

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الخدمات الأساسية للغرفة التجارية في تعزيز الميزة التنافسية للحجر الفلسطيني في مصانع الحجر محافظة بيت لحم، واعتمدت الدراسة الخدمات الأساسية للغرفة التجارية وهي (التدريب، والتسويق، وتنمية الاقتصاد الوطني، وبناء الخطة الإستراتيجية) متغيراً مستقلاً، وتعزيز الميزة التنافسية وهي (الجودة، والكفاءة، والابداع، والاستجابة) متغيراً تابعاً، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي لملاءمة هذا المنهج لطبيعة الدراسة وبيئتها، وتكوّن مجتمع الدراسة من مصانع الحجر في محافظة بيت لحم، والبالغ عددهم (190) مصنعاً مسجلاً في مركز الحجر، حيث بلغ عدد الموظفين في هذه المصانع 540 فرداً، حسب إحصائية الغرفة التجارية في محافظة بيت لحم، وتم اختيار عينة قصدية من (75) مصنعاً مسجلاً في الغرفة التجارية، ووزعت عليهم (225) استبانة على الموظفين في هذه المصانع بواقع (3) استبيانات لكل مصنع، وتم استرداد (204) استبيانات صالحة للتحليل ما نسبته (90.66%)، ولفحص فرضيات الدراسة، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، و(One Way Anova)، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن مستوى الخدمات الأساسية التي تقدمها الغرفة التجارية جاء متوسطاً، وكان التدريب أعلاها في المستوى من بين الخدمات الغرفة التجارية، ثم التسويق، ثم بناء الخطط الإستراتيجية، وتنمية الاقتصاد الوطني أقلها، وأظهرت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية قوية بين الخدمات المقدمة في الغرفة التجارية، والميزة التنافسية لمنتج الحجر الفلسطيني، فكانت علاقة خدمات الغرفة التجارية إيجابية قوية وجودة المنتج والكفاءة، وإيجابية متوسطة ومستوى الإبداع، وإيجابية ضعيفة مع الاستجابة، ومن خلال النتائج السابقة، توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها أن تساهم الغرفة التجارية بحل المشكلات التي تواجه الموظفين في تقديم الخدمات في مصانع الحجر، وأن

تعمل الغرف التجارية على إيجاد معرض دائم على مدار السنة لجميع أنواع الحجر، وأن تساعد
الغرف التجارية مصانع الحجر في تحليل البيئة الداخلية لبناء الخطط الإستراتيجية المستقبلية
لتعزيز الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: خدمات الغرفة التجارية، التدريب، تنمية الاقتصاد الوطني، التسويق، بناء الخطط
الإستراتيجية، الميزة التنافسية، الجودة، الكفاءة، الإبداع، الاستجابة.