

## المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أهمية القيمة المُضافة للمُنْتَجَات الغذائية، وتحديد الدور الذي يمكن أن تلعبه في تحقيق التفوق التنافسي، وتنبية المنتجين إلى الاستفادة من الإمكانيات المتاحة في خلق القيمة المُضافة. كما هدفت إلى قياس مستوى توافر القيمة المُضافة للمنتجات الغذائية وكذا مستوى تحقيق التفوق التنافسي لدى مصانع الأغذية في محافظة حضرموت، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين الذين يحملون المسميات الوظيفية الآتية: (مدير عام، مدير إدارة، رئيس قسم، مسؤول وحدة، مندوب مبيعات، مهندس إنتاج، مشرف فني)، وذلك في ثلاثة مصانع أغذية في محافظة حضرموت، تم اختيارها من قِبَل الباحث؛ بسبب تنوع وتعدد مُنتجاتها الغذائية، وقد قام الباحث باستخدام أسلوب الحصر الشامل للمجتمع كعينة. وتمثَّلت أداة الدراسة الرئيسة في الاستبانة التي أُعدَّت خصيصًا لهذا الغرض، حيث تم توزيع عدد (٥٠) استبانة استرجعت منها (٤٨)، وتم استبعاد عدد (٣) استبانات بسبب عدم اكتمال الأجوبة، وبذلك تكون (٤٥) استبانة صالحة للتحليل، أي ما يمثل (٩٠٪) من العينة. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في جمع وتحليل البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى توافر القيمة المُضافة للمُنْتَجَات الغذائية لدى مصانع الأغذية في محافظة حضرموت كان مرتفعاً، كما أن مستوى تحقيق التفوق التنافسي لدى المصانع المبحوثة كان مرتفعاً جداً. وأظهرت النتائج أن للقيمة المُضافة للمُنْتَجَات الغذائية دوراً إيجابياً في تحقيق التفوق التنافسي.

وقد قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات كان أهمها: العمل على زيادة فاعلية القيمة المُضافة للمنتجات الغذائية من خلال إضافة بعض الفيتامينات والبروتينات المفيدة، مع الاهتمام بوضع هدية مع المنتج أو تخصيص جوائز عينية عند شراء كمية معينة من المنتج، كما أوصت الدراسة بأهمية التركيز على تصميم عبوات المنتج بطريقة تجعل المستهلك يستفيد منها بعد استخدامه للمنتج.

# **The Role of Food Products Value Added in Achieving Competitive Advantages: A Field study in food factories in Hadhramaut**

by: Mohammed Ahmed Khamees Jarwan

Supervised by : Dr. Hani Salmeen Bal-Afair

## **Abstract**

This study aims to shed light on the importance of the added value of food products, determine the role it can play in achieving competitive advantage, and alert producers to take advantage of available means in creating added value. It also aimed to measure the level of competitive advantage achievement and value-added availability of food products in food factories in Hadhramaut Governorate. The study population was made up of all employees who hold the following job titles: (General Manager, Department Manager, Department Head, Unit Officer, Sales Representative, Production engineer, technical supervisor), in three food factories in Hadhramaut governorate, chosen by the researcher; Because of the diversity and multiplicity of its food products, the researcher used the method of comprehensive enumeration of the community as a sample. The main study tool was the questionnaire that was specially prepared for this purpose, where (50) questionnaires were distributed from which (48) were retrieved, and (3) questionnaires were excluded due to the incompleteness of the answers, thus (45) questionnaires are valid for analysis which represents (90 %) of the sample. The study adopted the descriptive analytical approach in collecting and analyzing data.

The study concluded that the level of availability of value-added for food products in food factories in Hadhramaut governorate is high, and the level of achieving competitive superiority among the factories examined is very high. The results showed that the added value of food products played a role in achieving competitive advantage.

The study presented a set of recommendations, the most important of which were: working to increase the effectiveness of the added value of food products by adding some useful vitamins and proteins, with interest in placing a gift with the product or allocating in-kind prizes when purchasing a certain quantity of the product. The Chair also recommended the importance of focusing on designing packages the product is in such a way that the consumer benefits from it after consuming the product