر هامة في أداء المنظمات كتقييم رضا الزبون وقياس جودة العمليات في شركات الدواجن . وتتمثل أسئلة البحث في :

- 1/ هل يتم تطبيق إدارة الجودة الشاملة في عملية المراجعة الإستراتيجية .
- 2/ هل يوجد هنالك أساليب وآليات مستخدمة في المراجعة الإستراتيجية .
- 3/ ما هو مدى الإستفادة من تطبيق نظام الجودة الشاملة في تحسين أداء عملية المراجعة الإستراتيجية في قطاع صناعة الدواجن في السودان.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من العناصر التالية :

1. التعرف علي إدارة الجودة الشاملة والمراجعة الإستراتيجية ومفاهيمها ومراحل تطورها ودورها في تحسين الأداء الإستراتيجي للشركات عموماً وفي إدارة شركات الدواجن بالخاص
2. تساعد الدراسة على سد فجوة علمية بتناولها لأحد الموضوعات الهامة في مجال الإدارة الإستراتيجية ، كما أنها تمثل مرجعية أساسية للباحثين والمهتمين بالعلوم الإدارية الحديثة وإثراء المكتبة السودانية .
3. التعرف علي مدى أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء عملية المراجعة الإستراتيجية في قطاع صناعة الدواجن في السودان .
4. التعرف علي العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والمراجعة الإستراتيجية وتحقيق رضا العملاء

أهداف الدراسة:

1. التعرف علي دور تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحسين مستوى أداء صناعة الدواجن في السودان .
2. التعرف علي العلاقة بين زيادة كفاءة وفعالية أداء شركات الدواجن في السودان بإستخدام إدارة الجودة الشاملة
3. التعرف علي العلاقة بين كفاءة وفعالية أداء شركات الدوجن في السودان وإسلوب المراجعة الإستراتيجية المستخدمة بالشركة.
4. التعرف علي العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وزيادة فعالية السياسات التسويقية لمنتجات الدواجن .

فرضيات الدراسة :

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحسين مستوى أداء صناعة الدواجن .
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين زيادة كفاءة وفعالية أداء شركات الدواجن بإستخدام إدارة الجودة الشاملة .
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة وفعالية أداء شركات الدواجن وإسلوب المراجعة الإستراتيجية المستخدمة بالشركة.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وزيادة فعالية السياسات التسويقية لمنتجات الدواجن .

الإطار النظري :**المفاهيم الأساسية حول إدارة الجودة الشاملة ومبادئها :**

الكلمات الثلاث المكونة لهذا المفهوم تشمل الإدارة وتعني تطوير القدرات التنظيمية والقيادات الإداريه بحيث تصبح قادرة علي التحسين المستمر لغرض المحافظه علي المستوي العالي من جودة الأداء، الجودة وتعني قدره علي توفير رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته وتحقيق رضاه التام للسلعه أو الخدمه المقدمه إليه، الشاملة المقصود بها عناصر العمل كلها بالمنظمة والعمل علي بذل كل جهد جماعي وفردى في سبيل تحقيق تلك الغايات. (يوسف حجيم الطائي، 2009م، ص 194)، فلسفة وخطوط عريضة ومبادئ تدل وترشد إستخدام الموارد المتاحة وكذلك الخدمات المنظمة لتحقيق التطور المستمر وهي أساليب كمية بالإضافة إلي الموارد البشرية التي تحسن إستخدام الموارد المتاحة وكذلك الخدمات بحيث كافة العمليات داخل المنظمة تسعى لتحقيق إشباع حاجات المستهلكين الحاليين والمرتقبين (عبد الستار محمد علي (2000م)، ص 298)، وتعرف المنظمة العالمية للتقييس كل العمليات الإنتاجية بدءاً من المورد وإنته بالزبون (محفوظ احمد جودة، 2009، ص 25)، عرفت بأنها التركيز القوي والثابت علي إحتياجات العميل ورضاه وذلك بالتطوير المستمر لنتائج العمليات النهائية لتقابل متطلبات العميل (خالد بن سعد، 1997، ص 69)، عملية متكاملة تشمل جميع الأنشطة والوظائف والانظمة في شكل سلسلة مترابطة يؤدي أي خلل فيها أو أي ضعف في الأنشطة والوظائف أو في أي حلقة من حلقاتها إلي التأثير علي الجودة الكلية (محمد احمد الطراونة، 2002م، ص 36)، عرفتھا الجمعية الأمريكية للجودة بأنها هي الهيئة والخصائص الكلية للمنت (سلعة أو خدمة) والتي تعكس وتظهر قدرة هذا المنتج علي إشباع حاجات صريحة وأخرى ضمنية، أما جودة الخدمة فإنها تلك الدرجة من الرضا التي يمكن أن تحققھا الخدمة للمستفيدين والزبائن عن طريق إشباع وتلبية حاجاتهم ومتطلباتهم (سليمان زيدان، 2010م، ص 92).

مبادئ إدارة الجودة الشاملة :

المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة ذات أهمية كبيرة لأنها تشير إلى الحقائق الأساسية التي ينبغي أن يركز عليها وهذه المبادئ هي (التركيز علي العميل، التحسين المستمر، مشاركة العاملين) (خضير كاظم حمودة، 2007، ص99) وكذلك (التركيز علي جودة العمليات والنتائج، الوقاية من الأخطاء قبل وقوعها، تعبئة خبرات القوي البشرية، التغذية العكسية، التزام الإدارة العليا) (احمد السروي، 2013م، ص 91).

مفهوم المراجعة الإستراتيجية والإطار العام للمراجعة الإستراتيجية:
مفهوم المراجعة الإستراتيجية:

عرفت المراجعة الإستراتيجية من قبل الجمعية الأمريكية للحسابات بأنها العملية الموضوعية للمنظمة في الحصول علي تقديم الأدلة المرتبطة بالتأكدات المتعلقة بإجراءات إقتصادية ووقائع معينة لتأكد درجة التوافق بين هذه العمليات للمعنيين بالأمر (رحاب عبد الوهاب عبدالكريم، 2003م، ص 89)، عرفت بأنها ما هي إلا نوع من المراجعة الإدارية المفيدة كأداة تشخيصية في تعيين مناطق المشاكل علي مستوي المنظمة وإلقاء الضؤ علي مصادر القوة والضعف بها (علي عبد الكريم الحاكم، 2006م، ص238)، ويرى توني قروندي المراجعة الإستراتيجية علي أنها أسلوب منهجي منظم وشامل للعمليات الإستراتيجية وإستراتيجية المنظمات لتحديد مواطن الضعف والقوة المؤثرة بمنظمات الأعمال وتحديد أسباب فشل المنظمة وعدم وصول الأرباح والأداء إلي المستويات المتوقعة منها والبحث عن مجالات جديده والتي يمكن أن تكون السبب في إضافة قيمة ملموسة لها (Ton Grundy,2007,P33)

الإطار العام للمراجعة الإستراتيجية :

يتمثل الإطار العام لعملية المراجعة الإستراتيجية في (تقييم نتائج أداء المنظمة الحالي، مراجعة حوكمة المنظمة، فحص وتقييم البيئة الخارجية، فحص وتقييم البيئة الداخلية، تحليل العوامل الإستراتيجية، توليد وتقييم البدائل الإستراتيجية، تطبيق الإستراتيجية المختارة، التقييم والرقابة) (احمد شوقي سليمان، موقع إلكتروني).

منهج وإجراءات الدراسة :

إنطلاقاً من طبيعة البحث والمعلومات المراد الحصول عليها للتعرف علي دور تطبيق إدارة الجودة الشاملة وفعالية المراجعة الإستراتيجية في أداء صناعة الدواجن في السودان إعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد علي دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كميياً وكميياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار أو حجمها ودرجة إرتباطها مع الظواهر الأخرى بالإضافة إلي ذلك فإن إستخدام المنهج الوصفي التحليلي يتلاءم وطبيعة المشكلة موضوع الدراسة والتي تلقي الضؤ علي جوانبها المختلفة عن طريق السرد والتحليل المركز، والفهم العميق لظروفها، ولجمع المعلومات التي تزيد من توضيح أبعادها المختلفة
مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة , وبناء على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من

الموظفين والبالغ عددهم حوالي (200) موظف بشركات صناعة الدواجن في السودان (ميكو، النيل، والشركة العربية) بولاية الخرطوم، والعملاء والموردين، وهو مجتمع غير محدد يعتمد علي حجم التداول المتوسط عينة الدراسة:

ونظراً لتعذر استخدام أسلوب الحصر الشامل في جمع البيانات لإعتبارات الوقت والجهد والتكلفة فقد تم الإعتماد على أسلوب العينات وذلك باستخدام معادلة ريتشارد، وتطبيق المعادلة السابقة فأن حجم العينة المناسب لمجتمع الدراسة 90 فرد تم إختيارها من مجتمع الدراسة الموضح في الفقرة السابقة عن طريق العينة العشوائية وهي إحدى العينات الإحتمالية والتي يختارها الباحث من مجتمع الدراسة بطريقة تتيج فرص متساوية في الإختيار لجميع مفردات المجتمع موضوع الدراسة وتم إسترجاع عدد 77 إستمارة بنسبة إسترجاع بلغت 85.6% ويعتبر معدل الإستجابة من المعدلات العالية باعتباره يفوق الحدود المتعارف عليها 75% ولعل الإرتفاع النسبي للردود يمكن إرجاعه إلى المتابعة المستمرة من جانب الباحث .

أداة الدراسة:

تتمثل أداة جمع البيانات التي إعتمدت عليها الدراسة في الحصول على البيانات الأولية اللازمة للدراسة الحالية في قائمة إستقصاء تم إعدادها وتطويرها بناء على الإستعانة بالمقاييس التي وضعها الباحثون وإتبع الباحث الخطوات بعد الاطلاع علي الادبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والإستفادة منها في بناء الإستبانة وصياغة فقراتها

القسم الأول : تناولت السمات الشخصية لأفراد عينة الدراسة .

القسم الثاني: شمل بيانات الدراسة الأساسية وهي المحاور والتي من خلالها يتم التعرف على متغيرات الدراسة ويشتمل هذا القسم على محورين محاور وعدد (20) عبارة

مقياس أداء الدراسة :

والذي يتراوح من لا أوافق بشدة (Likart Scale) يتم قياس درجة الإستجابات حسب مقياس ليكرت الخماسي بشدة إلى (أوافق بشدة، كما هو موضح في جدول رقم (1) جدول رقم (1) مقياس درجة الموافقة :

درجة الموافقة	الوزن النسبي	النسبة المئوية	الدلالة الإحصائية
أوافق بشدة	5	أكبر من 80%	درجة موافقة مرتفعه جدا"
أوافق	4	70-80%	درجة موافقة مرتفعه
محايد	3	50-69%	درجة موافقة متوسطة
لا أوافق	2	20-49%	درجة موافقة منخفضة
لا أوافق بشدة	1	أقل من 20%	درجة موافقة منخفضة جدا

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2019م

وعليه فأن الوسط الفرضي للدراسة هي مجموع الدرجة الكلية للمقياس هو مجموع الأوزان على عددها $(1+2+3+4+5)/5 = 3$. وهو يمثل الوسط الفرضي للدراسة، وعليه كلما زاد متوسط العبارة

عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على موافقة أفراد العينة على العبارة , أما إذا انخفض متوسط العبارة عن الوسط الفرضي (3) دل ذلك على عدم موافقة أفراد العينة على العبارة.
صدق أداة الدراسة:

بشكل عام يمثل صدق قائمة الإستقصاء إحدى الركائز الأساسية التي يقوم عليها تصميم أداة جمع البيانات وذلك لمواجهة عقبات قياس متغيرات الدراسة, ويقصد بصدق المقياس تحديد إلى أى درجة يقيس المقياس الغرض المصمم من أجله, وللتحقق من صدق المقياس فقد إعتد الباحث على الصدق الظاهري وفي هذا الصدد قام الباحث بعرض مسودة أداة القياس على مجموعة من المحكمين والخبراء المختصين, وقد طلب من المحكمين إبداء آرائهم حول أداة الدراسة ومدى صلاحية الفقرات وشموليتها وتنوع محتواها وتقييم مستوى الصياغة اللغوية أو أي ملاحظات يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف وبعد أن تم إسترجاع الإستبيان من جميع الخبراء تم تحليل إستجاباتهم والأخذ بملاحظاتهم وإجراء التعديلات التي إقتُرحت عليه, مثل تعديل محتوى بعض الفقرات, تعديل بعض الفقرات لتصبح أكثر ملائمة, وحذف بعض الفقرات وتصحيح أخطاء الصياغة اللغوية وبذلك أصبحت الأداة صالحة لقياس ما وضعت له, وبذلك تمّ تصميم الإستبانة في صورتها النهائية.

يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه , أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساو لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة) وبالتالي فهو يؤدي إلى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها إعادة القياس. وكلما زادت درجة الثبات وإستقرار الأداة كلما زادت الثقة فيه, وهناك عدة طرق للتحقق من ثبات المقياس وقد قام الدارس بحساب معامل ثبات الإختبار بكل من طريقة التجزئة النصفية , وطريقة التباين, وذلك كما يلي

(Alpha Cronbach): طريقة التباين بإستخدام معادلة ألفا كرونباخ

تم وقد تم إستخدام معامل إلفا كرونباخ في هذه الدراسة, والذي يأخذ قيمةً تتراوح بين الصفر والواحد صحيح, فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساويةً للصفر, وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل إلفا كرونباخ تعني زيادة مصداقية البيانات من خلال نتائج العينة على مجتمع الدراسة.

كما أن انخفاض القيمة عن (0.60) دليل على انخفاض الثبات الداخلي. وتعتمد معادلة ألفا كرونباخ على تباينات أسئلة الاختبار, وتشرط أن تقيس بنود الإختبار سمة واحدة فقط, ولذلك قام الباحث بحساب معامل الثبات لكل محور على إنفراد, ثم قام بحساب معامل ثبات المقياس ككل, وبالرغم من أن الباحث إستخدم البرنامج الإحصائي للعلوم الإجتماعية لحساب معاملات الثبات, وذلك من خلال معادلات ألفا كرونباخ . والجدول التالي يوضح قيم معاملات ألفا كرونباخ لجميع محاور الدراسة :

جدول رقم (2) يوضح صدق وثبات الإستبانة:

الرقم	المحاور	الثبات	الصدق
1	نظام المراجعة الإستراتيجية المستخدم وأثره علي تحسين أداء شركات الدواجن	0.96	0.98
2	السياسات التسويقية لمنتجات الشركة	0.92	0.96
	الإستبيان	0.97	0.99

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية 2019

من الجدول (2) نتائج اختبار الصدق لجميع محاور الدراسة اكبر من (80%) وتعنى هذه القيم توافر درجة عالية من الثبات لجميع محاور الدراسة حيث بلغت قيمة الفأ كرنباخ للمقياس الكلى لمحاور الدراسة (0.97) وهو ثبات وصدق مرتفع جدا ومن ثم يمكن القول بان المقاييس التي إعتمدت عليها الدراسة لقياس)

م	العبارة	درجة التحقق			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق لأوافق بشدة
1	توجد معايير محددة وواضحة لمراجعة وقياس مستوي أداء الأنشطة المختلفة بالشركة	28 37.3	31 41.3	8 10.7	3 4.0
2	تعمل المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي الحث علي الإلتزام بالسياسات الإدارية وإستراتيجية الشركة	21 27.6	31 40.8	15 19.7	4 5.3
3	نظام المراجعة الإستراتيجية المستخدم بالشركة يقوم بإظهار خطوات التخطيط الإستراتيجي	28 36.8	27 35.5	14 18.4	5 6.6
4	يوجد فريق للمراجعة الإستراتيجية من ذوي الخبرة العلمية والكفاءة بالشركة يقوم بفحص وتحليل ودراسة الخطة الاستراتيجية للشركة	24 31.6	29 38.2	13 17.1	5 6.6
5	يعمل نظام المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي إظهار نقاط القوة والضعف في أداء الأنشطة لمعرفة مدي صلاحية السياسات الإدارية	28 37.3	27 36.0	9 12.0	6 8.0
6	يقوم المراجعون الاستراتيجيون بمقارنة النتائج الفعلية للأداء بما هو مخطط له مسبقاً	21 28.0	28 37.3	11 14.7	11 14.7
7	تبنى قرارات إدارة الشركة علي ضوء المعلومات التي تنتج عن تقارير المراجعة الإستراتيجية	22 29.3	23 30.7	16 21.3	9 12.0
8	يتضمن تقرير المراجعة الإستراتيجية مقترحات تساعد في القيام بالإجراءات التصحيحية اللازمة	21 27.6	34 44.7	15 19.7	2 2.6
9	نتائج عملية المراجعة الإستراتيجية تؤدي الي تقليل التكاليف المادية وتقليل الطاقة المستغلة لعمل الشركة	23 30.3	28 36.8	12 15.8	8 10.5
10	تفعيل دور المراجعة الاستراتيجية يساعد في تحقيق رسالة الشركة للمجتمع	28 36.8	32 42.1	10 13.2	3 3.9

محاور الدراسة) تتمتع بالثبات الداخلي لعباراتها مما يمكننا من الإعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها .

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

عالجت الدراسة البيانات المتحصل عليها من الدراسة الميدانية إحصائياً باستخدام البرنامج الإحصائية)، حيث قام الباحث بترميز متغيرات الدراسة بطريقة واضحة، حتى لا يحدث خلط في دلالة الرموز المعطاة، وقام الباحث بتسجيل كل متغير والرمز الذي أعطى له في قائمة، لكي يتم الرجوع إليها عند الحاجة، إدخال بيانات إستمارات الإستبانة المصححة مسبقاً إلى الحاسب الآلي، وذلك بعد ترقيمها حتى يمكن الرجوع إليها للتأكد من بياناتها عند الحاجة لذلك، ولتحليل البيانات تم استخدام الأدوات الإحصائية الثبات لاسئلة الإستبانة وذلك بإستخدام كل من إختبار الصدق الظاهري ومعامل الفا كورنباخ، وتم إستخدامة لقياس الإتساق الداخلي لعبارات الدراسة للتحقق من صدق الأداء، إستخدام أساليب الإحصاء الوصفي، تحليل الإنحدار.

تحليل النتائج وأختبار الفرضيات:

يشتمل هذه الجزء من الدراسة تحليل لمحاور الدراسة الأساسية من خلال إتباع الخطوات التالية :

1/ التوزيع التكراري لإجابات الذين تم استبيانهم على عبارات الدراسة وذلك من خلال تلخيص البيانات في جداول والتي توضح قيم كل متغير لتوضيح أهم المميزات الأساسية للعينة في شكل أرقام ونسب مئوية لعبارات الدراسة .

2/ التحليل الاحصائي لعبارات محاور الدراسة حيث يتم حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري ويتم مقارنة الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة وقيمه 3 والذي تم تقديره (مجموع درجات أوزان المقياس) (أوافق بشدة , أوافق , محايد , لأوافق , لا أوافق بشدة) على مكونات المقياس $(1+2+3+4+5)/3=3$. حيث تتحقق الموافقة على الفقرات إذا كان الوسط الحسابي للعبارة أكبر من الوسط الفرضي (3) . وتتحقق عدم الموافقة إذا كان الوسط الحسابي أقل من الوسط الفرضي.

عرض وتحليل بيانات الدراسة:

جدول رقم (5) يوضح التوزيع التكراري لمحور نظام المراجعة الاستراتيجية وأثره علي تحسين أداء شركات الدواجن :

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية 2019م.

يتبين من الجدول رقم (5) ان التوزيع التكراري والنسبي لأجابات أفراد عينة الدراسة فيما يخص المحور اعلاه مالي:

توجد معايير محددة وواضحة لمراجعة وقياس مستوي أداء الانشطة المختلفة بالشركة تبين ان (28) فرداً وبنسبة (37.3%) اجابوا أوافق بشدة، بينما (31) فرداً وبنسبة (41.3%) اجابوا أوافق و(8) فرداً وبنسبة (10.7%) اجابوا محايد و(3) فرداً وبنسبة (4.0%) اجابوا لا أوافق و(5) فرداً وبنسبة (6.7%) اجابوا لا أوافق بشدة. تعمل المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي الحث علي الإلتزام بالسياسات الإدارية وإستراتيجية الشركة تبين ان (21) فرداً وبنسبة (27.6%) اجابوا أوافق بشدة، بينما (31) فرداً وبنسبة (40.8%) اجابوا أوافق و(15) فرداً وبنسبة (19.7%) اجابوا محايد و(4) فرداً وبنسبة (5.3%) اجابوا لا أوافق و(5) فرداً وبنسبة (6.6%) اجابوا لا أوافق بشدة.

نظام المراجعة الإستراتيجية المستخدم بالشركة يقوم بإظهار خطوات التخطيط الإستراتيجي تبين ان (28) فرداً وبنسبة (36.8%) اجابوا أوافق بشدة، بينما (27) فرداً وبنسبة (35.5%) اجابوا أوافق و(14) فرداً وبنسبة (18.4%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (6.6%) اجابوا لا أوافق و(2) فرداً وبنسبة (2.6%) اجابوا لا أوافق بشدة.

يوجد فريق للمراجعة الإستراتيجية من ذوي الخبرة العلمية والكفاءة بالشركة يقوم بفحص وتحليل وادارة الخطة الاستراتيجية للشركة تبين ان (24) فرداً وبنسبة (31.6%) اجابوا وافق بشدة، بينما (29) فرداً وبنسبة (38.2%) اجابوا وافق و(13) فرداً وبنسبة (17.1%) اجابوا محايد و(5) فرداً وبنسبة (6.6%) اجابوا لا وافق و(5) فرداً وبنسبة (6.6%) اجابوا لا وافق بشدة.

يعمل نظام المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي إظهار نقاط القوة والضعف في أداء الأنشطة لمعرفة مدى صلاحية السياسات الإدارية تبين ان (28) فرداً وبنسبة (37.3%) اجابوا وافق بشدة، بينما (27) فرداً وبنسبة (36.0%) اجابوا وافق و(9) فرداً وبنسبة (12.0%) اجابوا محايد و(6) فرداً وبنسبة (8.0%) اجابوا لا وافق و(5) فرداً وبنسبة (6.7%) اجابوا لا وافق بشدة.

يقوم المراجعون الاستراتيجيون بمقارنة النتائج الفعلية للأداء بما هو مخطط له مسبقاً تبين ان (21) فرداً وبنسبة (28.0%) اجابوا وافق بشدة، بينما (28) فرداً وبنسبة (37.3%) اجابوا وافق و(11) فرداً وبنسبة (14.7%) اجابوا محايد و(11) فرداً وبنسبة (14.7%) اجابوا لا وافق و(4) فرداً وبنسبة (5.3%) اجابوا لا وافق بشدة.

تبنى قرارات إدارة الشركة علي ضوء المعلومات التي تنتج عن تقارير المراجعة الإستراتيجية تبين ان (22) فرداً وبنسبة (29.3%) اجابوا وافق بشدة، بينما (23) فرداً وبنسبة (30.7%) اجابوا وافق و(16) فرداً وبنسبة (12.3%) اجابوا محايد و(9) فرداً وبنسبة (12.0%) اجابوا لا وافق و(5) فرداً وبنسبة (6.7%) اجابوا لا وافق بشدة.

يتضمن تقرير المراجعة الإستراتيجية مقترحات تساعد في القيام بالإجراءات التصحيحية اللازمة تبين ان (21) فرداً وبنسبة (27.6%) اجابوا وافق بشدة، بينما (34) فرداً وبنسبة (44.7%) اجابوا وافق و(15) فرداً وبنسبة (19.7%) اجابوا محايد و(2) فرداً وبنسبة (2.6%) اجابوا لا وافق و(4) فرداً وبنسبة (5.3%) اجابوا لا وافق بشدة.

نتائج عملية المراجعة الإستراتيجية تؤدي الي تقليل التكاليف المادية وتقليل الطاقة المستغلة لعمل الشركة تبين ان (23) فرداً وبنسبة (30.3%) اجابوا وافق بشدة، بينما (28) فرداً وبنسبة (36.8%) اجابوا وافق و(12) فرداً وبنسبة (15.8%) اجابوا محايد و(8) فرداً وبنسبة (10.5%) اجابوا لا وافق و(5) فرداً وبنسبة (6.6%) اجابوا لا وافق بشدة.

تفعيل دور المراجعة الاستراتيجية يساعد في تحقيق رسالة الشركة للمجتمع تبين ان (28) فرداً وبنسبة (36.8%) اجابوا وافق بشدة، بينما (32) فرداً وبنسبة (42.1%) اجابوا وافق و(10) فرداً وبنسبة (13.2%) اجابوا محايد و(3) فرداً وبنسبة (3.9%) اجابوا لا وافق و(3) فرداً وبنسبة (3.9%) اجابوا لا وافق بشدة.

مما سبق يتضح أن غالبية أفراد العينة يوافقون بشدة ويوافقون علي عبارات المحور التي تقيس نظام المراجعة المستخدم واثرة علي تحسين أداء شركات الدواجن .

الجدول رقم (6) يوضح المقاييس الاحصائية لمحورنظام المراجعة الإستراتيجية المستخدم وأثره علي تحسين أداء شركات الدواجن.

م	العبارة	درجة التحقق		
		مربع كاي	درجات الحرية	القيمة المعنوية
درجة القياس	الوسيط	القيمة المعنوية	درجات الحرية	مربع كاي
1	توجد معايير محددة وواضحة لمراجعة وقياس مستوي أداء الانشطة المختلفة بالشركة	4.00	0.000	47.867
2	تعمل المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي الحث علي الإلتزام بالسياسات الإدارية وإستراتيجية الشركة	4.00	0.000	33.737
3	نظام المراجعة الإستراتيجية المستخدم بالشركة يقوم بإظهار خطوات التخطيط الإستراتيجي.	4.00	0.000	38.342
4	يوجد فريق للمراجعة الإستراتيجية من ذوي الخبرة العلمية والكفاءة بالشركة يقوم بفحص وتحليل ودارسة الخطة الاستراتيجية للشركة	4.00	0.000	31.632
5	يعمل نظام المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي إظهار نقاط القوة والضعف في أداء الأنشطة لمعرفة مدي صلاحية السياسات الإدارية	4.00	0.000	35.333
6	يقوم المراجعون الاستراتيجيون بمقارنة النتائج الفعلية للأداء بما هو مخطط له مسبقاً	4.00	0.000	23.867
7	تبنى قرارات إدارة الشركة علي ضوء المعلومات التي تنتج عن تقارير المراجعة الإستراتيجية	4.00	0.002	16.667
8	يتضمن تقرير المراجعة الإستراتيجية مقترحات تساعد في القيام بالإجراءات التصحيحية اللازمة	4.00	0.000	45.184
9	نتائج عملية المراجعة الإستراتيجية تؤدي الي تقليل التكاليف المادية وتقليل الطاقة المستغلة لعمل الشركة	4.00	0.000	25.711
10	تفعيل دور المراجعة الاستراتيجية يساعد في تحقيق رسالة الشركة للمجتمع	4.00	0.000	50.711

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الدراسة الميدانية 2019م.

الجدول رقم (6) أعلاه يوضح نتيجة اختبار مربع كأي بالنسبة للعبارة:

توجد معايير محددة وواضحة لمراجعة وقياس مستوي أداء الانشطة المختلفة بالشركة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (47.867) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

تعمل المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي الحث علي الإلتزام بالسياسات الإدارية وإستراتيجية الشركة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (33.737) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

نظام المراجعة الإستراتيجية المستخدم بالشركة يقوم بإظهار خطوات التخطيط الإستراتيجي حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (38.342) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

يوجد فريق للمراجعة الإستراتيجية من ذوي الخبرة العلمية والكفاءة بالشركة يقوم بفحص وتحليل ودارسة الخطة الاستراتيجية للشركة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (31.632) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

يعمل نظام المراجعة الإستراتيجية بالشركة علي إظهار نقاط القوة والضعف في أداء الأنشطة لمعرفة مدي صلاحية السياسات الإدارية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (35.333) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

يقوم المراجعون الاستراتيجيون بمقارنة النتائج الفعلية للأداء بما هو مخطط له مسبقاً حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (23.867) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

تبنى قرارات إدارة الشركة علي ضوء المعلومات التي تنتج عن تقارير المراجعة الإستراتيجية حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (16.667) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

يتضمن تقرير المراجعة الإستراتيجية مقترحات تساعد في القيام بالإجراءات التصحيحية اللازمة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (45.184) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

نتائج عملية المراجعة الإستراتيجية تؤدي الي تقليل التكاليف المادية وتقليل الطاقة المستغلة لعمل الشركة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (25.711) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

تفعيل دور المراجعة الاستراتيجية يساعد في تحقيق رسالة الشركة للمجتمع حيث بلغت قيمة اختبار مربع كاي (50.711) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

إختبار فروض الدراسة :

جدول رقم (8) يوضح نتيجة اختبار الفرض: توجد علاقة بين كفاءة وفعالية اداء شركات الدواجن واسلوب المراجعة الاستراتيجية المستخدم بالشركة

الحجم	معامل الارتباط	مربع كاي	درجات الحرية	القيمة المعنوية	الدلالة الاحصائية	الوسيط	درجة القياس
77	0.76	112.83	16	0.00	دالة احصائياً	4.0	أوافق

المصدر اعداد الباحث من نتائج الدراسة الميدانية 2019م.

يتبين من الجدول رقم (8) ان قيمة اختبار مربع كاي (112.83) بقيمة معنوية (0.000) وهي اقل من القيمة الاحتمالية (0.05) ومعامل ارتباط (0.76) هذا يعني انه توجد علاقة بين كفاءة وفعالية اداء شركات الدواجن واسلوب المراجعة الاتراتيجية المستخدم بالشركة لصالح الذين اجابوا وافق.

جدول رقم (13) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمحور السياسات التسويقية لمنتجات الشركة

م	العبارة	درجة التحقق			بشدة
		أوافق	لا اري	لا اوافق	
1	تحرص الشركة علي توفير منتجاتها بأحجام وأوزان مختلفة مع جودة التعبئة بناء علي دراسة رغبات المشترين	36	28	5	4
2	تأخذ الشركة بعين الإعتبار مسؤوليتها تجاه المجتمع والبيئة وذلك بإنتاج منتجات صحية والإستفادة من مخلفاتها	33	26	11	2
3	توجد للشركة سياسة متنوعة للأسعار تتلائم مع منتجات وقطاعات السوق المختلفة	27	22	15	9
4	تأخذ الشركة بعين الإعتبار ردود أفعال الوسطاء في حالة تحديد الاسعار لمنتجاتها لانهم ذوي أهمية في توزيع المنتجات والترويج لها	16	34	16	6
5	إن التخطيط المنتجات وتطويرها وفحصها وتقديمها للسوق تعتبر عملية تكاملية (غير متجزئة) لتحسين الجودة	24	29	10	8
6	تتخذ الشركة أنشطة مختلفة لترويج المبيعات مثل (المعارض- عينات للتذوق مجانية - هدايا تذكارية)	23	29	12	6
7	تعمل الشركة علي حث الزبون وتشجيعه نحو إتخاذ قرار الشراء بطرق ترويجية مختلفة	22	23	16	13
8	تعطي الشركة إهتماما كبيرا للترويج والإعلان بهدف بناء السمعة والمركز للمنتج والشركة	24	23	16	7
9	تعمل الشركة علي اىصال منتجاتها الي العملاء والزبائن في المكان والوقت المناسبين	31	26	9	7
10	تسعي الشركة لامتلاك شبكة توزيع واسعة ومتنوعة لمنتجاتها	25	30	13	5
		33.3	40.0	17.3	6.7

المصدر: إعداد الباحث من برنامج spss 25

يتبين من الجدول رقم (13) ان التوزيع التكراري والنسبي لأجابات أفراد عينة الدراسة فيما يخص المحور اعلاه مايلي:

تحرص الشركة علي توفير منتجاتها بأحجام وأوزان مختلفة مع جودة التعبئة بناء علي دراسة رغبات المشترين تتبين ان (36) فرداً وبنسبة (48.0%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (28) فرداً وبنسبة (37.3%) اجابوا اوافق و(5) فرداً وبنسبة (6.7%) اجابوا لا راي و(4) فرداً وبنسبة (5.3%) اجابوا لا اوافق و(2) فرداً وبنسبة (2.7%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تأخذ الشركة بعين الاعتبار مسؤوليتها تجاه المجتمع والبيئة وذلك بإنتاج منتجات صحية والإستفادة من مخلفاتها تتبين ان (33) فرداً وبنسبة (44.0%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (26) فرداً وبنسبة (34.7%) اجابوا اوافق و(11) فرداً وبنسبة (14.7%) اجابوا لا راي و(2) فرداً وبنسبة (2.7%) اجابوا لا اوافق و(3) فرداً وبنسبة (4.0%) اجابوا لا اوافق بشدة.

توجد للشركة سياسة متنوعة للأسعار تتلائم مع منتجات وقطاعات السوق المختلفة تتبين ان (27) فرداً وبنسبة (36.0%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (22) فرداً وبنسبة (29.3%) اجابوا اوافق و(15) فرداً وبنسبة (20.0%) اجابوا لا راي و(9) فرداً وبنسبة (12.0%) اجابوا لا اوافق و(2) فرداً وبنسبة (2.7%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تأخذ الشركة بعين الاعتبار ردود أفعال الوسطاء في حالة تحديد الاسعار لمنتجاتها لانهم ذوي أهمية في توزيع المنتجات والترويج لها تتبين ان (16) فرداً وبنسبة (21.3%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (34) فرداً وبنسبة (45.3%) اجابوا اوافق و(16) فرداً وبنسبة (21.3%) اجابوا لا راي و(6) فرداً وبنسبة (8.0%) اجابوا لا اوافق و(3) فرداً وبنسبة (4.0%) اجابوا لا اوافق بشدة.

إن التخطيط المنتجات وتطويرها وفحصها وتقديمها للسوق تعتبر عملية تكاملية (غير متجزئة) لتحسين الجودة تتبين ان (24) فرداً وبنسبة (32.0%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (29) فرداً وبنسبة (38.7%) اجابوا اوافق و(10) فرداً وبنسبة (13.3%) اجابوا لا راي و(8) فرداً وبنسبة (10.7%) اجابوا لا اوافق و(4) فرداً وبنسبة (5.3%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تتخذ الشركة أنشطة مختلفة لترويج المبيعات مثل (المعارض - عينات للتذوق مجانية - هدايا تذكارية) تتبين ان (23) فرداً وبنسبة (13.1%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (29) فرداً وبنسبة (39.2%) اجابوا اوافق و(12) فرداً وبنسبة (16.2%) اجابوا لا راي و(6) فرداً وبنسبة (8.1%) اجابوا لا اوافق و(4) فرداً وبنسبة (5.4%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تعمل الشركة علي حث الزبون وتشجيعه نحو إتخاذ قرار الشراء بطرق ترويجية مختلفة تتبين ان (22) فرداً وبنسبة (29.3%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (23) فرداً وبنسبة (30.7%) اجابوا اوافق و(16) فرداً وبنسبة (21.3%) اجابوا لا راي و(13) فرداً وبنسبة (17.3%) اجابوا لا اوافق و(1) فرداً وبنسبة (1.3%) اجابوا لا اوافق بشدة. تعطي الشركة إهتماما كبيرا للترويج والإعلان بهدف بناء السمعة والمركز للمنتج والشركة تتبين ان (24) فرداً وبنسبة (32.0%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (23) فرداً وبنسبة (30.7%) اجابوا اوافق و(16) فرداً وبنسبة (21.3%) اجابوا لا راي و(7) فرداً وبنسبة (9.3%) اجابوا لا اوافق و(5) فرداً وبنسبة (6.7%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تعمل الشركة علي ايصال منتجاتها الي العملاء والزبائن في المكان والوقت المناسبين تتبين ان (31) فرداً وبنسبة (41.3%) اجابوا اوافق بشدة، بينما (26) فرداً وبنسبة (34.7%) اجابوا اوافق و(9) فرداً وبنسبة (12.0%) اجابوا لا راي و(7) فرداً وبنسبة (9.3%) اجابوا لا اوافق و(2) فرداً وبنسبة (2.7%) اجابوا لا اوافق بشدة.

تسعي الشركة لامتلاك شبكة توزيع واسعة ومتنوعة لمنتجاتها تتبين ان (25) فرداً وبنسبة (33.3%) اجابوا
أوافق بشدة، بينما (30) فرداً وبنسبة (40.0%) اجابوا أوافق و(13) فرداً وبنسبة (17.3%) اجابوا لا راى
و(5) فرداً وبنسبة (6.7%) اجابوا لا أوافق و(2) فرداً وبنسبة (2.7%) اجابوا لا أوافق بشدة.
الجدول رقم (14) يوضح المقاييس الاحصائية لمحور السياسات التسويقية لمنتجات الشركة

م	العبارة	درجة التحقق	القيمة	الوسيط	درجة القياس
		مربع كاي	الحرية	القيمة المعنوية	القياس
1	تحرص الشركة علي توفير منتجاتها بأحجام وأوزان مختلفة مع جودة التعبئة بناء علي دراسة رغبات المشترين	66.667	4	0.000	أوافق
2	تأخذ الشركة بعين الإعتبار مسؤوليتها تجاه المجتمع والبيئة وذلك بإنتاج منتجات صحية والإستفادة من مخلفاتها.	51.600	4	0.000	أوافق
3	توجد للشركة سياسة متنوعة للأسعار تتلائم مع منتجات وقطاعات السوق المختلفة	26.533	4	0.000	أوافق
4	تأخذ الشركة بعين الإعتبار ردود أفعال الوسطاء في حالة تحديد الاسعار لمنتجاتها لانهم ذوي أهمية في توزيع المنتجات والترويج لها.	39.200	4	0.000	أوافق
5	إن التخطيط المنتجات وتطويرها وفحصها وتقديمها للسوق تعتبر عملية تكاملية (غير متجزئة) لتحسين الجودة	31.467	4	0.000	أوافق
6	تتخذ الشركة أنشطة مختلفة لترويج المبيعات مثل (المعارض - عينات للتذوق مجانية - هدايا تذكارية)	31.811	4	0.000	أوافق
7	تعمل الشركة علي حث الزبون وتشجيعه نحو إتخاذ قرار الشراء بطرق ترويجية مختلفة.	20.933	4	0.000	أوافق
8	تعطي الشركة إهتماما كبيرا للترويج والإعلان بهدف بناء السمعة والمركز للمنتج والشركة	20.667	4	0.000	أوافق
9	تعمل الشركة علي اىصال منتجاتها الي العملاء والزبائن في المكان والوقت المناسبين	43.067	4	0.000	أوافق
10	تسعي الشركة لامتلاك شبكة توزيع واسعة ومتنوعة لمنتجاتها	39.867	4	0.000	أوافق

المصدر: إعداد الباحث من برنامج spss 25

الجدول رقم (14) أعلاه يوضح نتيجة اختبار مربع كأي فبالنسبة للعبارة:

تحرص الشركة علي توفير منتجاتها بأحجام وأوزان مختلفة مع جودة التعبئة بناء علي دراسة رغبات المشترين حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (66.667) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.
تأخذ الشركة بعين الإعتبار مسؤوليتها تجاه المجتمع والبيئة وذلك بإنتاج منتجات صحية والإستفادة من مخلفاتها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (51.600) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا اوافق.

توجد للشركة سياسة متنوعة للأسعار تتلائم مع منتجات وقطاعات السوق المختلفة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (26.533) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

تأخذ الشركة بعين الاعتبار ردود أفعال الوسطاء في حالة تحديد الاسعار لمنتجاتها لانهم ذوي أهمية في توزيع المنتجات والترويج لها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (39.200) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

إن التخطيط المنتجات وتطويرها وفحصها وتقديمها للسوق تعتبر عملية تكاملية (غير متجزئة) لتحسين الجودة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (31.467) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

تتفد الشركة أنشطة مختلفة لترويج المبيعات مثل (المعارض - عينات للتذوق مجانية - هدايا تذكارية) حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (31.811) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

تعمل الشركة علي حث الزبون وتشجيعه نحو إتخاذ قرار الشراء بطرق ترويجية مختلفة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (20.933) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

تعطي الشركة إهتماما كبيرا للترويج والإعلان بهدف بناء السمعة والمركز للمنتج والشركة حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (20.667) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

تعمل الشركة علي اىصال منتجاتها الي العملاء والزبائن في المكان والوقت المناسبين حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (43.067) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

تسعي الشركة لإمتلاك شبكة توزيع واسعة ومتنوعة لمنتجاتها حيث بلغت قيمة اختبار مربع كأي (39.867) بقيمة احتمالية (0.000) وهي قيمة ذات دلالة معنوية بمعنى أنه توجد فروق ذات دلالة احصائية في آراء عينة الدراسة لصالح الذين اجابوا وافق.

الخلاصة:

1. توجد علاقة إيجابية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتحسين مستوي اداء صناعة الدواجن
2. هنالك علاقة إيجابية بين زيادة كفاءة وفعالية أداء شركات الدواجن وإتطبيق إدارة الجودة الشاملة
3. توجد علاقة إيجابية بين كفاءة وفعالية أداء شركات الدواجن وإسلوب المراجعة الإستراتيجية المستخدمة بالشركة
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وزيادة فعالية السياسات التسويقية لمنتجات الدواجن

التوصيات:

1. إنشاء ادارة للمراجعة الاستراتيجية بالشركات لمساعدة متخذي القرار الإستراتيجي بالشركات في تخطي الأزمات الطارئة التي قد يواجهونها

2. توسيع نطاق المراجعة الإستراتيجية لتشمل تقديم الخدمات الإستشارية إلي الإدارة العليا بالشركة
 3. التدريب المستمر لجميع العاملين بالشركة تدريباً علمياً علي حسب إحتياجاتهم التدريبية
 4. إقامة الورش والندوات للعاملين بالشركات لنشر ثقافة الجودة الشاملة.
- المراجع والمصادر:**
1. حمد السروي (2013م), تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات, دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع, القاهرة, مصر
 2. خضير كاظم حمود (2007م), إدارة الجودة الشاملة, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, الاردن.
 3. احمد شوقي سليمان , المراجعة الإستراتيجية في منظمات الأعمال, موقع دراسات في المحاسبة والإدارة
Htt://site.google.com/site/shawky0007/home/almrajte-alastratyjyte
 4. خالد بن سعد بن عبد العزيز, (1997م), إدارة الجودة الشاملة تطبيقات علي القطاع الصحي, الرياض, المملكة العربية السعودية .
 5. رحاب عبدالوهاب عبدالكريم(2003م), الرقابة الإداريه والمراجعه الإستراتيجية ودورها في تحسين كافة الأداء بالنظام المصرفي في السودان, رسالة دكتوراة غير منشورة
 6. سليمان خالد زيدان (2010م), إدارة الجودة الشاملة, الفلسفة ومداخل العمل, دارالمناهج للنشر والتوزيع, عمان, الأردن.
 7. عائشة عبدالله محجوب (2017م), المراجعة الإستراتيجية وتطبيقاتها في في فنادة الدرجة الأولى بمدينة الخرطوم, جامعة الزعيم الأزهرى مجلة العلوم الإنسانية, العدد الثاني, الخرطوم, السودان
 8. عبد المنعم حسن حسين (2017م), دور المراجعة الإستراتيجية في تقييم فعالية نظام الرقابة الداخلية في الوحدات الإقتصادية بالسودان, رسالة دكتوراة, جامعة النيلين, السودان.
 9. عبدالستار محمد علي(2000م), إدارة الإنتاج والعمليات, دار وائل للنشر, عمان, الأردن.
 10. علي عبدالكريم الحاكم(2006م), الإدارة الإستراتيجية للأعمال الإنتاجية والخدمية, شركة مطابع السودان للعملة المحدودة, الخرطوم, السودان.
 11. محفوظ احمد جودة (2009م), إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات, دار وائل للنشر والتوزيع, عمان , الأردن.
 12. محمد احمد الطراونة (2002م), الجودة الشاملة والقدرة التنافسية, مجلة دراسات, المجلد29, العدد الأول, كانون الثاني
 13. هاشم محمد علي محمد(2020م), دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء العاملين في المؤسسات الحكومية, رسالة ماجستير, جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
 14. يوسف حجيم الطائي وآخرون (2009م), نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية, دار اليازوري للنشر. الاردن.
 15. Tony Grundy, ' strategic audit; why it is rital to give your strategy a health check' ,2007 Gale, engage Learning, Chartered Institute of Management Accountants (CIMA).