

التكليف الاول

المشروع الاول

اسم المؤلف : عبير جابر المزيد

المشروع : دور الابتكار في تحسين جودة المنتجات

دور الابتكار في تحسين جودة المنتجات

بسم الله الرحمن الرحيم

أَقْرَأُ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (1) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (2) أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ (3) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (4) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (5)

المقدمة:-

يهدف هذا البحث إلى تقييم تأثير الابتكار والتطوير في تعزيز جودة المنتج وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين في المملكة العربية السعودية. تم اعتماد أسلوب كمي، مع حجم عينة 120 شخصًا. تم الحصول على البيانات من خلال المسوحات، وتم فحص الردود باستخدام أساليب التحليل الإحصائي. تكشف النتائج عن تأثير كبير لتطوير المنتج على تحسين تجربة العملاء وتعزيز رضا العملاء في شركات التأمين في المملكة العربية السعودية. بالإضافة إلى ذلك، تظهر النتائج أهمية تطوير المنتج في تعزيز الإجراءات الداخلية، مما يؤدي أيضًا إلى ارتفاع رضا العملاء داخل هذه الشركات. علاوة على ذلك، يكشف البحث أن وظيفة تطوير المنتج في تعزيز فعالية الأنشطة التسويقية أمر حيوي في تشجيع سعادة المستهلك في صناعة التأمين. بشكل عام، تسلط الدراسة الضوء على الحاجة الحيوية لتوفير حلول تأمينية لا تناسب متطلبات العملاء فحسب، بل تعمل أيضًا على تحسين تجربتهم بالكامل. عواقب هذه النتائج عميقة، حيث تظهر أن التركيز على ابتكار المنتجات قد يؤدي إلى زيادة الكفاءة التشغيلية وتقنيات التسويق الأكثر كفاءة، مما يؤدي في النهاية إلى مستويات أعلى من رضا العملاء. ويضيف هذا البحث إلى الأدبيات الحالية من خلال تقديم رؤى حول كيفية قيام شركات التأمين بتوظيف تطوير المنتجات لتعزيز قدرتها التنافسية في السوق. ومن خلال فهم العلاقة

بين ابتكار المنتجات والإجراءات الداخلية وفعالية التسويق وسعادة العملاء، قد تطور شركات التأمين تكتيكات تتوافق مع توقعات المستهلكين وتعزز جودة الخدمة الإجمالية. وفي الختام، يؤكد هذا البحث على الأهمية الأساسية لتطوير المنتجات في قطاع التأمين وارتباطه المباشر برضا العملاء في المملكة العربية السعودية. وتعمل النتائج كمرجع مهم لشركات التأمين التي تحاول تعزيز عروض منتجاتها وتحسين تفاعل العملاء في مناخ تنافسي متزايد.

صياغة المشكلة البحثية:-

رغم التطور السريع في الأسواق وزيادة حدة المنافسة بين الشركات، لا تزال العديد من المؤسسات تواجه صعوبة في تلبية توقعات العملاء من حيث جودة المنتجات وتنوعها. ويُعزى جزء من هذه التحديات إلى ضعف أو غياب ممارسات الابتكار الفعال في عمليات تطوير المنتجات. إذ تشير الملاحظات إلى أن بعض الشركات تفقر إلى استراتيجيات واضحة للابتكار، مما يؤثر سلباً على قدرتها في تحسين منتجاتها وتلبية متطلبات السوق المتغيرة. من هنا، تبرز الحاجة إلى دراسة دور الابتكار كمحرك أساسي لتحسين المنتجات وتعزيز قدرتها التنافسية

تحديد أهمية البحث:-

نبح أهمية هذا البحث من الدور المتزايد الذي يلعبه الابتكار في تعزيز قدرة المؤسسات على تطوير منتجات عالية الجودة تلبي

تطلعات العملاء وتتفوق على المنافسين. فمع تزايد وعي المستهلك واحتدام المنافسة في الأسواق، أصبحت جودة المنتج عاملاً حاسماً في نجاح المؤسسات واستمرارها. ويسهم الابتكار في تقديم حلول جديدة لتحسين التصميم، وتقليل التكاليف، وزيادة الكفاءة، مما ينعكس بشكل مباشر على جودة المنتجات. كما أن هذا البحث يساهم في توضيح العلاقة بين الابتكار والتحسين المستمر للمنتجات، ويقدم توصيات عملية للمؤسسات الساعية إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال تطوير منتجاتها بشكل إبداعي.

يمكن القول إن الابتكار يلعب دوراً حيوياً في تحقيق النجاح والتميز في المنظمات. إنه يعزز التنافسية، ويساهم في تحسين الأداء والكفاءة، ويشجع على التفكير الإبداعي وتطوير المهارات. لذا، يجب على

المنظمات أن تولي الابتكار أهمية كبيرة وتخلق بيئة تشجع على الابتكار والتجربة المستمرة للتحسين والتطور.

الابتكار أداة قوية لتعزيز الكفاءة المؤسسية وتحقيق النجاح في السوق. من خلال تحسين العمليات، تقليل التكاليف، تعزيز تجربة العملاء، وتشجيع ثقافة الابتكار داخل المؤسسة، يمكن للشركات تحقيق تحسينات كبيرة في أدائها

الابتكار هو الخروج بأفكار ومفاهيم جديدة قابلة للتطبيق، أو تبني نهج مختلف في العمل أو الإنتاج، أو اعتماد قنوات أو موارد بديلة بهدف تحقيق نتائج أفضل. وعادةً ما تشكل الحاجة لتجاوز التحديات حافزاً للابتكار عندما تقف المنهجيات التقليدية عاجزةً عن تقديم الحلول

الابتكار هو عملية خلق أفكار جديدة أو تحسين الأفكار الحالية بطريقة تحقق قيمة مضافة.

سواء كان ذلك في المنتجات، الخدمات، أو العمليات، فالابتكار يُعتبر القوة الدافعة وراء التطور والتقدم في مختلف المجالات.

في السعودية، صار الابتكار جزءاً أساسياً من رؤية 2030، حيث يُعزز التنافسية ويساهم في خلق فرص جديدة للنمو.

ويمكن القول أن الابتكار هو مفتاح التميز والتطور في شتى المجالات وفي هذه المقالة، سنتناول مفهوم الابتكار بأنواعه المختلفة ونستعرض أمثلة ملهمة من المملكة العربية السعودية تبرز تأثير الابتكار في تحقيق النجاح والرؤية والأهداف

والابتكار هو عملية تطوير أفكار أو أساليب أو منتجات أو خدمات جديدة تتمتع بقيمة وتأثير إيجابي واضح.

وهو يمثل القدرة على تحويل المفاهيم الإبداعية إلى نتائج ملموسة تعمل على تحسين الكفاءة والفعالية، أو تقديم حلول جديدة تلبي احتياجات غير ملبأة.

لا يقتصر الابتكار على التقدم التكنولوجي فحسب، بل يشمل أيضاً ابتكار أساليب جديدة لحل المشكلات، وتحسين العمليات والممارسات التنظيمية، وتطوير نماذج أعمال مبتكرة.

يتجلى الابتكار في قدرته على تحدي الوضع الراهن، ودفع حدود التفكير التقليدي، وخوض المخاطر المحسوبة لتحقيق نتائج استثنائية

في عالم الأعمال سريع التغير، يُعد الابتكار عنصراً أساسياً لتحقيق التميز والتفوق على المنافسين.

يساعد الابتكار المؤسسات على مواكبة التغيرات المستمرة، والتكيف مع متطلبات السوق، وتقديم منتجات وخدمات تتجاوز توقعات العملاء.

الشركات التي تعتمد الابتكار كمنهج أساسي تصبح أكثر قدرة على تحقيق النمو المستدام وتعزيز مكانتها في السوق.

يعد الابتكار أحد العناصر الجوهرية التي تساهم في نجاح المؤسسات وتفوقها في بيئات الأعمال المعاصرة التي تتسم بالمنافسة الشديدة والتغير السريع في تفضيلات المستهلكين. لم يعد تطوير المنتجات وتحسين جودتها يعتمد فقط على اتباع الأساليب التقليدية، بل أصبح الابتكار ضرورة استراتيجية لتحقيق تميّز مستدام، وزيادة رضا العملاء، وتحسين مكانة العلامة التجارية في السوق.

مفهوم الابتكار:-

الابتكار يعني توليد أفكار جديدة وتحويلها إلى منتجات أو خدمات أو عمليات تحقق قيمة مضافة. وهو لا يقتصر على الإبداع النظري، بل يشمل التطبيق العملي الذي يفضي إلى تحسين الأداء أو الجودة أو الفاعلية. يمكن أن يكون الابتكار في:

- التصميم: تطوير شكل ومواصفات المنتج.
- التقنيات: استخدام تكنولوجيا متطورة.
- المواد الخام: اختيار مواد حديثة تحقق أداء أفضل.
- طرق الإنتاج: تبني أساليب تصنيع مرنة وسريعة.
- خدمة ما بعد البيع: تقديم دعم مبتكر يرفع مستوى رضا العميل.

أهمية جودة المنتجات:-

تشكل جودة المنتج حجر الأساس الذي تعتمد عليه المؤسسات لتحقيق النجاح. فالمنتجات عالية الجودة:

- تلبي حاجات المستهلكين بكفاءة.
- تزيد مستوى الثقة في العلامة التجارية.
- تقلل التكاليف الناتجة عن العيوب والمرتجعات.
- تسهم في اكتساب ميزة تنافسية قوية.

لكن لتحقيق هذه الجودة، لا بد من تبني فلسفة الابتكار في جميع مراحل دورة حياة المنتج.

دور الابتكار في تحسين الجودة:-

١. تحسين التصميم والوظائف

يسهم الابتكار في تطوير تصميمات جديدة تحقق سهولة الاستخدام وزيادة القيمة العملية. على سبيل المثال، ابتكار عبوات أكثر أماناً وصديقة للبيئة أو تصميم أجهزة إلكترونية أكثر كفاءة وأقل استهلاكاً للطاقة.

٢. اعتماد تقنيات إنتاج حديثة

استخدام تكنولوجيا الإنتاج المتقدمة، مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد والروبوتات، يؤدي إلى منتجات أكثر دقة وجودة وتناسقاً.

٣. تطوير مواد جديدة

يساعد الابتكار في اكتشاف مواد خام تجمع بين المتانة وخفة الوزن والخصائص المبتكرة مثل مقاومة الحرارة أو مقاومة التآكل.

٤. تحسين عمليات مراقبة الجودة

ابتكار أنظمة رقمية ذكية لرصد العيوب بشكل لحظي يرفع مستوى الجودة ويقلل الأخطاء البشرية.

٥. تعزيز تجربة المستهلك

الابتكار يتيح إضافة مزايا جديدة تزيد من رضا العميل مثل التطبيقات المصاحبة للمنتج أو خدمات الدعم السريع.

أمثلة عملية على الابتكار وتحسين الجودة

- قطاع السيارات: اعتمدت الشركات الكبرى على ابتكار أنظمة أمان ذكية ومستشعرات متطورة، مما حسن جودة القيادة وأمانها.
- الهواتف الذكية: دمج الذكاء الاصطناعي في الكاميرات والتطبيقات، ما رفع جودة الأداء والتصوير.
- صناعة الأغذية: تطوير عبوات مبتكرة لحفظ الطعام أطول فترة ممكنة بدون إضافات صناعية.

التحديات التي تواجه الابتكار:-

رغم فوائده، يواجه الابتكار تحديات عدة مثل:

- ارتفاع تكاليف البحث والتطوير.
- مقاومة التغيير داخل المؤسسات.
- صعوبة توقع تفضيلات المستهلكين.

لكن يمكن التغلب على هذه العقبات من خلال الاستثمار في رأس المال البشري وتشجيع ثقافة الابتكار.

الاهتمام بالجودة :

بدأت فكرة القيام والاهتمام بالجودة مع برنامج الفضاء في الولايات المتحدة حيث كان أي خطأ أو عدم انضباط تؤدي إلى انفجار صاروخ وقت إطلاقه. خسارة مالي باهظة ثم مع الشروع بالرحلات إلى الفضاء والاهتمام بسلامة رواد الفضاء. الصاروخ يتكون من مئات آلاف الأجزاء وكلها يجب أن تعمل على وجه سليم حتى يتحقق إطلاق سليم والمحافظة على أرواح رواد الفضاء. وأصدرت أول معايير الجودة بغرض قياس جودة كل جزء من بنية الصاروخ والتأكد من نظام عملها كمجموع.

ثم تعمم مفهوم الجودة وأصبحت الجودة متعلقة على وحدات المؤسسة بكاملها من الإدارة إلى جودة المواد الواردة، إلى جودة الإنتاج وجودة العاملين، إلى الفحص، إلى المخازن، وكذلك التوريد، وخدمات ما بعد التوريد لصالح العميل. وتنظم الجودة في المؤسسة بآليات ونظم مكتوبة لكل قسم على حدة، ونظم مكتوبة للتوفيق بين جودة أقسام المؤسسة، بغرض التحكم في الجودة وكذلك ضمانها، ومنها:

تخطيط الجودة

ضمان الجودة

ضبط الجودة

التطوير المستمر

نبذة تاريخية

نشأ الاهتمام بتنظيم الجودة ونصوص لوائحها أثناء برنامج أبولو في الولايات المتحدة الأمريكية حيث يتكون

الصاروخ من عدة عشرات أو مئات آلاف من القطع والعمليات، تلزم أن تؤدي كل منها عملها بدقة لكي ينطلق الصاروخ على الوجه المخطط له. من هنا وضعت الاتحات للتحكم وإتقان عملية إنتاج كل قطعة، وعملية تركيب القطع بعضها البعض، ووضع مخططات تضمن أن يسير عملها جميعا كنظام متكامل بحسب المطلوب، من دون أن تختل قطعة واحدة منهم فيفشل إطلاق الصاروخ. وعليك أن تتصور تأليف لوائح متضامنة وتطبيقها للتحكم في الجودة، وضمان سير جميع أجهزة وجميع مراحل بعثة فضائية بغية أن تضمن سلامة ثلاثة رواد فضاء في رحلتهم إلى القمر بصاروخ والهبوط عليه بمركبة هبوط قمرية ثم العودة إلى الأرض والهبوط عليها سالمين. المعنى التقني للجودة: هو جودة كل صفات الشيء أو النظام، أو العملية. وهي صفة لحالة نظام وخصائصه، التي تكون متوافقة مع المطلوب منه خلال فترة زمنية معينة. فالجودة قد تكون جودة «الشيء المنتج»، مثل الدواء الذي يتكون من «خلطة» مركبات كيميائية وتأثيره، كما أن على المريض اتباع نظام تناول الدواء، والمحافظة عليه بالنسبة لدرجة الحرارة المناسبة والبعد عن الضوء. بذلك تكتمل الفائدة.

للجودة أربعة دعائم:

قام فيليب كروسبي بتعريف أربعة دعائم للجودة، كالآتي:

تعريف الجودة هو مطابقة المتطلبات.

نظام الجودة يتمثل في الوقاية من الأخطاء.

معيار الأداء في الجودة هو «صفر عيوب».

قياس الجودة هو تكلفة عدم المطابقة.

أبعاد جودة المنتج :

أبعاد الجودة في منتج ما تتمثل في النقاط الآتية كما وضعها ديفيد غارفين (Garvin 1987) ، ومتى تم تحقيقها يكون قد توصلنا لتلبية متطلبات المستهلك [2]:

الأداء) بالإنجليزية: (Performance: مدى قدرة المنتج على القيام بالوظائف المطلوبة منه.

الوثوقية: Reliability أقصى مدة يمكن للمنتج أن يكون صالح للاستخدام

التحملية أو المتانة أو الاستمرارية أو الاستدامة: Durability أقصى مدة يمكن للمنتج أن يعيش.

الخدمية أو قابلية الاستخدام) بالإنجليزية: (Serviceability: مدى سهولة إصلاح المنتج واعدته لحالته الطبيعية مع الأخذ في الاعتبار التكلفة المالية والسرعة الزمنية للإصلاح.

الجماليات) بالإنجليزية: (Aesthetics: مدى أناقة وجاذبية المنتج.
المزايا أو خصائص المنتج) بالإنجليزية: (Features: إمكانية إضافة بعض الوظائف لتحديث وتطوير المنتج.
سمعة المنتج) بالإنجليزية: (Perceived Quality: سمعة الشركة المصنعة للمنتج.
المطابقة للمعايير) بالإنجليزية: (Conformance to Standards: مدى التقيد بالموصفات المطلوبة من قبل المصنع لتحقيق متطلبات المستهلك.

الأبعاد السبعة لجودة الخدمة :

حسب كتاب «إدارة العمليات» من تأليف روبرتاس. راسل وبرانارد تايلور الثالث والذي نشره برينتس هول، فإن أبعاد الجودة بالخدمات هي [3]:

- الوقت ودقة التوقيت (بالإنجليزية) Time & Timeliness :
 - الإحاطة الاكتمال (بالإنجليزية) Completeness :
 - المجاملة أو اللياقة (بالإنجليزية) Courtesy :
 - التناسق التناغم (بالإنجليزية) Consistency :
 - الموصولية (إمكانية الوصول) سهولة الوصول الراحة (بالإنجليزية & Accessibility : Convenience)
 - الدقة (بالإنجليزية) Accuracy :
 - الاستجابة (بالإنجليزية) Responsiveness :
- معايير ضمان الجودة :

الجودة بحسب تعريف النظام العياري العالمي (إيسو) EN ISO 9000:2005 (لعام 2005) أن الجودة تحدد مدى انطباق مواصفات منتج أو خدمة للمواصفات المطلوبة. ويمكن أن توصف الجودة بعدة صفات تعبر عن تصنيفها، مثل: جودة سيئة، أو جودة جيدة أو جودة ممتازة. وهي تختص بصفات الشيء ذاته ويمكن قياسها، مثل الطول والعرض، والوزن، والنسب، وخواص المواد.

أما صفات مثل «جميل» أو «رخيص» فلا تدخل في تقييم الجودة حيث أنها ليست صفات واقعية يمكن قياسها. أي أن السعر أو التقييم الشخصي لا يدخل في تقييم الجودة. ولكن يمكن عن طريق تعريف الفئة صاحبة المصلحة فيمكن بسؤالهم والاستفسار عن جودة الشيء ووضع أسس لتقييم الجودة فتصبح

بذلك جودة يمكن قياسها.

وقد أصبح في ألمانيا هذا التعريف عن الجودة سارياً وحل محل التعريف القديم المذكور في النظام القياسي الألماني الأوروبي DIN EN ISO 8402:1995 لعام 1995. وهو يحدد الجودة بالنسبة إلى المواد الواردة، فحص المواد الواردة، التحكم في الإنتاج، فحص المنتجات الوسيطة، تفتيش معايرة المواد، التجميع، وطرق الفحص النهائي، وطرق التخزين، التوريد، نظام التعامل مع المنتجات المردودة من العملاء بسبب فسادها.

كما يوجد نظام خاص لجودة المنتجات الكهربائية وضعته الهيئة الدولية للتكنولوجيا الكهربائية IEC 2371، وهو يعرف الجودة «تطابق بين المواصفات المختبرة وبين المواصفات المحددة لوحدة معينة». وبينما كانت الجودة في الماضي تصف عادة صفات منتجات أو خدمة، أي أن تتمشي مع طلبات الزبائن في المركز الأول، فقد وسع مفهومها في فكر وبرامج أعمق تشمل «برامج الجودة الكلية»، مثل «إدارة الجودة الكلية» التي نبعت من «إدارة الجودة» لوصف جودة مؤسسة بكاملها. وبجانب متطلبات الزبائن، فهناك متطلبات العاملين، ومتطلبات المستثمرين، ومتطلبات الجمهور (متطلبات قانونية)، تقاس على أساسها الجودة الكلية لمؤسسة تتبع نظام < الجودة الكلية >

مفاهيم عن حقيقة الجودة :

ويعدّ تعبير (نجاح طويل الأمد من خلال إرضاء الزبون) بحق هو قمة ما يفترض أن تحققه إدارة الجودة الشاملة، غير أن العبارة لا تخبرك كثيراً بالتفاصيل. وعموماً يوجد على الأقل خمسة مفاهيم عن حقيقة «الجودة» وكل واحد منها مثير للنزاع وقابل للجدل والمناقشة.

فائقة: الجودة تعني التفوق؛ تعرفها عندما تراها.

قائمة على المنتج: حيث تتعامل الجودة مع اختلافات في الجودة لبعض الخصائص أو الصفات المميزة.

ويكون المنتج ذو الجودة العالية أصلب أو أكثر ليونة أو أكثر نعومة أو أكثر قوة.

قائمة على المستخدم: تعني الجودة ملاءمة الاستخدام - أي قدرة المنتج أو الخدمة على إرضاء توقعات وتفضيلات الزبائن.

قائمة على التصنيع: تعني الجودة الانسجام والمطابقة مع المتطلبات - الدرجة التي يلائم بها المنتج مواصفات تصميمه.

قائمة على القيمة: فالمنتج ذو الجودة الأعلى هو المنتج الذي يُعطى الزبائن أقصى ما يمكن مقابل ما يدفعونه من أموال - أي المنتج الذي يفي باحتياجات الزبائن بالسعر الأقل.

وفي الوقت الحاضر، ليست الجودة مجرد تكنولوجيا بسيطة بل هي أيضاً فلسفة مشتركة.
مبادئ ديمينج

تعريف منظمة أيزو :

إدارة الجودة الشاملة هي منهج إداري لمؤسسة أو شركة. ويركز على الجودة، وتعتمد على مساهمة جميع الأعضاء وتهدف إلى نجاح طويل المدى من خلال إرضاء العميل واستفادة جميع أعضاء المؤسسة والمجتمع أيضاً.

وقد تعاضم الوعي بالجودة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حيث كانت الأهمية منوطة بعمليات التفتيش والرقابة حيث بدأت الشركات اليابانية في استدعاء العلماء الأوروبيين لتطوير مفهوم الجودة في الشركات اليابانية ومن أشهرهم ديمينج و جوران اللذان بدأ في تعليم اليابانيين تقنيات ومفاهيم الجودة التي كانت الشركات الأمريكية لا تهتم بها في هذا الوقت ويعد ادوارد ديمينج Edward Deming رائد الجودة الأمريكية أبرز من استخدم وطبق الرقابة الاحصائية على الجودة حيث اعتمد على جمع معلومات عن مستوى الجودة من خلال الرقابة على عمليات الإنتاج أثناء تنفيذها، ثم قام بتحليلها باستخدام الاساليب الاحصائية من اجل الوقوف على مستوى الجودة المتحقق. فكانت أول مراحل الوعي بالجودة هي مرحلة الاهتمام بالتفتيش والفحص الذي كان يتم باستخدام الوسائل الفنية منذ ظهور نظام الإنتاج الكبير وعادة ما كانت تتم متابعة الجودة أثناء عملية الإنتاج ذاتها. حيث كان التركيز في قياس الجودة محصوراً في عملية الفحص حيث يتم استبعاد المعيب منها وكان الفحص عشوائياً استناداً الي التقديرات الاحصائية وانحصرت مسؤولية الرقابة على الجودة في مدير الجودة وكانت عملية التفتيش والفحص لأغراض الجودة فقط. كذلك لم يتم الاهتمام بمعرفة وارجاع أسباب العيوب وتتبعها ولم تخلو المنتجات من العيوب في هذه المرحلة وكان في تلك الفترة مفهوم الجودة يدور حول مطابقة المواصفات فقط حيث يتم تصميم المنتج وفقاً لما يريده المنتج وليس وفقاً لما يريده العميل.

ثم تتابعت النظريات والممارسات الإدارية التي تؤكد على الجودة إلى أن قامت الشركات الأمريكية بتطوير وتوسيع مفهوم إدارة الجودة الاستراتيجية بإضافة جوانب أكثر شمولاً وعمقا واستخدمت اساليب متطورة في مجال تحسين الجودة والتعامل مع الزبائن والموردين، وتفضيل اساليب تأكيد الجودة ليصبح أسلوباً رقابياً استراتيجياً على الجودة الاستراتيجية. ويلاحظ أن إدارة الجودة الشاملة هي امتداد لإدارة الجودة الاستراتيجية ولكن إدارة الجودة الشاملة أكثر عمقا وشمولية من إدارة الجودة الاستراتيجية إلى أن تبلورت

إدارة الجودة الشاملة كفلسفة إدارية عامة تركز على الاستخدام الفعال للموارد المادية والبشرية للمؤسسة في إشباع احتياجات العملاء وتحقيق أهداف المؤسسة أو الشركة أو المصلحة، وذلك في إطار من التوافق مع متطلبات الزبون والمجتمع.

مفهوم الجودة :

الجودة كما وردت في قاموس أكسفورد تعني الدرجة العالية من النوعية أو القيمة. وتضمنت المواصفة القياسية الدولية لمصطلحات الجودة إصدار عام 1994 تعريفا للجودة باعتبارها: مجموعة الخواص والخصائص الكلية التي يحملها المنتج أو الخدمة وقابليته لتحقيق الاحتياجات والرضا أو المطابقة للغرض "Fitness For Use – والصلاحية للغرض Quality is Fitness for use هو أكثر تعريفات الجودة ملائمة.

في محاولة شرح معنى إدارة الجودة ومراحل تطور مفاهيم الجودة لابدأ أولاً من فهم معنى كلمة "الجودة"، فالرغم من شيوع استخدام هذه الكلمة، إلا أنه لم يتم الاتفاق على معناها حتى الآن، ويبدو أنه على كثرة ما نسمعها أصبح أكثر اختلافاً في معناها (برايس، 1990)

وتعرف الجودة على أساس القيمة (Value based) وهذا التعريف يصف الجودة على أساس التكلفة والسعر، وطبقاً لهذا التعريف فإن المنتج الجيد هو الذي يقدم أداء أو متطلبات متوائمة مع السعر والتكلفة المطلوبة. (Feigenbaum, 1993) ولكن عيب هذا التعريف أنه يركز على جانب واحد فقط وهو تخفيض التكاليف على المنظمة.

وتعرف الجودة كذلك على أنها المطابقة للمواصفات. فخلال الحرب العالمية الثانية، كان الطلب كبيراً جداً على الأسلحة الجيدة وبكميات كبيرة جداً. وكان مفهوم الجودة المقرر هو مدى مطابقتها للمواصفات التي يحددها الجيش. وكانت المصانع في تلك الفترة تركز على القطع المطابقة للمواصفات حيث إن القطع غير قابلة للتبديل مما يعني فشل كامل المنتج في حال تعطل أي قطعة.

ونستنتج من التعاريف السابقة بأن (الجودة) تتعلق بمنظور العميل وتوقعاته وذلك بمقارنة الأداء الفعلي للمنتج أو الخدمة مع التوقعات المرجوة من هذا المنتج أو الخدمة وبالتالي يمكن الحكم من خلال منظور العميل بجودة أو رداءة ذلك المنتج أو الخدمة.

تحديد الصلاحية للغرض بالعوامل الستة التالية :

ملائمة التصميم: Adequacy of Design وهو إلى أي مدى يلائم التصميم للهدف المنشأ من أجله، بمعنى آخر مدى تحقيق مواصفات التصميم لمتطلبات العميل.

المطابقة مع التصميم: Conformance to Design: مدى المطابقة مع مواصفات التصميم بعد إتمام عملية التصنيع وتحدد بناءً على هذا العامل مسؤوليات العمالة تجاه الجودة. مقدرات المنتج المرتبطة بالزمن. الإتاحة للاستخدام: Availability: مدى إتاحة استخدام العميل للمنتج عند الرغبة في ذلك ويقال أن المنتج متاح للاستخدام عندما يكون في حالته التشغيلية.

الاعتمادية الموثوقة: Reliability: احتمال أداء المنتج لوظيفة محددة تحت ظروف تشغيل معروفة مع استمرار الأداء لفترة زمنية محددة وبدون فشل. القابلية للصيانة: Maintainability: مدى سهولة إجراء عمليات التفتيش والصيانة للمنتج وهناك طريقتان لإجراء الصيانة هما الصيانة الوقائية والصيانة العلاجية. سهولة التصنيع قابلية الإنتاج: Producability: مدى قابلية التصميم للتصنيع باستخدام المتاح من الوسائل والطرق والعمليات للكوادر البشرية العاملة بالمؤسسة.

وتعرف الجودة حسب النظام الدولي القياسي (إيسو) ISO 9000 لعام 2000 بأنها «مجموعة الصفات المميزة للمنتج (أو النشاط أو العملية أو المؤسسة أو الشخص) والتي تجعله ملبياً للحاجات المعلنة والمتوقعة أو قادراً على تلبيتها». النظام الدولي القياسي يتكون من فصول يجب أن تراعيها شركة أو مؤسسة بغرض لتحكم في جودة منتجاتها: فحص الواردات، التصميم، التحكم في الإنتاج، فحص المنتجات الوسيطة، التحكم في التركيب، الفحص النهائي للمنتج، التحكم في التخزين، التوريد، خدمات ما بعد التوريد، نظم التعامل مع منتجات مردودة من عملاء بسبب فسادها) أنظر أسفله (إيسو) 2000.(ISO 9000):

ومن التعاريف الدارجة لجودة المنتج، (إلا أن بعضها يحصر الجودة في إطار ضيق):
-الجودة هي مطابقة المنتج للمتطلبات أو المواصفات. -الجودة هي قدرة المنتج على إرضاء العملاء.
-الجودة هي انخفاض نسبة العيوب.

-الجودة هي انخفاض التالف والفاقد وإعادة التشغيل.

-الجودة هي انخفاض معدلات الفشل.

-الجودة هي انخفاض شكاوى العملاء.

الجودة هي انخفاض الحاجة إلى الاختبارات والتفتيش.

الجودة هي الإسراع بتقديم الخدمات للعملاء.

-الجودة هي تحسين الأداء.

-الجودة هي النجاح في تنمية المبيعات.

-الجودة هي النجاح في خفض التكاليف. - الجودة هي الخلو من الأخطاء إلى أكبر قدر ممكن.

ومن الباحثين من يرى أن الجودة تعنى أشياء مختلفة لكل فرد أو مؤسسة وبالتالي فإنه يمكن تعريف الجودة حسب مبدأ التركيز على النحو التالي:

أ- التركيز على العميل:

يعرف ديمينج وجوران الجودة على أنها «إرضاء العميل» أو «مقابلة الغرض» وهذا المسلك يعتمد على قدرة الشركة على تحديد متطلبات العميل وبعد ذلك تنفيذ هذه المتطلبات. وهذا التعريف للجودة الذي يركز على العميل مناسب جداً للشركات التي لها خدمات ذات اتصال مباشر بالعملاء أو التي تعتمد في أداء خدماتها على عدد كبير من الموظفين.

ب - التركيز على العملية:

يعرف كروسبي الجودة على أنها «مطابقة المتطلبات». وهذا التعريف يعطى أهمية أكبر على دور الإدارة في مراقبة الجودة حيث أن دور العملية والطريقة في تقديم الخدمة هي التي تحدد جودة المنتج النهائي. وبالتالي فإن التركيز هنا داخلي وليس خارجي. وهذا التعريف مناسب للشركات التي تقدم «خدمات قياسية»، لا تتطلب اتصال كبير بالعملاء.

ج- التركيز على القيمة:

تعرف الجودة أحياناً أنها «التكلفة بالنسبة للمنتج، والسعر بالنسبة للعميل» أو «مقابلة متطلبات العميل على أساس الجودة، والسعر، والإمكانية» وبالتالي فإن التركيز هنا أيضاً خارجي وذلك بمقارنة الجودة مع السعر والإمكانية.

الجودة والمواصفات القياسية :

تمثل الجودة مجموعة السمات والخواص للمنتج التي تحدد مدى ملاءمته لتحقيق الغرض الذي أنتج من أجله ليلبي رغبات المستهلك المتوقعة وتعدّ المواصفات القياسية المحدد الأساسي للجودة، والتي تشكل أعمدة أساسية تقوم عليها جودة الإنتاج وجودة الخدمات ومن خلال هذه الأعمدة الأساسية يمكن إحداث عمليات التطوير المطلوبة لتلبي رغبات المستهلكين. (1) أن المفهوم المحدد لمراقبة جودة المنتج بواسطة إدارة أو شعبة محددة قد أصبح مفهوماً بالياً، وتحولت أقسام مراقبة الجودة إلى مسئولية جماعية وظهر المفهوم السائد اليوم والذي ينادي بالإدارة الشاملة للجودة أو الضبط المتكامل لجودة الإنتاج وتقديم الخدمات.

1-متطلبات عناصر الجودة الشاملة:

1\1 وضع مواصفات للمنتج بما يلبي توجهات السوق ومتطلبات المستهلك الحالية والمستقبلية.

2\1 توحيد جودة المواد والمدخلات التي تتعامل معها المنشأة والتعامل مع موردي المدخلات من خلال مواصفات وشروط ملزمة.

3-1- تأكيد الجودة أثناء التحضير والإنتاج وتلافي الأخطاء قبل الوقوع فيها.

4-1- تأكيد جودة المنتج النهائي، متضمناً عمليات الفرز والتدريج والتغليف والتعبئة والبطاقة والنقل وضبط جودة الأجهزة والمعدات المستخدمة في القياس والمعايرة.

5-1- تحليل المعلومات التي ترد من الأسواق والمستهلكين والعملاء والاستفادة منها في تحسين الأداء وتلافي الأخطاء.

6-1- تدريب العاملين لرفع كفاءة الأداء والحفاظ على مستوى جودة الأداء وخلق روح الانتماء للمؤسسة من خلال السمعة الطيبة التي حازت عليها المؤسسة في توجهها لزيادة المبيعات وتقليل التكلفة وارضاء رغبات المستهلكين.

- 2 المواصفات:

تعني المواصفات الخصائص والميزات الخاصة بالمنتج لتأدية غرض محدد، وتعدّ المواصفات لغة تفاهم ووسيلة اتصال مع كافة الحلقات المتعاملة مع المنتج أو مدخلاته، وتعدّ المواصفات من أكثر الوسائل وضوحاً وقبولاً لدى كافة شرائح المجتمع لأنها تعتمد على الشفافية وتشمل المواصفات الآتي:

1-2- أوصاف المنتج: وتعني كافة الأوصاف التي يحتاج لها أثناء عمليات الإنتاج كالأبعاد، والأوزان، والأحجام، وقوة الشد وغيرها.

2-2- أوصاف محددة للمواد المستعملة في المنتج مثل الخواص الطبيعية، والكيميائية والهندسية.

3-2- طريقة الإنتاج والتي تعدّ أحد الجزئيات للمواصفة حيث تختلف المواد عن بعضها لإخضاعها لطريقة الإنتاج الملائمة.

4-2- تحدد المواصفات طرق القياس والمعايرة المطلوبة لاختبار المنتج أو المواد اللازمة، كما تحدد نوعيات الأجهزة والطرق المرجعية للاختبارات والتحليل.

5-2- تحدد المواصفات نوعيات التحضير والتجهيز المطلوبة وكيفية التخزين والتداول.

6-2- تحدد المواصفة نسب التفاوت المقبولة في المنتجات والتي يمكن أن يستفاد منها في تحديد درجة جودة المنتج كما هو واضح في مجالات الخضر والفاكهة.

- 3- الشروط الواجب توافرها في المواصفات:

1-3- وضوح المواصفة : يجب أن تكون المواصفة واضحة حيث يسهل فهمها بواسطة كل المعنيين بها كما يجب أن تكون بعيدة عن أي مصطلحات أو معاني غير واضحة، مما يعكس سمات الشفافية.

2-3- التكامل : يجب أن تكون المواصفة متكاملة في المضمون والمعني مما يبعد اجتهادات الأفراد لإدخال أو تبديل أي جزئية منها، ويتطلب هذا الأمر أن تكون المواصفة المعنية قد مرت بمراحلها المختلفة منذ أن

كانت مسودة أو مقترح، وتم توزيعه على أكبر شريحة مستفيدة لإبداء الرأي والملاحظات والأخذ بتلك الآراء أو الملاحظات المتفق عليها.

3-3\ الواقعية : يجب أن تكون المواصفة واقعية وسهلة التطبيق والا يقود تطبيقها إلى رفع التكاليف وانحسار فرص المنتج أو الخدمة.

3-4\ الربحية : يجب أن تقود المواصفة عند تطبيقها بواسطة الجهة المعنية إلى خفض تكاليف الإنتاج ورفع كفاءة الأداء وزيادة حجم التسويق وتحقيق ربحية مشجعة لتكون دافعاً للمؤسسة والعاملين بها.

3-5\ الملاءمة: يجب أن تكون من خصائص تلك المواصفة الملاءمة في التطبيق لفترة طويلة حتى لا تكون عرضة للتبديل والتغيير والاضافات، التي إن وجدت يجب أن تكون ثانوية ويتم ادراجها بعد فترة من الزمان وبعد تجارب ميدانية طويلة.

4- إصدار المواصفات:

أصدرت المنظمة الدولية للمعايير «ISO» منذ إنشائها عام 1947/ ولغاية عام 1997/، 10900 مواصفة في المجالات الآتية: الهندسة الميكانيكية، المواد الكيميائية الأساسية، المواد غير المعدنية، الفلزات، والمعادن، ومعالجة المعلومات، والتصوير، والزراعة، والبناء، والتكنولوجيات الخاصة، والصحة، والطب، والبيئة، والتغليف والتوزيع.

أصدرت ISO ضمن المواصفات المذكورة أعلاه سلسلتين من المواصفات هما ISO 9000 ، ISO 14000، السلسلة الأولى ذات علاقة بأنظمة إدارة الجودة والثانية بأنظمة إدارة البيئة. تعمل في إعداد المواصفات المذكورة 900 لجنة فنية تصدر وتراجع حوالي 800 مواصفة قياسية كل عام. اعتمدت اليوم أكثر من 51 دولة في العالم مواصفات ISO 9000 كمواصفات وطنية لديها بما في ذلك دول الاتحاد الأوروبي ودول EFTA واليابان والولايات المتحدة وألمانيا وغيرها.

"ISO" - كلمة مشتقة من الكلمة الإغريقية "ISOS" أي التساوي وليست اختصار التسمية .

International Organization for Standardization وفي مجال المواصفات تعني ISO

تساوي الشيء بالمقارنة مع المواصفة.

"ISO" -2 هي منظمة غير حكومية وليست جزءاً من الأمم المتحدة، مع أن أعضائها يمثلون أكثر من 120/ بلداً.

3- كافة المواصفات الصادرة عن المنظمة اختيارية مع أن الكثير من الدول تعدها مواصفات وطنية لها.

"ISO" -4 غير مسؤولة عن التحقق بمدى مطابقة ما ينفذه المستخدم للمواصفة مع متطلبات هذه المواصفة.

5- من الضروري التمييز بين المواصفة القياسية للمنتج التي تبين الصفات المميزة المختلفة التي يجب أن

تتوفر في المنتج ليكون مطابقاً للمواصفة القياسية له والمواصفة القياسية لنظام إدارة الجودة الذي يحدد أسلوب إدارة الجودة في الشركة، الذي يضمن مطابقة المنتج لمستوى الجودة الذي تم تحديده من قبل الشركة.

يمكن للشركة أن تحدد مستوى الجودة الذي تريده لمنتجاتها بالاعتماد على دراسة السوق ومتطلبات الزبون. يساعد نظام إدارة الجودة على تخطيط المنتج المطلوب والحصول عليه على الدوام بنفس مستوى الجودة الذي تم تحديده. تطبق أنظمة إدارة الجودة اليوم لدى أكثر من ربع مليون مؤسسة صناعية وخدمية في العالم.

مراحل تطور الجودة :

الإدارة الشاملة للجودة يقوم العاملون بضبط العمليات يقوم قسم الجودة بضبط العمليات يفحص المصنع المنتج قبل شحنه للشاري يفحص الشاري المنتج بعد وصوله إليه نظراً لاهتمامه بالكم والربح السريع المرحلة الأولى:

تورد الشركة للزبون أي منتج نتيجة ولو كان مخالفاً للمواصفات ولا تقوم بأي شيء لمعالجة المخالفات حتى يقوم الزبون بتقديم شكوى وبإعادة المنتجات المخالفة ثانية للشركة. إن هذه الطريقة قد أصبحت مكلفة للشركة وخاصة عندما أصبح لها منافسون يستطيعون توريد المنتج دون وجود مخالفات فيه وهذا ما اضطر الشركة إلى إجراء تغيير في إدارة عملها.

المرحلة الثانية:

في هذه المرحلة من التطورات بدأت الشركة بفحص المنتج في المرحلة الأخيرة للإنتاج أو قبل شحن المنتج للزبون. مع إن هذه الطريقة هي أفضل من السابق، كونها قد خفضت من عدد شكاوي الزبون، غير أن الشركة قد وعت مدى الخسارة التي تتكبدها جراء إنتاج منتجات سرعان ما ترفض عند الاستعداد لشحنها. ولذلك فقد تفهمت بأنه من الأفضل لها أن تكشف عن العيوب في المنتجات مبكراً أثناء عمليات إنتاجها، مما يتيح إيقاف المادة المعيبة التي يجري تصنيعها مبكراً قبل أن تتابع المراحل التالية في الإنتاج وتصبح منتجاً جاهزاً.

المرحلة الثالثة:

في هذه المرحلة من تطور الجودة، تم تأسيس قسم للجودة في الشركة أوكلت إلى هذا القسم مهام مراقبة جودة المنتج واختباره ورفع تقارير عنه خلال مراحل الإنتاج التي تمر بها الشركة. أتاحت هذه المرحلة من تطور الجودة الكشف المبكر عن العيوب واستخدمت فيها التقانات الإحصائية في مراقبة الإنتاج مما سمح بالكشف المبكر عن الانحرافات قبل حدوث العيوب. غير أنه لا زالت هناك مشاكل، فكلما ازداد عدد العينات

التي يقوم باختبارها قسم الجودة، كلما أصبحت الفترة الزمنية لحصول أقسام الإنتاج على نتائج الاختبارات أطول. وقد كان يستغرق دقائق أو ساعات أو ورديات كاملة حتى يصبح بالإمكان إعلام عامل التشغيل بإيقاف العمل. لحل هذه المشكلة كان لابد من تدريب العامل على الأساليب الإحصائية لضبط العمليات التي ينفذها وهذا ما أدى إلى المرحلة الرابعة من تطور الجودة.

المرحلة الرابعة:

أتاحت هذه المرحلة قيام العامل نفسه بالضبط الإحصائي للعمليات التي ينفذها وهذا ما يسمى «الجودة في المنشأ». أتاحت هذه المرحلة للعامل أن يكتشف مدى الانحراف في القطعة التي ينتجها عن الحدود المسموح بها مما مكنه من إيقاف الإنتاج المناسب ومنع الحصول على منتجات معيبة وهذا ما أدى بدوره إلى منع إعادة تشغيل القطع المعيبة وتخفيف القطع التالفة. غير أنه ما زالت هناك حالات تؤدي إلى حصول مشاكل في جودة المنتجات وتقع خارج سيطرة عامل التشغيل نفسه. وهذا ما أدى إلى المرحلة التالية من تطور الجودة والتي استدعت مشاركة كافة أقسام الشركة في برنامج الجودة فيها.

المرحلة الخامسة:

هذه المرحلة من تطور الجودة أصبح كل عامل في الشركة منذ عملية تصميم المنتج مروراً بعملية شراء المواد الأولية وحتى الإنتاج النهائي له وتسليمه للزبون يعي بأن هدف الشركة هو إنتاج منتجات بأقل الأسعار وبأفضل جودة وتسليمها للزبون بأسرع ما يمكن. وهذا يعني أن التصميم يجب أن يكون قابلاً للإنتاج وبأن المواد المستخدمة لتصنيع المنتج يجب أن تكون بالجودة الأفضل وبأن عمليات الإنتاج يجب أن تراقب لتحقيق الجودة الأفضل في المنتج النهائي. في إطار هذه الظروف يمكن اعتبار الشركة ضمن الشركات ذات الصنف العالمي.(World Class Company)

تحقيق متطلبات الجودة في المؤسسة

إن متطلبات الجودة تعني المتطلبات ذات الصلة بجودة المنتج أو العمليات أي بالمتطلبات ذات الصلة بالصفات المميزة للمنتج أو بالصفات المميزة للعمليات أو غيرها. فيقال إن متطلبات الجودة للمنتج (A) تعني المواصفات الفنية المطلوبة له وقيمها. من الواضح أنه لا يمكن تحقيق متطلبات الجودة بالصدفة. لذلك بات من الضروري تأسيس أنظمة إدارة للجودة لتحقيق هذه المتطلبات.

1- ضرورات تطبيق أنظمة إدارة الجودة: يحتاج المورد (المنتج، الموزع، مقدم الخدمة... إلخ) إلى نظام فعال لإدارة الجودة في المؤسسة، يتيح له تحليل متطلبات الزبون وتحديد كافة العمليات الإنتاجية والمساعدة التي تضمن الحصول على المنتج بالمواصفات المطلوبة ويجعل كافة العمليات فيها تحت المراقبة والضبط إضافة إلى ذلك فإن مثل هذا النظام لإدارة الجودة، يجب أن يقدم التحسينات المستمرة التي تؤدي إلى تطوير

المنتجات والعمليات. لقد يسرت عائلة المواصفات القياسية ISO 9000 على المنشآت مهمة تأسيس أنظمة إدارة الجودة بتحديد الصفات التي يجب أن تتسم بها هذه الأنظمة، ما يسهل إنتاج السلع بمستوى الجودة المطلوب والمحافظة على هذا المستوى بشكل مستديم. إن نظام إدارة الجودة هو الآلية التي تستطيع بواسطتها المنشأة أن تنظم عملياتها وتدير مواردها كي تحقق الجودة وتحسنها بشكل اقتصادي في كافة الأنشطة التي تقوم بها.

2- الخطوات المطلوب اتخاذها لتطبيق أنظمة إدارة الجودة: يعدّ نظام إدارة الجودة أحد أنظمة الإدارة المطبقة في المؤسسة، والتي يمكن أن تشمل أنظمة الإدارة المالية والبيئية وغيرها. سعيًا في التطبيق الأمثل لأنظمة إدارة الجودة لا بد من اتخاذ الخطوات التالية: • تحديد سياسة الجودة وأهداف الجودة في المنشأة. • تحديد العمليات الأساسية التي تؤثر على تحقيق أهداف الجودة. • تحديد الوسائل والمعايير اللازمة لتحسين فاعلية العمليات. • فحص النتائج للوقوف على مدى تحسن فاعلية العمليات. • تحديد الوسائل لمنع العيوب وتخفيض الهدر وإعادة التشغيل. • التحسين المستمر للعمليات بهدف تحسين الفاعلية والمردود.

المبحث الخامس البنى الداعمة للجودة

1- تطوير ثقافة الجودة: لقد أكد مؤسسو علم الجودة، «ديمنغ وكروسبي» في مؤلفاتهم على أهمية بناء ثقافة الجودة، كشرط مسبق لا بد منه، كي تنجح المؤسسات في مساعيها لتحسين الجودة. ويعدّ بناء ثقافة الجودة الملائمة للمؤسسة أمراً حيوياً لتطورها. ما معنى ثقافة الجودة؟ بينما توجد عدة تعاريف للثقافة، فإنه يمكن استخدام التعريف الآتي لثقافة الجودة لجماعة ما: «ثقافة الجودة هي مجموعة من القيم ذات الصلة بالجودة التي يتم تعلمها بشكل مشترك من أجل تطوير قدرة المؤسسة على مجابهة الظروف الخارجية التي تحيط بها وعلى إدارة شؤونها الداخلية» (أدكارشاين، تنظيم الثقافة والقيادة، 1985).. هناك تمييز بين الثقافة العامة في المجتمع والثقافة داخل المؤسسة ومع أن الأخيرة يمكن أن تتأثر بالثقافة العامة إلا أنه يمكن بناؤها داخل المؤسسة. من الأمثلة عن القيم العامة للجودة ما يلي:

قيم الإدارة: - الإيمان بالتحسين المستمر للجودة. - اعتبار الجودة عاملاً استراتيجياً لأعمال الإدارة. - إعطاء الجودة الاهتمام الأكبر في التنظيم. - توزيع المسؤولية عن الجودة بين أقسام الإنتاج كافة. - الاهتمام بسعادة العاملين في المؤسسة وتحفيزهم. لأن إرضاء الزبون هو نتيجة لإرضاء العاملين فيها. قيم العاملين: - كل عامل مسؤول عن جودة ما ينتجه. - ضرورة تنفيذ الأعمال دون أخطاء من المرة الأولى. - هدف العامل هو الإنتاج بدون عيوب. - مشاركة العامل تعدّ أساسية لتحسين الجودة في المؤسسة. - حل المشاكل بشكل مستمر يجب أن تكون القاعدة للعمل. وللوصول إلى هذه القيم لا بد من تحليل الفجوة القائمة بين القيم المرغوبة للجودة والقيم السائدة في المؤسسة وإيجاد الحلول التصحيحية لمعالجة هذه الفجوة، ما يساعد

المؤسسة على تحقيق أهدافها وقدرتها على المنافسة.

2- ضرورة توفير البنى التحتية الفنية الداعمة للجودة: لقد أصبح لتوفير البنى التحتية الداعمة للجودة أهميته الكبيرة في الوقت الحاضر لتحقيق جودة المنتج وإزالة العوائق الفنية التي تحول دون دخوله الأسواق الخارجية. ومع أن حصول المؤسسة على شهادة المطابقة لإحدى المواصفات القياسية ISO 9000 هو أمر هام لزيادة فرص التصدير وتحسين الجودة إلا أنه غير كاف. ذلك لأن الدول تضع ضمن أولوياتها في الاستيراد، الصحة والسلامة وحماية البيئة وتتطلب تحقق شروط فنية فيما يتعلق بالمواصفات والاختبارات وغيرها. ولا يمكن تحقيق ذلك إلا بالاهتمام الجدي في دعم وتطوير البنى التحتية المتعلقة بالقياس والمعايرة والمواصفات والتحليل والاختبار.

3- تأسيس هيئات وطنية لتنسيق أنشطة الجودة: نظراً لقيام العديد من الجهات بالنشاطات ذات الصلة بالجودة ولضعف التنسيق فيما بينها ولعدم وجود إدارة تهتم بتنظيم أعمالها وتطويرها بما يحقق السياسة العامة المطلوبة للجودة وأهدافها. فإن الحاجة تستدعي ضرورة تأسيس هيئات وطنية لإدارة هذه الأنشطة وتوجيهها.

المبحث السادس الرقابة على الجودة

الرقابة على الجودة (Quality control) هي عملية مستمرة تبدأ مع بداية الإنتاج وتنتهي عند المستهلك، وتسعى للتحقق من أن المنتجات أو الخدمات تنتج بالمواصفات والمقاييس والمعايير المطلوبة وتستوفي الشروط المطلوبة، وهناك ثلاثة أنواع من الرقابة تحقق في حال وجودها مجتمعة مفهوم رقابة الجودة الشاملة -1: TQM الرقابة الأمامية على الجودة، وهي منع دخول المدخلات التي لا تتوفر بها الشروط المطلوبة. -2 الرقابة الحالية على الجودة، وهي رقابة خط الإنتاج لجملة العمليات، وخاصة في الانتقال من عملية إلى أخرى. وهذه المرحلة من أهم المراحل نظراً لأن التكلفة الناجمة عن التنفيذ غير السليم ستكون كبيرة. -3 الرقابة الخلفية على الجودة، وهي تتم بعد الانتهاء من تصنيع المنتج بغرض التأكد من استيفاء المنتج للمواصفات الموضوعية، وفي حال اكتشاف عيب أو خطأ يتم إعادتها لإصلاحها أو لاستبعادها (1).

المبحث السابع بعض التصورات الخاطئة عن الجودة وأهم ميزات تنظيم الجودة

1- التصورات الخاطئة عن الجودة: 1-1 التكاليف العالية: إن تخفيض نسب العيوب والمنتجات المرفوضة يعطي فائدة أكبر من تكاليف تنظيم الجودة. 2-1 الزيادة في العمالة: تحديد معايير إنتاجية أفضل وخفض أعداد المفتشين. 3-1 التضيق على العمال وخلق روح الإبداع: إن تنظيم الجودة لن يتحقق إلا بتثقيف العمال على أنهم هم الذين يبنون الجودة في المنتج وهم الذين يحسنون عمليات الإنتاج ويقومون بالأعمال التصحيحية لمعالجة العيوب الحاصلة في الإنتاج. إن تحقيق الجودة ليس أوامر عليا بل عملية تطور مستمر

يقوم بها العاملون في المؤسسة ومهمة الإدارة هي تحفيزهم على القيام بذلك.

2- أما أهم ميزات تنظيم الجودة فهي: 1-2 إرضاء أكبر لحاجات ورغبات الزبائن المتزايدة باستمرار. 2- 2 الاستغلال الأمثل للموارد الوطنية على أكمل وجه. 3-2 تحسين الإنتاج كمياً ونوعاً. 4-2 خفض التكاليف. 5-2 لائحة العرض للطلب ورفع وتيرة التسويق. 6-2 الإقلاق من الخصومات التجارية. 7-2 تحسين بيئة العمل. 8-2 زيادة الأمان في العمل. 9-2 زيادة فرص التصدير.

المراجع :-

<https://Lezrweb.com>

<https://ijfaes.vsrp.co.uk>

<https://www.reinsagcy.com>

support@qoyod.com