*Dr. Eng.*
*Nader Riad*

# بناء القدرة التنافسية والانفتاح علي الخارج

ان الصناعة المصرية كانت دائماً ومنذ نشأتها معرضة لتحديات تساير المسيرة جنباً إلي جنـــب إلا أن التحديات التي تواجهها الآن تعتبر أكثر من أي وقت مضي ، فالأمر أشبه بمقولة " أكون أو لا أكون " لشكسبير والتي يبدو أن مدلولها القاطع والقاسي قد امتد أثره ليسري في المجال الصناعي في مقولة " أتطور أو لا أكون " .. فعلي المستوي الفردي هناك شركات مصرية أخذت المبدأه وخرجت للعالمية دون أن تنتظر المنافس القادم من الخارج لينافسها في أسواقها المحلية وشركات أخري بـــدأت تأخـــذ طريقها لتعبر الحدود الي العالمية .. وأصبح علي الصناعة المصرية أن تشمر عن ساعد الجـــد وتعمـــل علي تطوير نفسها وصولاً الي إحداث نهضة شاملة لها معتمدة في ذلك علي مباديء أساسية أهمها :

## ١-الجودة :

جودة العملية الصناعية يجب ان تتم من المرة الأولي ، لأن إصلاح الخلل غير متاح ، ومن المفـــاهيم المستقرة في الصناعة والتي يرددها الصناعيون كقانون الكشافة عبارات مثل :

- الجودة عملية مستمرة لان جودة اليوم ستصبح قاصرة عم ملاحقة متطلبات جودة الغد .
- الجودة تبدأ بالفرد وتمتد لتشمل جميع التفاصيل الصناعية .
- الجودة قضية جميع الأفراد مهما تفاوتت المستويات بينهم .
- لا مجال في الصناعة للتجاوزات الصغيرة لان مجموعها يولد اخطاءاً قاتلة .
- أدوات الإنتاج الحديثة ضرورة للحفاظ علي الجودة .
- أخطاء التصميم قاتلة ، والتصميم الجيد يجب أن يعني بكافة المؤثرات مثل : الشكل ، الوظيفـــة ، الخامة ، وسيلة الإنتاج المثلي .
- ولا يفوتنا في هذا الشأن أن تفعيل أداء المواصفات القياسية المصرية لدورها يعـــد أداة لازمـــة لتطوير الصناعة المصرية من جهة أخري ، وايضاً كأداة للتأهيل مع أسواق التصـــدير ، لـــذا فـــإن الوصول بمنظومة الموصفات القياسية المصرية الي مستوي الاسم العالمي يتيح للمنتجات المصرية فرصاً تصديرية مؤكدة والمفتاح السحري لأسواق التصدير المأمولة هو ان تصبح **ES** رمزاً من رموز الثقة والجودة في الوعي التجاري العالمي .

## ٢- المهارة التسويقية للتواجد بالخارج :

- من المتفق عليه أن علي السلع الهندسية أن تلتزم بالمواصفات القياسية المطبقة في السوق المعنيـــة ، بدءاً من استيفاء ومطابقة المنتج للمواصفات القياسية عند التعامل مع السوق الداخلي ونفس الأمـــر



تليفون : ٥٩١٠٠٥٠ / ٥٩١٨٠٤٣ (٠٢)　　فاكس : ٥٩١٣٧٦٢ (٠٢)　　ص.ب : ٢٠١٦ ـ ١١١١١ القاهرة

ينطبق علي المواصفات المعنية بكل سوق خارجي بل يمتد الأمر ليشمل ضرورة توفير آليه مخزون تكفي لاستيفاء الطلب لكل عميل بصورة فورية وكذا آليه خدمات ما بعد البيع ومتابعة تحقيق الرضاء الكامل للعميل تحت كل الظروف .

## ٣- الرضا الكامل للعميل :

يمكن قياس ذلك بمعيارين الأول من خلال إدارة ملف الشكاوي والاقتراحات علي مستوي الإدارة العليا للوحدة الاقتصادية والمعيار الآخر هو متابعة معدل نمو المبيعات المحققة داخل السوق .

## ٤- التطوير :

إن التطوير في الصناعة والقدرة علي التغيير يجب أن يكون هدفاً قبل أن يكون ضرورة .
هذا الأمر يعود بنا للمربع رقم واحد في منظومة الهندسة الصناعية وهو تحديات القدرة علي الصمود أمام المنافسة التي تستهدف المنتج والفرد والمؤسسة .

فالنشاط الصناعي يقوم علي ثلاث حلقات متداخلة أساسية " دورة حياة المنتج – دورة حياة الفرد – دورة حياة المؤسسة " والتي تتداخل في تناغم لتولد قوة أو تتخبط في تناغم لتولد قوة أو تتخبط علي عكس هذا لتولد ضعفاً ، وفي تتابع وتوالي دورات هذه الحلقات يولد ما يسمي الحلقات الصاعدة **Virtuous** وعكسها الحلقات الهابطة **Vicious** .
أي أن التحدي القادم الذي يتحتم علي الصناعة المصرية مواجهته في المستقبل ، فيتمثل في مواجهته في ملف المهدر ، سواء المهدر في الخامات المستخدمة في مواقع إنتاجية كثيرة بسبب استخدام تكنولوجيا دون المستوي ، وعمالة غير مدربة ، وغيبة الخطط والمدخلات المدروسة . أو المهدر في الطاقة مثل الإسراف في استخدامات الطاقة الكهربية – القصور في عمليات الصيانة – الطاقة المهدرة من خلال وسائل النقل والمواصلات كذلك المهدر في الفاقد من تنمية رأس المال البشري ، وإدارة عناصر الوقت ، وإدارة الموارد المالية .

**إننا جميعاً شركاء في التنمية ولكل طرف دوره الوطني عليه أن يؤديه كما أن هناك واجباً علي الوحدة الاقتصادية وواجباً علي الحكومة ومؤسساتها ، وفي حسن أداء كل طرف من الأطراف لدورة تتحسن النتائج النهائية وعكس ذلك صحيح .**



تليفون : ٥٩١٠٠٥٠ / ٥٩١٨٠٤٣ (٠٢)  فاكس : ٥٩١٣٧٦٢ (٠٢)  ص.ب : ٢٠١٦ ـ ١١١١١ القاهرة