



## أكاديمية فلسطين للعلوم والتكنولوجيا

### برنامج قياس الابتكار الوطني (استبانه 2006 CIS)

تهدف هذه الدراسة إلى جمع معلومات عن الابتكار في المنتجات والإجراءات والابتكار في التسويق والابتكار التنظيمي في المؤسسات والشركات الفلسطينية، حيث تغطي معظم المسائل الجديدة أو التحسينات التي طرأت على السلع أو الخدمات أو التحسينات في العمليات والإجراءات الخاصة بالصناعة والنقل والتوزيع، إضافة إلى هذا فهي تشمل الابتكار في الأمور التنظيمية والتسويقية داخل المؤسسة.

المعلومات التي تجمع في هذا الاستبيان يمكن أن تستخدم لقياس أنشطة الابتكار في مؤسساتنا الفلسطينية، ولهذا فإننا نرجوا منكم التعاون في الإجابة على جميع الأسئلة الواردة في هذه الاستبانه.

للاستفسار عن أي من البيانات في هذه الاستبانه، الرجاء الاتصال على:

- : الاسم
- : الوظيفة
- : المؤسسة
- : تلفون
- : فاكس
- : البريد الالكتروني

القسم الأول: معلومات عامة عن المؤسسة:

اسم المؤسسة: \_\_\_\_\_  
العنوان البريدي: \_\_\_\_\_  
النشاط الرئيسي للمؤسسة: \_\_\_\_\_

1-1 هل تعتبر شركتك جزء من مجموعة شركات (المجموعة تتكون من اثنتين أو أكثر من الشركات المحددة قانونياً في إطار الملكية المشتركة، الشركات في المجموعة يمكن أن تستخدم مختلف الأسواق كما هو الحال على الصعيدين الوطني والإقليمي، ويعتبر المكتب الرئيسي جزء من مؤسسة المجموعة).

نعم  في أي بلد من البلدان يقع المكتب الرئيسي للمجموعة  
لا

إذا كانت شركتك ضمن مجموعة شركات في إطار الملكية المشتركة، الرجاء الإجابة على جميع الأسئلة فقط في الشركة التي تمثلها ضمن المجموعة ولا تتضمن إجاباتك ما يتعلق بالشركات الأخرى

2-1 في أي الأسواق الجغرافية تقوم شركتك ببيع السلع المنتجة أو الخدمات وتحديدًا خلال العامين الماضيين:

محلياً (داخل حدود المحافظة التي تتبع لها)  نعم  لا  
وطنيّاً (في المناطق الفلسطينية)  نعم  لا  
دول عربية  نعم  لا  
دول أوروبية  نعم  لا  
دول أخرى  نعم  لا

القسم الثاني: الابتكار في المنتج (السلع والخدمات)

الابتكار في المنتج يُعبر عنه في تقديم منتج جديد أو خدمات جديدة أو أن يحصل هناك تحسين كبير على المنتج والخدمات ويكون لها تأثير كبير ولموس على المؤسسة والسوق مع ملاحظة انه ليس من المهم أن يكون هذا التجديد أو التحسين الكبير تم تطويره في نفس المؤسسة أو من خلال مؤسسات أخرى

2-1 خلال الثلاث سنوات الماضية هل قامت مؤسستكم بإدخال

سلعة جديدة أو سلعة محسنة بشكل كبير  نعم  لا  
خدمات جديدة أو محسنة بشكل كبير  نعم  لا

ملاحظة: إذا كانت الإجابة على الخيارين أعلاه بلا فالرجاء الذهاب إلى سؤال 1-3

2-2 من قام بتطوير ابتكار المنتج، الرجاء اختيار الجواب الأكثر دقة

شركتك أو مجموعة الشركات التي تنضوي تحتها شركتك  
 شركتك بالتعاون مع مؤسسات أو شركات أخرى  
 شركات أو مؤسسات أخرى

## 2-3 إذا كان أي من السلع أو الخدمات المبتكرة خلال السنوات الثلاث الماضية

- **جديدة للسوق الخاص لمنتجك** شركتك قدمت سلعة أو خدمة جديدة أو محسنة بشكل كبير للسوق قبل أن يتمكن المنافسين من الشركات الأخرى تقديم مثل هذا المنتج
- **فقط جديدة لشركتك** شركتك قدمت سلعة أو خدمة جديدة أو محسنة بشكل كبير للسوق وكانت هذه الخدمة أو السلعة متواجدة في السوق من خلال الشركات المنافسة

باستخدام المعلومات أعلاه الرجاء إعطاء النسبة المئوية للعائد المادي خلال العام السابق:

- %     للسلع والخدمات المبتكرة التي تم تقديمها خلال الأعوام الثلاث وكانت جديدة على السوق
- %     للسلع والخدمات المبتكرة التي تم تقديمها خلال الأعوام الثلاث وكانت جديدة لشركتك
- %     للسلع والخدمات والتي لم تتغير أو أنها تغيرت بشكل طفيف خلال الأعوام الثلاث الماضية وهذا يشمل بيع منتجات أو خدمات تم شرائها من شركات أخرى
- %     العائد الكلي

## القسم الثالث: الابتكار في الأمور الإجرائية

وهو يشمل تنفيذ إجراءات محسنة بشكل كبير أو جديد كلياً في الإنتاج، وطريقة التوزيع وتلك التي تدعم المنتج والخدمات

## 1-3 خلال السنوات الثلاث الماضية هل قامت شركتك بعرض

- نعم ○ لا أساليب جديدة أو محسنة للتصنيع والإنتاج للسلع والخدمات
- نعم ○ لا أساليب جديدة أو محسنة في طرق التوزيع للسلع والخدمات
- نعم ○ لا أساليب جديدة أو محسنة تدعم النشاطات الإجرائية مثل نظم الصيانة، عمليات الشراء، العمليات المحوسبة

ملاحظة: إذا كانت الإجابة لجميع الخيارات أعلاه بلا فالرجاء الذهاب إلى القسم الرابع.

## 2-3 من قام بتطوير الابتكار في الأمور الإجرائية، الرجاء اختيار الجواب الأكثر دقة

- شركتك أو مجموعة الشركات التي تنضوي تحتها شركتك
- شركتك بالتعاون مع مؤسسات أو شركات أخرى
- شركات أو مؤسسات أخرى

#### القسم الرابع: أنشطة الابتكار الجارية أو التي تم التخلي عنها

حيث تشمل أنشطة الابتكار شراء الآلات، المعدات، البرمجيات، تراخيص العمل، العمل الهندسي والتطويري، التدريب، التسويق، والبحث والتطوير والذي يهدف لتطوير أو تنفيذ ابتكار في المنتج أو الأمور الإجرائية.

1-4 هل قامت شركتك بأي نشاط ابتكاري لتطوير منتج أو أمور إجرائية والتي لم يتم إتمامها خلال الثلاث سنوات الماضية، أو تقوم شركتك بأي نشاط ابتكاري حاليا ولكن لم يتبلور حتى الآن.

نعم  
لا

ملاحظة: إذا كانت شركتك لا يوجد فيها ابتكار في المنتج أو في إجراءات الإنتاج خلال السنوات ثلاث الماضية (أي إذا كانت إجابتك في الأسئلة 1-2، 1-3، 1-4، 1-4 بلا) فالرجاء الذهاب إلى السؤال 2-8

#### القسم الخامس: أنشطة الابتكار والنفقات

1-5 هل انخرطت شركتك في النشاطات الابتكارية التالية خلال السنوات الثلاث الماضية.

- البحث والتطوير داخل إطار المؤسسة
- بحيث تشمل العمل الإبداعي داخل شركتكم لزيادة المعرفة واستخدامها لاستنباط أساليب جديدة أو محسنة بشكل كبير للمنتج أو العمليات الإجرائية.
- إذا كان الجواب نعم هل قامت شركتكم بإنجاز عمل بحثي وتطويري خلال الثلاث سنوات الماضية
- نفس النشاطات أعلاه، ولكن قامت بها شركات أخرى (أو شركة من ضمن إطار المجموعة التي تنضوي تحتها شركتكم) أو من قبل مؤسسة بحثية من القطاع العام أو الخاص وتم شرائها من قبل شركتكم
- شراء الآلات، المعدات المتقدمة، البرمجيات، الحواسيب لإنتاج سلع أو عمليات إجرائية جديدة أو محسنة
- كشراء أو ترخيص براءات اختراع مسجلة أو غير مسجلة أو أي نوع آخر من المعرفة من شركة أو مؤسسة أخرى
- تدريب الموظفين والعاملين سواء داخل أو خارج المؤسسة وتحديدًا لتطوير أو إدخال أساليب جديدة أو محسنة بشكل كبير للمنتج أو العمليات الإجرائية
- وتشمل نشاطات تسويقية للسلع والخدمات الجديدة أو المحسنة بشكل كبير بما في ذلك البحث التسويقي وإطلاق الإعلانات
- من حيث الإجراءات والتحضيرات التقنية لتنفيذ أو تحسين أساليب جديدة أو محسنة للمنتجات والعمليات والتي لم يعمل بها من قبل الآخرين
- شراء الآلات، المعدات، البرمجيات
- اكتساب المعرفة من الخارج
- التدريب
- إدخال الابتكار في التسويق
- تحضيرات أخرى

2-5 الرجاء تقدير مقدار النفقات لكل من النشاطات الابتكارية الأربعة التالية للسنة الماضية 2007 (وتشمل الموظفين والتكاليف ذات الصلة) التقدير بالدولار الأمريكي:

البحث والتطوير داخل إطار المؤسسة (تتضمن رأسمال النفقات للمباني والمعدات المخصصة للبحث والتطوير


البحث والتطوير خارج إطار المؤسسة

شراء الآلات، المعدات، البرمجيات

اكتساب المعرفة الخارجية

المجموع الكلي

3-5 خلال الثلاث سنوات الماضية، هل تلقت شركتك دعماً مالياً لأنشطة الابتكار من أي من المستويات التالية

- محلياً  
إقليمياً  
المؤسسات الحكومية (الوزارات)  
الاتحاد الأوروبي،  
إذا كان الجواب نعم، هل شاركت شركتك في إطار الدعم الخاص- البرنامج السادس (FP6) للاتحاد الأوروبي للبحث والتطوير التقني  
بلدان أخرى
- نعم  
○ لا  
○ نعم  
○ لا  
○ نعم  
○ لا  
○ نعم  
○ لا

سادساً: مصادر المعلومات والتعاون في أنشطة الابتكار

1-6 ما مدى الأهمية التي أوليتموها خلال السنوات الثلاث الماضية فيما يتعلق بالابتكار لمصادر المعلومات التالية (مصادر المعلومات التي تقدم معلومات لمشروع ابتكاري جديد أو تساهم في إنجاز مشاريع ابتكارية قائمة)

مصدر المعلومة	درجة الأهمية
داخلي مصادر السوق	○ عالية ○ متوسطة ○ منخفضة ○ لم تستخدم
مصادر مؤسسية مصادر أخرى	○ عالية ○ متوسطة ○ منخفضة ○ لم تستخدم
ضمن شركتك أو مجموعة الشركات الموردون للمعدات والمواد والبرمجيات، الزبائن والعملاء المنافسين أو شركات أخرى تعمل في نفس القطاع لشركتك الخبراء الاستشاريون، المختبرات التجارية، مراكز البحث والتطوير الجامعات ومؤسسات التعليم العالي الحكومة ومراكز الأبحاث المؤتمرات، المعارض التجارية، المعارض، المجلات العلمية والمنشورات التجارية والتقنية، الجمعيات واتحاد الصناعات	○ عالية ○ متوسطة ○ منخفضة ○ لم تستخدم

2-6 خلال السنوات الثلاث الماضية، هل تعاونت شركتكم مع الشركات الأخرى في نشاطاتكم الأبتكارية

- نعم  
○ لا  
الرجاء الذهاب للسؤال 1-7

3-6 الرجاء تبيان نوع الشركاء المتعاونون ومكان تواجدهم

نوع الشركاء المتعاونون	بلدكم	الاتحاد الأوروبي	الولايات المتحدة	بلدان أخرى
شركات أخرى من ضمن مجموعة الشركات التي تتضوي تحتها شركتكم	○ بلدكم	○ الاتحاد الأوروبي	○ الولايات المتحدة	○ بلدان أخرى
الموردين للمعدات والمواد والمكونات والبرامج الزبائن والعملاء المنافسين أو شركات أخرى تعمل في نفس القطاع الذي تعملون فيه	○ بلدكم	○ الاتحاد الأوروبي	○ الولايات المتحدة	○ بلدان أخرى
الخبراء الاستشاريون، المختبرات التجارية، مراكز البحث والتطوير	○ بلدكم	○ الاتحاد الأوروبي	○ الولايات المتحدة	○ بلدان أخرى
الجامعات ومؤسسات التعليم العالي الحكومة ومراكز الأبحاث	○ بلدكم	○ الاتحاد الأوروبي	○ الولايات المتحدة	○ بلدان أخرى



## القسم التاسع: حقوق الملكية الفكرية

9-1 خلال السنوات الثلاث الماضية، هل قامت شركتك

- |                                   |                           |                          |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| تقديم طلب للحصول على براءة اختراع | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |
| تسجيل تصاميم صناعية               | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |
| تسجيل علامة تجارية                | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |
| المطالبة بحقوق الطبع والنشر       | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |

## القسم العاشر: الابتكار المؤسسي

الابتكار المؤسسي هو تطبيق طرق مؤسسية جديدة تستخدم لأول مرة في إدارة الأعمال في شركتك (بما يشمل إدارة المعرفة الاقتصادية والصناعية) أو بالبداية بعلاقات مع مؤسسات من الخارج لم تكن معروفة من قبل شركتك، هذه الأمور تكون من خلال قرار استراتيجي مأخوذ من قبل إدارة الشركة.

10-1 خلال السنوات الثلاث الماضية، هل أدخلت وعرضت شركتك

- |   |                           |                          |
|---|---------------------------|--------------------------|
| ممارسات تجارية جديدة للإجراءات أو لتنظيم العمل مثل إدارة التوريد، الأعمال الهندسية، الإنتاج، إدارة الجودة، نظام للتعليم والتدريب.                           | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |
| نظم إدارية جديدة للمعرفة لتحسين استخدام أو تبادل المعلومات والمعرفة والمهارات داخل شركتك أو خارجها.   | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |
| أساليب جديدة للمؤسسة لتوزيع المسؤوليات واتخاذ القرار مثل استخدام نظام جديد لمسئوليات الموظفين والعمل الجماعي واللامركزية والعمل التكاملية للأقسام المختلفة. | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |
| أساليب جديدة لتنظيم العلاقات الخارجية مع شركات أخرى أو مؤسسات عامة مثل عقد تحالفات واتفاقيات وإيجاد شراكات.   | <input type="radio"/> نعم | <input type="radio"/> لا |

ملاحظة: إذا كان الجواب بلا لجميع الخيارات فالرجاء الذهاب إلى السؤال 11

10-2 من طور هذا الابتكار التنظيمي

- |                       |  |
|-----------------------|--|
| <input type="radio"/> | شركتك أو مجموعة الشركات التي تنصوي تحتها شركتك                   |
| <input type="radio"/> | شركتك بالتعاون مع مؤسسات أو شركات أخرى (تضم الخبراء الاستشاريون) |
| <input type="radio"/> | شركات أو مؤسسات أخرى (تضم الخبراء الاستشاريون)                   |

10-3، إلى أي مدى من الأهمية كان لإدخال الابتكار المؤسسي على شركتكم خلال السنوات الثلاث الماضية أثر على البنود التالية

- |  |                             |                              |                              |                                |
|--|-----------------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| تقليل الوقت للرد على احتياجات العميل أو المورد | <input type="radio"/> عالية | <input type="radio"/> متوسطة | <input type="radio"/> منخفضة | <input type="radio"/> لا علاقة |
| تحسين نوعية السلع أو الخدمات التي تقدمها شركتك | <input type="radio"/> عالية | <input type="radio"/> متوسطة | <input type="radio"/> منخفضة | <input type="radio"/> لا علاقة |
| خفض تكاليف الإنتاج                             | <input type="radio"/> عالية | <input type="radio"/> متوسطة | <input type="radio"/> منخفضة | <input type="radio"/> لا علاقة |
| تحسين رضا الموظفين وأوضاعهم المادية            | <input type="radio"/> عالية | <input type="radio"/> متوسطة | <input type="radio"/> منخفضة | <input type="radio"/> لا علاقة |
| تحسين الاتصالات وتبادل المعلومات               | <input type="radio"/> عالية | <input type="radio"/> متوسطة | <input type="radio"/> منخفضة | <input type="radio"/> لا علاقة |

### القسم الحادي عشر: الابتكار في التسويق

الابتكار في التسويق هو تنفيذ مفهوم أو استراتيجية جديدة للتسويق تختلف عما هو موجود، وتتطلب تغير ملحوظ في تصميم المنتج أو التغليف، أو في ترويج المنتجات والأسعار. (تستبعد التنزيلات الموسمية أو التغييرات الروتينية في أساليب التسويق)

11-1 خلال السنوات الثلاث الماضية، هل أدخلت شركتك الابتكارات التسويقية التالية

- تغييرات كبيرة على تصميم المنتج أو التغليف للسلع أو تغييرات جذرية على الخدمات المقدمة  نعم  لا
- تقنيات جديدة أو وسائل إعلامية لترويج المنتجات  نعم  لا
- أساليب جديدة لإيجاد وكلاء توزيع للمنتج أو الخدمات وأساليب جديدة لقنوات البيع مثل الاستخدام لأول مرة لحق الامتياز وتوزيع الرخص والبيع المباشر وإدخال مفاهيم جديدة لعرض المنتجات  نعم  لا
- أساليب جديدة لتسعير السلع أو الخدمات مثل تغيير الأسعار عند الطلب ونظام الخصم  نعم  لا

ملاحظة: إذا كان الجواب بلا لجميع الخيارات فالرجاء الذهاب إلى السؤال 12

10-2 من طور هذا الابتكار التنظيمي

- شركتك أو مجموعة الشركات التي تنصوي تحتها شركتك
- شركتك بالتعاون مع مؤسسات أو شركات أخرى (تضم الخبراء الاستشاريون)
- شركات أو مؤسسات أخرى (تضم الخبراء الاستشاريون)

10-3 ، بعد إدخال الابتكار التسويقي على شركتكم خلال السنوات الثلاث الماضية، إلى أي مدى من الأهمية كان تأثير البنود التالية

- زيادة أو المحافظة على حصتها في السوق  عالية  متوسطة  منخفضة  لا علاقة
- عرض المنتجات على أسواق جديدة أو زبائن جدد  عالية  متوسطة  منخفضة  لا علاقة
- زيادة إبراز المنتجات والأعمال التجارية  عالية  متوسطة  منخفضة  لا علاقة
- تحسين القدرة على الاستجابة لاحتياجات العملاء  عالية  متوسطة  منخفضة  لا علاقة

### القسم الثاني عشر: معلومات اقتصادية عن شركتك

12-1 ما الإجمالي الكلي لحركة المبيعات من سلع وخدمات في السوق للعام 2007 و العام 2009 ( تشمل جميع الضرائب باستثناء ضريبة القيمة المضافة)

2009

2007

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

12-2 ما عدد الموظفين والعاملون في شركتك للعام 2007 و العام 2009

2009

2007

--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--



## ملحق: دليل الاستبانة

هذا الملحق يوفر دليلاً يمكن من خلاله فهم أسئلة الاستبانة والإجابة عليها بشكل واضح، حيث أن الاستبانة تتعلق بالابتكار الذي يمكن قياسه من خلال أسئلة الاستبانة أو تحديده مستقبلاً.

### ويمكن أن يكون الابتكار في التالية:

- 1- إدخال سلعة أو خدمة جديدة
- 2- الابتكار في الإجراءات، استخدام إجراءات خاصة بالإنتاج أو بتقديم الخدمة وتعتبر جديدة
- 3- الابتكار في التسويق، وهو ما يتعلق بأساليب جديدة يمكن أن تعزز تسويق المنتج
- 4- الابتكار المؤسساتي، وهو يتعلق بمأسسة أي من الإجراءات الاقتصادية لخدمة الهدف التي تسعى له المؤسسة

### أمثلة على الابتكار

#### أولاً: الابتكار في المنتج السلعة

- استخدام مواد محسنة في إنتاج المنتج.
- استخدام أدوات عالية التقنية في الإنتاج وهذا يشمل النقل والاتصالات والدعاية والإعلان والبرامج الحاسوبية والحواسيب المتقدمة.
- استخدام مواد ثبتت فاعليتها إيجابياً للصحة العامة والبيئة بشكل عام.
- إنتاج تجهيزات تقل بشكل كبير من استهلاك الطاقة.
- استخدام أو إنتاج منتجات حسب المعايير البيئية المتعارف عليها (ISO, EMS, ...).
- استخدام تكنولوجيا التحكم في الإنتاج أو المنتج.
- استخدام أو إنتاج مواد طيبة لها قدرة وفاعلية تم إثباتها.

#### الخدمات

- خدمات جديدة تيسر وتسهل للزبائن الحصول على المنتج أو الخدمة.
- استخدام الانترنت أو تكنولوجيا الاتصالات في تزويد الخدمة أو تسهيل الحصول على الخدمة.
- استخدام وسائل الاتصالات الحديثة في تقديم المشورة والمعلومات الخاصة بالخدمة.
- استخدام نماذج جديدة التي تتضمن كفاءة المنتج وتضمن الخدمة ما بعد البيع.
- استخدام خدمات جديدة للدفع مقابل المنتج مثل التقسيط المريح أو أي من هذه الخدمات.
- إنشاء صفحة على الانترنت خاصة بالخدمات ويمكن للزبائن استخدامها بدون تكلفة وتقديم المعلومات ووظائف الدعم للمنتجات بشكل حر.
- استخدام أي من البطاقات البلاستيكية متعددة الأغراض لتسويق وتحسين الخدمة أو المنتج.
- استخدام بطاقات التعريف للمنتجات وشموليتها لكافة المواصفات التي تهتم الزبائن.

#### ثانياً: الابتكار في الإجراءات

- تثبيت وإنشاء تكنولوجيا محسنة تستخدم الأتمتة الصناعية والمجسات ذات الدقة العالية من أجل الحصول على منتج جيد أو خدمة جيدة.
- استخدام الليزر في عمليات الإنتاج.
- استخدام الأتمتة في عملية التعبئة والتغليف.
- استخدام الحواسيب في تطوير المنتجات أو الخدمات.
- استخدام الأنظمة الرقمية في طباعة البيانات التعريفية أو غيرها.
- استخدام المعدات المحوسبة في مراقبة جودة الإنتاج.
- استخدام معدات محسنة لفحص المنتجات ومراقبتها.
- استخدام الحواسيب والمساحات الضوئية في تسجيل المواد والبضائع وفي التخزين.
- استخدام بطاقة الترميز المتعارف عليها خلال عملية الإنتاج.
- استخدام النظام العالمي لتحديد المواقع لإيصال التجهيزات.

- استخدام برامج جديدة أو تحسين البرامج المستخدمة والتي تضمن تحسين أنظمة الشراء والأنظمة المحاسبية وأنظمة الصيانة.
- تحديث شبكات حاسوبيه جديدة لتطوير عملية الإرسال للمنتجات.

### ثالثاً: الابتكار في التسويق

- استخدام وسائل جديدة في التسويق والتي تشتمل على تغيير كبير في تصميم المنتج في تغليفه وفي تسويقه وتسعيه في نفس الوقت.
- استخدام انظمه الانترنت للإعلان عن المنتجات والأسعار الجديدة.
- استخدام أساليب ترويجية تضمن حصول الزبائن من خلال هذه الأساليب على أسعار مميزة.

### رابعاً: الابتكار المؤسسي

- استخدام طرق تنظيمية أو ما يعرف بماسسة الإجراءات داخل العمل أو بالعلاقة مع الخارج وهي تستخدم لأول مرة من خلال المؤسسة وهذا يشمل إنشاء قواعد معلومات جديدة لأفضل الاستخدامات ودروس معرفية يمكن أن تكون مفتوحة للزبائن للإطلاع عليها.
- إدخال برامج جديدة خاصة بتدريب الفنيين والموظفين وتهيئتهم لتحمل المسؤولية داخل المؤسسة.
- استخدام اللامركزية في تنفيذ المسؤوليات الخاصة بالمؤسسة في عمليات الإنتاج والتسويق.
- استخدام جديد لأنظمة الإبلاغ عن الأخطاء أو الحوادث التي من الممكن أن يسببها المنتج والتعامل مع هذه الأمور بجديّة.
- إدخال معايير جديدة لمراقبة الجودة خارج المؤسسة والخاصة بتعاملات الوكلاء والوكلاء من الباطن.
- الدخول في تعاون بحثي مع الجامعات أو المؤسسات البحثية لخدمة المؤسسة وما تقوم به.