مشكلات صناعة الثوب الرجالي بالمملكة العربية السعودية

The problems of the men's garment industry in Saudi Arabia"

علا بنت محمد رأفت بن هاشم فيره
قسم ملابس ونسيج – كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة الملك عبد العزيز بجدة، المملكة العربية السعودية
د. رانيا بنت مصطفى عبد العال
قسم ملابس ونسيج – كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة الملك عبد العزيز بجدة، المملكة العربية السعودية

ملخص البحث Abstract:
تعتبر صناعة الملابس من أقدم الصناعات التي عرفها الإنسان والتي رافقت تطوره في الحقب التاريخية المتعاقبة نحو التمدن والتحضر ، لذلك تعتبر صناعة الملابس من الصناعات التي تحتاج إلى تطور مستمر لمسايرة التطورات العالمية ، ومن بين الصناعات الملبسية التي تتطلب قدرا من الجودة في المملكة العربية السعودية صناعة الثياب الرجالية لأنها تعتبر من الأزياء الوطنية في المملكة وتحتل المرتبة الأولى بين ملابس الشباب والكبار ، ومع التطور الحديث في الماكينات والخيوط والتصميمات أصبحت تلائم كل مظهر من مظاهر الحياة اليومية،لكن هناك مجموعة من المعوقات تعوق هذه الصناعة لذلك يجب تحديد هذه المعوقات وعلى ضوءها اقترحت الباحثة معايير لرفع مستوى الجودة للثوب الرجالي في المملكة.
يمكن تلخيص **مشكلة البحث** في التساؤلات؛ ما واقع صناعة الثياب الرجالية في المملكة العربية السعودية؟ إلى أي مدى تواجه صناعة الثياب الرجالية مشكلات تحد من الوصول إلى درجة الجودة المطلوبة؟ إلى أي مدى يمكن التوصل إلى حلول مقترحة لمشكلات صناعة الثياب الرجالية في المملكة العربية السعودية؟ كيف يمكن وضع معايير مقترحة لجودة الثياب الرجالية بما يتلاءم مع متطلبات الصناعة داخل المملكة العربية السعودية. **واستهدفت الدراسة** الوقوف على واقع صناعة الثياب الرجالية داخل المملكة العربية السعودية والتعرف على المشكلات التي تواجه صناعة الثياب الرجالية ومحاولة الوصول إلى حلول مقترحة لمشكلات صناعة الثياب الرجالية داخل المملكة العربية السعودية وكذلك وضع معايير مقترحة للوصول بالثوب الرجالي إلى درجة الجودة المطلوبة.

كلمات دالة Keywords:
صناعة الملابس
Garments Industry
الجودة الصناعية
Industrial Quality
الثوب الرجالي
Manly Garments
المملكة العربية السعودية
Kingdom of Saudi Arabia

Paper received 25th October 2018, Accepted 26th November 2018, Published 1st of January 2019

مقدمة Introduction:

تشهد الساحة العالمية تغيرات جذرية سوف تترك آثارها الاقتصادية على العالم اجمع بصفة عامة وعلى المنطقة العربية بشكل خاص حيث أصبح النظام العالمي يتميز بحركته السريعة التي تتتابع فيها التغيرات بمعدلات فائقة السرعة وتحتاج من الحكومات وإدارة المؤسسات اتخاذ الترتيبات اللازمة لمواجهة مثل هذه التحديات وتم تدعيم قدراتها التنافسية ومن أجل الصمود في سوق المنافسة العالمي يستلزم الأمر أن تكون الجودة هي المطلب الاساسي للمنظمات فلم تعد الجودة في الاقتصاد المعاصر تعني ببساطة انتاج سلعة أو خدمة أفضل بدرجة كبيرة من نظيراتها المتاحة،دائما تعني رضا المستفيدين عن السلعة أو الخدمة وتحقيق جودة إدارة المنشأة ككل.(عبد المحسن:1998م-(5))

جاء الدين الإسلامي الحنيف منذ بزوغ فجره على البشرية ليؤكد على قيمة العمل وضرورة إتقانه، ولنا في حديث النبي العربي الكريم محمد صلى الله عليه وسلم (إِنَّ اللهَ تَعَالى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلاً أَنْ يُتْقِنَهُ)،خير دليل وتوجيه باعتماد الاجادة في العمل شرعة ومنهاجا في الحياة،ومن هذا المنطلق يتبين لنا أن الإسلام دعا إلى أهمية الجودة ويثيب عليها لما لها من جوانب إيجابية بمرور الزمن من كشف الأخطاء والانحرافات ومحاولة تصحيحها. .(العزاوي :2000م –((7))

رغم أن الأدب المعاصر يشير إلى أن الاهتمام بالجودة بدأ مع بداية القرن العشرين إلا أن كل الشواهد والأدلة تشير إلى أن العرب والمسلمين كانوا الرواد الأوائل في هذا المجال فالأهرامات والجنائن المعلقة شواهد على ذلك والقرآن الكريم وسيرة الرسول المصطفى شواهد واضحة على أن المسلمين كانوا الرواد المبدعين في ذلك . (العزاوي:2005م -((8))

تعتبر صناعة الملابس والنسيج من أقدم الصناعات التي عرفها الإنسان والتي رافقت تطوره في الحقب التاريخية المتعاقبة نحو التحضر والتمدن.

وكانت منتجات هذه الصناعات مرآة تعكس ما وصل إليه الإنسان من تقدم وتطور في وسائل وأدوات الإنتاج ،وقد أمنت هذه المنتجات إحدى أهم حاجات الإنسان الأساسية وهو الكساء وذلك لحماية جسمه من آثار الظروف المناخية وتقلبها أو لغرض اجتماعي يتعلق بالرغبة في الحفاظ على مظهر معين تحدده العادات والتقاليد الاجتماعية السائدة، كما أن صناعة الملابس تعتبر من أهم الصناعات التي تعتمد عليها الدول المتقدمة نظرا للتطور السريع والتقدم العلمي،وبنزول المرأة إلى العمل ازدادت الحاجة إلى صناعة الملابس الجاهزة لتسهل على المرأة سرعة الحصول على ما يلزمها ويلزم أسرتها من الملابس على أن تكون أسعارها مناسبة وعلى درجة مناسبة من الجودة مع ارتفاع الذوق في التصميم مما جعل الزي ذا جاذبية لدى المشتري فيقبل على شرائه .(بارك : 1997م)

وترى الباحثة انه من بين الصناعات الملبسية التي تتطلب قدرا كبيرا من الجودة في المملكة العربية السعودية صناعة الثياب الرجالية، حيث تعتبر الثياب الرجالية من الأزياء التقليدية (الوطنية) في المملكة العربية السعودية وتحتل المرتبة الأولى بين ملابس الشباب والكبار حيث يمكن ارتداء الثوب في معظم المناسبات ومختلف الأجواء الصيفية والشتوية ,ومع التطور الحديث في الماكينات والخيوط والتصميمات أصبحت تلائم كل مظهر من مظاهر الحياة اليومية من العمل إلى الراحة والمناسبات مما يتطلب إجراء الدراسة والأبحاث العلمية لتطوير هذه الصناعة ومن خلال الدراسة الإستطلاعية للباحثة وجد أن هناك مجموعة من المشكلات التي تحول دون تطور هذه الصناعة ،كما أن هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على جودة الثياب الرجالية ، مما دعى الباحثة لتناول هذه الدراسة ، والتي تعتبر من أوائل الدراسات المتخصصة في هذا المجال.

مشكلة البحث Statement of the problem:

تحددت مشكلة البحث في التساؤلات الآتية

1. ما واقع صناعة الثياب الرجالية في المملكة العربية السعودية؟
2. إلى أي مدى تواجه صناعة الثياب الرجالية مشكلات تحد من

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

الوصول إلى درجة الجودة المطلوبة؟

3. إلى أي مدى يمكن التوصل إلى حلول مقترحة لمشكلات صناعة الثياب الرجالية في المملكة العربية السعودية؟
4. كيف يمكن وضع معايير مقترحة لجودة الثياب الرجالية بما يتلاءم مع متطلبات الصناعة داخل المملكة العربية السعودية.

أهمية البحث Significance:

ترجع أهمية البحث إلى

1. ضرورة التغلب على المشكلات التي تواجه صناعة الثوب لتحسين القدرة التنافسية لصناعة الملابس الجاهزة (الثوب الرجالي) بالمملكة العربية السعودية ، وذلك من خلال التحسين المستمر للمنتجات مما يحقق ازدهار للصناعة الوطنية بالمملكة.
2. استجابة لما تنادي به المملكة من اتجاه نحو الاهتمام بالصناعة والنهوض بها كأحد المصادر العالية للدخل القومي.
3. يعد البحث أساسا لدراسات مستقبلية في نفس المجال ،كما يعد اضافة للمكتبة العربية المتخصصة.

أهداف البحث Objectives:

وترجع أهداف البحث إلى

1. الوقوف على واقع صناعة الثياب الرجالية داخل المملكة العربية السعودية.
2. التعرف على المشكلات التي تواجه صناعة الثياب الرجالية.
3. محاولة الوصول إلى حلول مقترحة لمشكلات صناعة الثياب الرجالية داخل المملكة العربية السعودية.
4. وضع معايير مقترحة للوصول بالثوب الرجالي إلى درجة الجودة المطلوبة.

مصطلحات البحث Terminology:

الصناعة : Industry

تعرف الأمم المتحدة الصناعة بأنها تحويل مواد غير عضوية أو مواد عضوية بعمليات ميكانيكية أو كيميائية إلى منتجات أخرى سواء أنجزت بالات ميكانيكية تحركها قدرة أو أنجزت بالأيدي، سواء حدث إنتاجها فى مصنع أم فى ورشة أم فى بيت وسواء بيعت لتاجر جملة أو بيعت لتاجر تجزئة.(فرغلي:2006م-(12))

الجودة : Quality

هى خصائص المنتجات التى تلبى احتياجات ورضا الزبائن وهى تختلف باختلاف نوع المنتجات والخدمات وطرق استخدامها ،وفى هذا السياق كلما زادت الجودة زاد رضا الزبائن وبالتالى يزداد الدخل والربح للمؤسسات الربحية.(الغزاوي: 2005م-((31).

معايير(أنماط) الجودة : Quality Standards

هى أدوات القياس أو تقييم شىء ما ، وهى عبارة عن مجرد مواصفات وشروط محددة توضع مقدما لعنصر معين أو عملية معينة بعد القيام بدراسة علمية وفنية لهذا العنصر أو هذه العملية على ضوء الظروف المحيطة به. .(الغزاوي: 2005م-((31).

الثوب الرجالي في المملكة العربية السعودية : Dress for men in Saudi Arabia

ومن خلال الدراسات السابقة تعرف الباحثة الثوب الرجالي بأنه عبارة عن رداء أبيض طويل ذا أكمام طويلة ,حيث يتناسب الثوب مع طبيعة الأجواء فى المملكة العربية السعودية، من الخامات المستخدمة في صناعة الثوب قماش القطن الأبيض وخيوط القطن البيضاء ويكون بدون تطريز أو تطريز بسيط ومؤخرا حدثت بعض التغيرات والتجديدات على الثوب السعودي فتنوعت الخامات والمواد المستخدمة في صناعة الثوب فأصبح القماش لا يقتصر فقط على خامة القطن بل تنوعت الخامات من القطن إلى الأقمشة المخلوطة وتنوعت أيضا التصاميم والتطريز وكان هذا التنوع تبعا لذوق والمرحلة العمرية للمستهلك السعودي. ويعتبر الثوب الرجالي من الأزياء الوطنية في المملكة العربية السعودية.

منهج البحث Methodology:

اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك لتحقيق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاته.

إجراءات البحث:

أدوات البحث Tools

1. استبيان لاستطلاع رأي أصحاب مصانع الثياب الرجالية في منطقة مكة المكرمة.
2. استمارة تحليل عمل موجهة إلى أصحاب مصانع الثياب الرجالية في منطقة مكة المكرمة لتحليل العمليات المتعلقة بإنتاج الثياب.
3. استمارة مقابلة
4. زيارة ميدانية

عينة البحث Sample :

اقتصرت الدراسة على عينة قصدية من المصانع المنتجة للثياب الرجالية بمنطقة مكة المكرمة البالغ عددهم (12) مصنع .

صدق وثبات الاستبيان :

اعتمدت الباحثة في حساب الصدق للاستبانة ما يلي:

- صدق المحكمين: تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين عددهم(8) عضو من أعضاء هيئة التدريس المتخصصة في مجال الملابس والنسيج.
- الثبات: أجرت الباحثة خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقتين هما: طريقة التجزئة النصفية، وطريقة معامل ألفا كرونباخ ، كما يلي:

الطريقة الأولى: التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient):

تم إيجاد معامل ارتباط بيرسون بين معدل مجموعة أسئلة، ومعدل باقي الأسئلة لكل محور وتبين أن هناك معامل ثبات كبير نسبيا لفقرات الاستبانة، وبلغ 0.783.

الطريقة الثانية: ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha):

استخدمت الباحثة طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة كطريقة ثانية لقياس الثبات،واتضح أن معامل الثبات مرتفع نسبيا 0.739

جدول 1. (جدول قياس ثبات فقرات الإستبانة)

المحور	محتوى المحور	التجزئة النصفية			معامل ألفا كرونباخ
		عدد الفقرات	معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح	
الأول	الاهتمام بالتدريب والتنمية البشرية	3	0,557	0,734	0,680
الثاني	الاهتمام بجودة التطوير	4	0,038	0,073	0,252
الثالث	الاهتمام بجودة المطابقة	3	0,891	0,948	0,811
الرابع	الاهتمام بالمستهلك وجعله العامل الأول	6	0,454	0,624	0,327
الخامس	فتح خطوط الاتصال بين الإدارات بعضها ببعض	1	-	-	-
جميع المحاور		**18**	**0,643**	**0,783**	**0,739**

مما سبق يتضح أن عبارات المقياس يمكن الإعتماد عليها لتحقيق الهدف الذي وضعت من أجله .

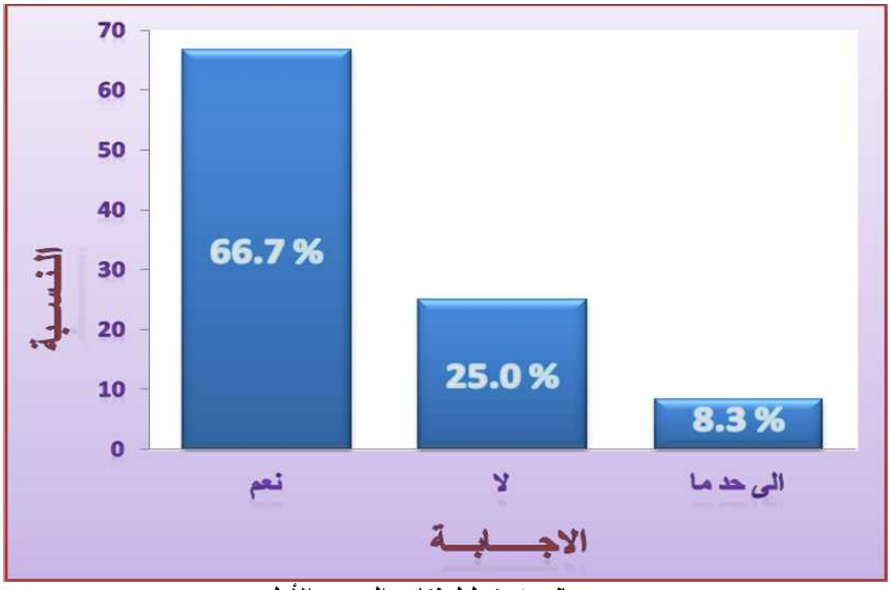
تحليل نتائج محاور الاستبيان

من خلال المراجع والدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها تم صياغة المحاور الأساسية للإستبيان .
تكونت الاستبانة من خمس محاور والتي تم صياغتها في ضوء **مشكلات صناعة الثوب الرجالي بالمملكة العربية السعودية في ضوء معايير الجودة.**
المحور الأول يحتوي على 3 بنود ، بينما يحتوى المحور الثانى على 4 بوند ، أما المحور الثالث يحتوى على 3بنود والمحور الرابع يحتوي على 6بنود أما المحور الخامس يحتوي على بند واحد.

أولا: تحليل النتائج للمحور الأول (الاهتمام بالتدريب والتنمية البشرية)

جدول 2. نتائج المحور الأول (الاهتمام بالتدريب والتنمية البشرية)

المحور	البنود	التكرار	النسبة
الاهتمام بالتدريب والتنمية البشرية	نعم	24	66,7
	لا	9	25,0
	إلى حد ما	3	8,3
المجموع		**36**	**100.0**



رسم بياني 1. تحليل نتائج المحور الأول

من الرسم البياني رقم (1) السابق نجد أن

أ- **66.7% من عينة الدراسة كانت اجابتهم (نعم)** ... أي أنه 66.7% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم بالتدريب والتنمية البشرية

ب- **25.0% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (لا)** ... أي أنه 25.0% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة لا تهتم بالتدريب والتنمية البشرية

ت- **8.3% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (إلى حد ما)** ... أي أنه 8.3% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم إلى حد ما بالتدريب والتنمية البشرية

وذلك يدل على أن أغلب المصانع تهتم بالتدريب والتنمية البشرية من خلال تطبيق دراسة العمل (دراسة الوقت والحركة) و وجود وحدة لتدريب العامل حيث توصلت دراسة (حجى وشتا،2006م) بدراسة العمل للحصول على أعلى كفاءة تعشيق وأثبتت نتائج دراسة (نجم الدين ، 1995م) ودراسة (جوهر، 2000م) أن دراسة العمل تحقق الاستغلال الأمثل للماكينات والعمال وذلك لتخفيض تكاليف الإنتاج ، ولكن من خلال الزيارة الميدانية والملاحظة لاحظت الباحثة أن أغلب المصانع تهتم فقط بدراسة الوقت دون الحركة لإنتاج المنتج خلال الوقت المحدد وعند انتهاء العامل من المنتج فى أقل من الوقت المحدد يتم مكافأته وذلك لزيادة الإنتاج وبالتالي تحقيق الربح .

ثانيا: تحليل النتائج للمحور الثاني (الاهتمام بجودة التطوير)

جدول 3. نتائج المحور الثاني (الاهتمام بجودة التطوير)

المحور	البنود	التكرار	النسبة
الاهتمام بجودة التطوير	نعم	22	45,8
	لا	22	45,8
	إلى حد ما	4	8,3
المجموع		**48**	**100,0**

من الرسم البياني رقم (2) السابق نجد أن:

أ- **45.8% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (نعم)** ...أي أنه 45.8% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم بجودة التطوير

ب- **45.8% من عينة الدراسة (الأشخاص) كانت إجابتهم (لا)** ...أي أنه 45.8% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة لا

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

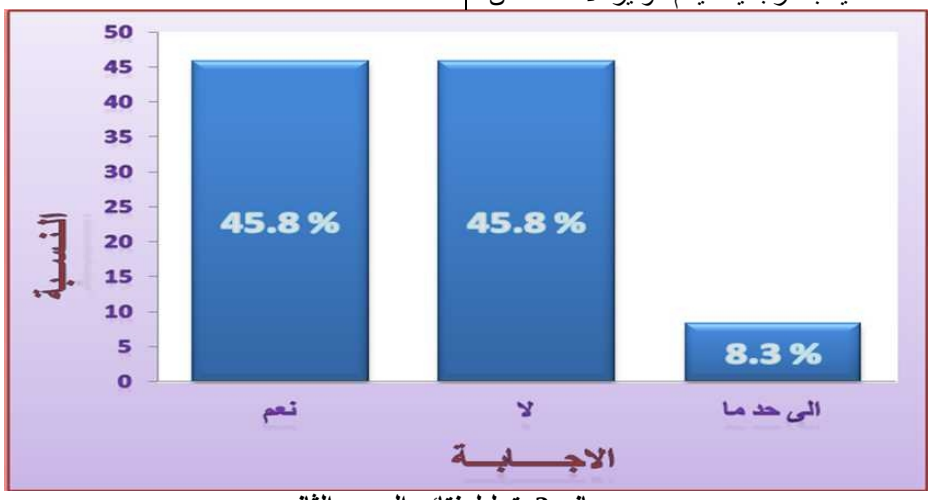
تهتم بجودة التطوير

ت- **8.3% من عينة الدراسة (الأشخاص) كانت إجابتهم (إلى حد ما)** ...أي أنه 8.3% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم إلى حد ما بجودة التطوير

وذلك يدل على أن النسب متساوية بين عينة المصانع التى تهتم بجودة التطوير خلال جميع مراحل الإنتاج وعينة المصانع التي لا تهتم بجودة التطوير خلال جميع مراحل الإنتاج.

حيث أن المصانع التى تهتم بجودة التطوير خلال عملية الإنتاج تحرص على توفير الأقمشة المناسبة لذوق المستهلك حيث ذكرت نتائج (حجى،2003م) أن أهم الخواص التى يحرص المصنع على توافرها فى الأقمشة من (النعومة ، الانسدال ، درجة البياض ، ثبات الأبعاد،مقاومة الكرمشة)، ولكن بما أنه لا يوجد مصانع محلية فى المملكة لتصنيع أقمشة الثياب الرجالية فيتم توفير الأقمشة من خارج المملكة وغالبا من الصين وفرنسا لذلك لا يتم عمل أي معالجات كيميائية للقماش ،ولكن أغلب مدراء المصانع فسروا معالجة القماش من خلال غسيل قماش القطن في الماء ، ومعالجة ياقة الثوب من خلال تعريضها للبخار والحرارة ثم يأتي دور الضغط لإعطاء النسيج الشكل المطلوب حسب التشكيل وحمايته من التلف أثناء الغسيل المتكرر للثوب ، وتوفر أجهزة خاصة للتحقق من جودة القماش ومنها جهاز الفحص الضوئي للكشف عن أي عيوب فى القماش ليتم استبعادها أثناء عملية الخياطة ، ويتم الحصول على التصميمات من خلال مجلات الموضة وترى الباحثة ذلك حتى يمكن مسايرة اتجاهات الموضة في تصميم الثوب بدون تغيير الشكل الأساسي للثوب السعودي.

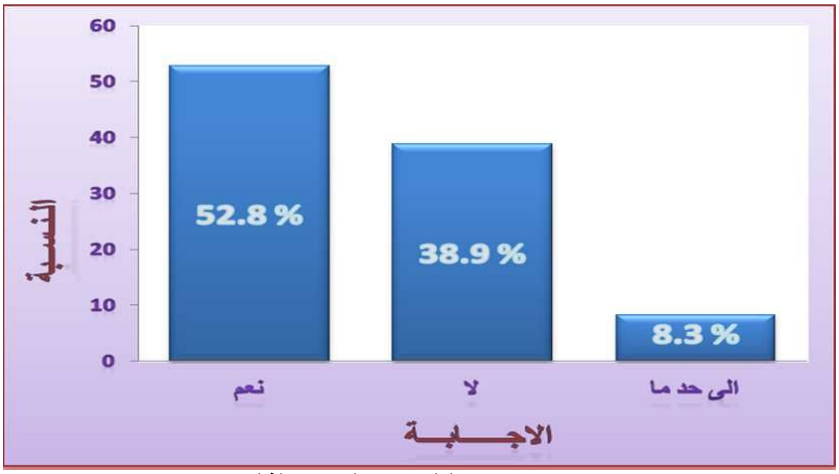
ثالثا : تحليل النتائج للمحور الثالث (الاهتمام بجودة المطابقة)



رسم بياني 2. تحليل نتائج المحور الثاني

جدول 4. نتائج المحور الثالث (الاهتمام بجودة المطابقة)

المحور	البنود	التكرار	النسبة
الاهتمام بجودة المطابقة	نعم	19	52,8
	لا	14	38,9
	إلى حد ما	3	8,3
المجموع		**36**	**100,0**



رسم بياني 3. تحليل نتائج المحور الثالث

من الرسم البياني رقم (3) السابق نجد أن:

أ- **52.8% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (نعم)** ...أي أنه 52.8% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم بجودة المطابقة

ب- **38.9% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (لا)** ...أي أنه 38.9% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة لا تهتم بجودة المطابقة

ت- **8.3% من عينة الدراسة (الأشخاص) كانت إجابتهم (إلى حد ما)** ...أي أنه 8.3% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم إلى حد ما بجودة المطابقة

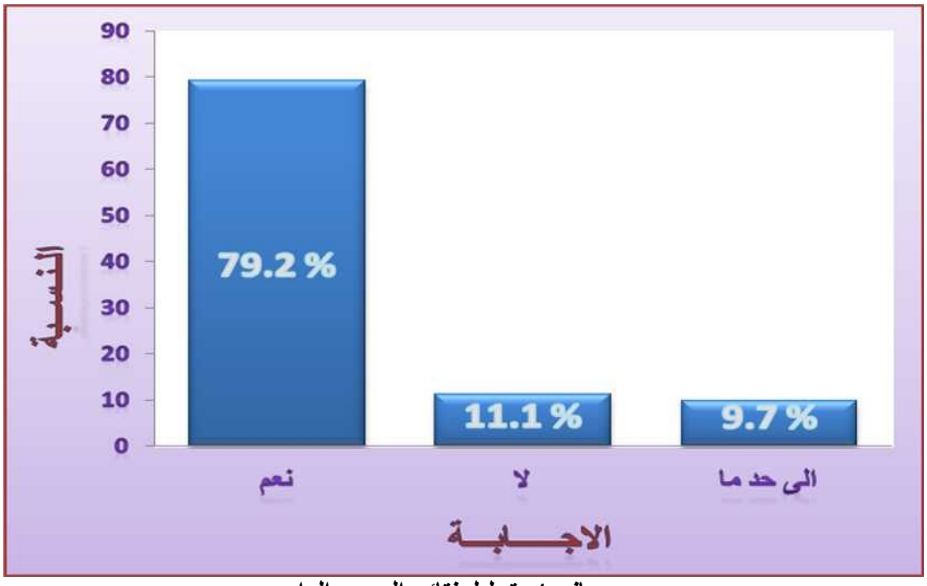
وهذا يدل على أن أغلب المصانع تراعي إنتاج ومطابقة التصميم مع العينة المقترحة من قبل العميل سواء كان التصميم منفذ أو

مقترح من قبل العميل وإمكانية تنفيذ وحياكة الثوب من قماش جاهز من العميل حيث ولكن لا يتم تصنيع القماش طبقا لمواصفات خاصة لطلب العميل لعدم توفر مصانع الأقمشة المحلية ، حيث أكدت على أهمية الجودة في المطابقة من قبل العميل دراسة (صالح،2007م)

رابعا: تحليل النتائج للمحور الرابع (الاهتمام بالمستهلك وجعله العامل الأول)

جدول 5. نتائج المحور الرابع (الاهتمام بالمستهلك وجعله العامل الأول)

المحور	البنود	التكرار	النسبة
الاهتمام بالمستهلك وجعله العامل الأول	نعم	57	79,2
	لا	8	11,1
	إلى حد ما	7	9,7
المجموع		**72**	**100,0**



رسم بياني 4. تحليل نتائج المحور الرابع

من الرسم البياني رقم (4) السابق نجد أن:

أ- **79.2% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (نعم)** ...أي أنه 79.2% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم بالمستهلك وتجعله العامل الأول

ب- **11.1% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (لا)** ...أي أنه 11.1% من الأشخاص غير موافقين على أن المصنع يهتم بالمستهلك ويجعله العامل الأول.

ت- **9.7% من عينة الدراسة (الأشخاص) كانت إجابتهم (إلى حد ما)** ...أي أنه 9.7% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تهتم إلى حد ما بالمستهلك

وهذا يدل على أن نسبة كبيرة من المصانع تهتم بالمستهلك من حيث توفير الأقمشة المناسبة لذوق العميل حيث أثبتت نتائج (حجي،2003م) أهم الخواص التي يحرص المصنع على توافرها في الأقمشة من (النعومة ، الانسدال ، درجة البياض، ثبات الأبعاد، مقاومة الكرمشة)، والاهتمام بخدمات ما بعد البيع (التعديل والاستبدال) ، توفر خطط بديلة لمواجهة الطلبات المفاجأة وخاصة في المواسم والأعياد وذلك بزيادة عدد ساعات العمل لتحقيق الربح وكسب ثقة العملاء ،والتواصل المستمر بين المصنع والبائع للتعرف على متطلبات المستهلكين يكون من خلال منافذ البيع ، وذلك لأن المستهلك هو العامل الأول لتحديد نجاح أو فشل المنشأة الصناعية ، اعتماد المصانع على الأقمشة المستوردة وجاء ذلك متوافقا مع نتائج دراسة (حجي،2003م)، وذلك لتوفر الخواص المرغوبة من قبل العملاء في أقمشة الثياب المستوردة.

خامسا: تحليل النتائج للمحور الخامس(فتح خطوط الاتصال بين الإدارات بعضها ببعض)

جدول 6. نتائج المحور الخامس (فتح خطوط الاتصال بين الإدارات بعضها ببعض)

المحور	البنود	التكرار	النسبة
فتح خطوط الاتصال بين الإدارات بعضها ببعض	نعم	10	83.8
	لا	2	16,7
	إلى حد ما	0	0,0
المجموع		**12**	**100.0**

من الرسم البياني رقم (5) السابق نجد أن:

أ- **83.3% من عينة الدراسة كانت إجابتهم (نعم)** ...أي أنه 83.3% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة تفتح خطوط الاتصال بين الإدارات بعضها ببعض

ب- **16.7% من عينة الدراسة (الأشخاص) كانت إجابتهم (لا)** ...أي أنه 16.7% من عينة المصانع التي شملتها الدراسة لا تفتح خطوط الاتصال بين الإدارات بعضها ببعض

وهذا يدل على أن هناك نسبة كبيرة من المصانع تهتم بالتواصل بين إدارات المصنع مع بعضها البعض حتى يتم تحقيق الجودة في إنتاج الثياب الرجالية وذلك ما جاء متوافقا مع نتائج دراسة (الصبياني ،2011م)

مقارنة المحاور جميعا

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

رسم بياني 5. مقارنة نتائج المحاور

يتضح من الرسم البياني رقم (6) ما يلي:

1) 83.3% من اصحاب ومدراء المصانع يتفقون على ضرورة تواصل الأقسام والإدارات مع بعضها البعض وذلك لما له من الدور الكبير والفعال فى تحقيق أهداف وجودة المنظمة ، وذلك ماجاء متوافقا مع نتائج دراسة (الصبياني،2011م).
2) 79.2% من مدراء و أصحاب المصانع يتفقون على ضرورة الاهتمام بالمستهلك وجعله العامل الأول لما له من الدور الكبير فى نجاح المنظمة وذلك جاء متوافقا مع نتائج دراسة (حجي ،2003م) ودراسة (صالح،2007م).
3) 66.7% من أصحاب ومدراء المصانع يتفقون على ضرورة الاهتمام بالعاملين وتدريبهم بصورة دورية لأن ذلك ينعكس على جودة إنتاج المصنع وذلك جاء متوافقا مع نتائج دراسة (الصبياني ،2011م) ودراسة (نجم الدين ،1995م)
4) 52.8% من أصحاب ومدراء المصانع يتفقون على الاهتمام بجودة المطابقة بين التصميم والعينة المقترحة من قبل العميل وإمكانية حياكة الثوب تبعا لقماش من العميل ، وذلك لمعرفة اتجاه العملاء من ناحية تفضيلاتهم فى الأقمشة والتصميم وذلك ماجاء متوافقا مع نتائج دراسة (صالح،2007م)
5) 45.8% من مدراء وأصحاب المصانع يهتمون بجودة تطوير القماش والتصميم ، حيث يتم توفير الأقمشة المناسبة للعميل واعتماد التصاميم من مجلات الموضة لمسايرة خطوط التصميم العامية مع تصميم الثوب مع مراعاة الحفاظ على الشكل التقليدي للثوب السعودي .

النتائج Results:

ومن خلال استبانة المقابلة ومن خلال تحليل العمل تم التوصل إلى النتائج التالية :

أولا : المعايير التي تحققت في مصانع إنتاج الثياب الرجالية

1. الاهتمام بتدريب العاملين على حياكة الثوب واستخدام المكائن بأشكالها المتعددة وطريقة صيانتها وذلك لأن تدريب العاملين وتحسين مهاراتهم ينعكس على جودة إنتاج المصنع .
2. القيام بعمل دراسات لمعرفة الأقمشة والتصاميم المفضلة لذوق العميل .
3. إمكانية حياكة أي تصميم مقترح أو عينة منفذة من قبل العميل و حياكة الثوب تبعا لقماش من عند العميل تلبية لرغبات العملاء.
4. توفر الخطط البديلة لمواجهة الطلبات المفاجأة خاصة في موسم الأعياد والمناسبات.
5. الاهتمام بخدمات ما بعد البيع .
6. لاهتمام بأسلوب التخزين والتغليف بالطريقة الصحيحة للقماش.

ثانيا: المعايير التي لم تتحقق في مصانع إنتاج الثياب الرجالية:

1. لا يوجد مراقبة مستمرة لعملية الجودة .
2. عدم وجود تنظيم إداري بين الأقسام .
3. عدم تهيئة كفاءات متخصصة في مجال صناعة الثياب الرجالية.
4. عدم الاطلاع على الأبحاث العلمية الخاصة لتطوير العمليات الإنتاجية ، ولكن الأبحاث تتجه عموما نحو الأجهزة والمعدات والمكملات فقط.
5. صعوبة دراسة متطلبات المستهلك بصورة دورية لمعرفة متطلباته المتغيرة باستمرار.
6. عدم توفر مصانع محلية متخصصة بصورة كافية تتبع المعايير العالمية للجودة في صناعة الثياب الرجالية.
7. عدم توفر المصانع المحلية التي توفر الأقمشة ذات الجودة العالية لتفادي بعض المشاكل التي تواجه أصحاب المصانع من استيراد الأقمشة من الخارج.
8. عدم إتباع مدراء المصانع من أنظمة وسياسات جديدة خوفا من التأثير السلبي على إنتاجه.
9. عدم دقة المقاسات وذلك لعدم توفر مقاسات قياسية موحده للرجل السعودي.
10. مدراء المصانع لا يمتلكون شهادة في تخصصات ذات علاقة بتخصص الملابس والنسيج.
11. عدم تهيئة كفاءات متخصصة في مجال صناعة الثياب الرجالية.
12. عدم توفر العوامل الفيزيائية وبيئية المناسبة للعمل كارتفاع درجة الحرارة وعدم توفر الإضاءة الكافية داخل صالة الإنتاج.
13. عدم توفر مكائن قص بالكمبيوتر أو الليزر وذلك لقلة التلف الناتج عن أخطاء القص.
14. عدم الاهتمام بحساب نسبة العوادم والتلف بالأسلوب العلمي مما يؤثر على اقتصاديات المصنع.
15. عدم الاهتمام بمناضد القص وعدم صقل الخشب بمادة الفرومايكا .
16. عدم مراعاة ضبط اتجاه القماش أثناء عملية التعشيق مما يؤثر على ثبات الأبعاد بعد الغسيل.
17. الاعتماد على استخدام المكواه اليدوية لتقوية الياقات والأساور مما يؤدي لظهور عيوب في تثبيت قماش التقوية مع الاستعمال المستمر.
18. يندر استخدام الماكينات الحديثة المزودة بالكمبيوتر.

ثالثا : المعايير المقترحة لإنتاج الثياب الرجالية

من خلال الزيارات الميدانية ، ومن خلال الإطلاع على الأبحاث والدراسات السابقة ومعايير الجودة فى البلاد العربية و الأجنبية ومن خلال نتائج الإستبيان تم صياغة معايير مقترحة لصناعة الثياب الرجالية فى المملكة :

أ- **وسائل تحسين الجودة المتمثلة في** (الاهتمام بجودة البحوث والتطوير، معرفة تطور الشركات المنافسة، إقامة حلقات

الجودة)

ب- **الاهتمام بالتدريب والتنمية البشرية المتمثلة في** (تطبيق دراسة العمل (الوقت والحركة) وإقامة دورات تدريبية بصورة دورية لجميع العاملين في الهرم الوظيفى)

ت- **جودة التصميم المتمثلة في** (التصميم للمظهر، التصميم الوظيفى)

ث- **جودة المطابقة المتمثلة في** (مطابقة جودة المنتج لمواصفات التصميم، توفر جميع الشروط للمواصفات المطلوبة من العميل سواء عند التصميم أو مطابقة المواصفات)

ج- **ملائمة السعر** وتعني قياس تكلفة الثوب للتصميم المظهري والوظيفي.

ح- **الشكل والفن الجمالي المتمثلة في** (عناصر التصميم والقيم الجمالية)

خ- **التركيز على العميل وجعله العامل الأول** بدراسة رغبات العملاء بصورة دوريه يؤدي لتحسين جودة المنتج وبالتالي تحقيق أهداف المصنع.

د- **معايير الجودة فى مراحل خط إنتاج الثوب**

- **جودة العوامل الفيزيائية داخل المصنع المتمثلة فى** (التهوية والإضاءة الجيدة، خلو المكان من الضوضاء العالية والأبخرة الناتجة من استخدام المكواه)
- **جودة تخزين القماش المتمثلة فى** (حفظ القماش فى درجات حرارة ورطوبة قياسية، تخزين القماش على الرفوف، التداول الميكانيكى للقماش)
- **الجودة في غسل القماش وذلك للتأكد من ثبات الأبعاد والألوان.**
- **الجودة فى تصميم الباترون المتمثلة فى** (وضوح الخطوط الخارجية للباترون، كتابة البيانات وتوضيح خطوط النسيج)
- **الجودة فى عمل التعشيق (الميتراج) المتمثلة فى** (مراعاة اتجاه النسيج، حساب نسبة الاستهلاك في الميتراج، استخدام الكمبيوتر لتقليل نسبة العوادم)
- **جودة فحص القماش المتمثلة فى** (التأكد من سلامة النسيج وخلوها من العيوب، استخدام جهاز الفحص الأوتوماتيكى)
- **جودة فرد القماش المتمثلة فى** (فحص القماش، استخدام ماكينة الفرد، استخدام مناضد قص ذات مواصفات خاصة)
- **جودة منضدة القص المتمثلة فى** (استخدام الخشب المصقول أو الفورمايكا لتغطية السطح)
- **جودة قص القماش المتمثلة فى** (قص القماش بنفس شكل أجزاء نماذج التعشيق وبدقة، استخدام أجهزة القص الإلكترونية، إحماء (سن) سكينة القص بشكل دورى)
- **جودة تجميع أجزاء القماش المتمثلة فى** (توافر الأمان وخلوها من التجعد والاتساخ وسهولة التوصيل، يلحق مع الحزمة بطاقة التشغيل، عدم ربط الحزمة بإحكام لضمان عدم تجعدها)
- **جودة حياكة الثوب المتمثلة فى** (ارتفاع مستوى جودة خيوط الحياكة، تدريب العاملين على استخدام مكائن الحياكة، الصيانة الصحيحة لماكينات الحياكة الآلية)
- **جودة التجهيز النهائى للثوب** (فحص الناتج داخليا وخارجيا، التأكد من وجود البطاقة الإرشادية، تغليف الثوب فى أكياس بلاستيكية شفافة، كي الثوب لإعطاء الشكل النهائي المطلوب)

التوصيات Recommendations:

1) العمل على تدريب العاملين بكافة مستوياتهم من بداية الإدارة العليا إلى العمال على الأساليب العلمية لضبط جودة الإنتاج سواء كان التدريب محليا أو بعثات خارجية.
2) ادخال التكنولوجيا الحديثة في مراحل التصنيع المختلفة لرفع مستوى جودة صناعة الثياب الرجالية في المملكة .
3) الإهتمام بتعليم كادر طلابى محلى من الكلية التقنية والمهنية تحت إشراف إدارة التربية ويكون تدريبهم تحت أيدي أكاديميين ذو كفاءة عالية والعمل على توعية الكادر الطلابي بحملة إعلامية بأهمية صناعة الثياب وانعكاسه على المجتمع.
4) وضع معايير للمنتجات الملبسية داخل المملكة العربية السعودية.
5) العمل على خلق الإحساس لدى العامل بالمستوى الجيد لزيادة الإنتاجية.
6) اقامة مصانع محلية لإنتاج الخامات الأساسية من الأقمشة وذلك عن طريق الاستفادة من مشتاقات البترول لإنتاج أقمشة تناسب الثوب الرجالى بما يتلائم مع الخواص النفعية والجمالية المرغوبة من قبل العميل مثل(النعومة ، الإنسدال ، درجة البياض ، مقاومة الكرمشة ، ثبات الأبعاد).
7) الاهتمام بجودة المنتج بدءا بالخامات وانتهاء بالمنتج النهائى لأنها هي العامل الأساسي في مواجهة المنافسة داخليا وخارجيا.
8) عمل مقاسات قياسية تناسب الرجل السعودي حتى يمكن التغلب على مشكلة عدم دقة المقاسات .
9) الإرتقاء بصناعة الثوب الرجالى بتحقيق معايير الجودة المتبناه فى البحث لتحسين القدرة التنافسية.
10) جلب خبراء لتقييم أوضاع المصانع وتقديم ارشادات لتطوير صناعة الثياب الرجالية .
11) زيادة التسهيلات المقدمة من الجهات الحكومية وتقليل العقبات الإدارية التى تواجه مصانع الملابس.
12) توفير المواد الخام المحلية ذات الجودة العالية ليعود المردود على الإقتصاد المحلي.

المراجع References:

1. العزاوي، محمد (2005م) أنظمة إدارة الجودة والبيئة ، الطبعة الأولى، عمان:دار وائل للنشر.
2. عبد المحسن،توفيق (1998م) تخطيط ومراقبة جودة المنتجات ، بيروت:دار النهضة العربية.
3. فرغلى،زينب (2006مـ) ، (1427هـ) الملابس الجاهزة بين الإعداد والانتاج، القاهرة:دار الفكر العربى.
4. فرغلى،زينب (2003م) آلات ومعدات فى صناعة الملابس الجاهزة ،الطبعة الأولى ،القاهرة : دار الفكر العربى.
5. الصيبانى،نور (2011م) العوامل المؤثرة على الإنتاج فى صناعة الملابس الجاهزة بمدينة جدة ، بحث منشور ، مجلة بحوث التربية النوعية ، كلية التربية– جامعة المنصورة .
6. بارك ، لطفية محمد كورنى أحمد (1407هـ) دراسة لتصنيع الملابس النسائية الخارجية الجاهزة وابتكار تصميمات للمرأة العاملة ، رسالة دكتوراة ، كلية البنات ، جدة.
7. حجى،منى (2003م) مقارنة إنتاج ثوب الرجل السعودي كتصنيع بالجملة والحياكة بالقطعة، رسالة ماجستير ،كلية التربية للإقتصاد المنزلى،جامعة أم القرى.
8. صالح،ماجد (2007م) تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة وتحقيق المنتج ، بحث منشور، مجلة تنمية الرافدين ، كلية الإدارة والإقتصاد - جامعة الموصل.
9. Joymay Hew . Dress making eaglemoss publication Co. Itd – 1984.
10. Schroeder,Roger,Operation Management,3rd ed,McGrow-Hill USA,1989

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License