

السنة الثانية ماستر تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات

مقياس إدارة الجودة الشاملة د شريط حنان

المحور 1 : مقدمة عن الجودة وإدارة الجودة

أولاً: ماهية الجودة وإدارة الجودة

إن مصطلح الجودة هو مصطلح اقتصادي ظهر بناء على التنافس الصناعي والتكنولوجي بين الدول الصناعية المتقدمة بهدف مراقبة جودة الإنتاج وكسب ثقة السوق والمشتري. من أبرز التعريفات المقدمة لمصطلح الجودة نجد:

- عرفها ديمينغ بأنها: درجة التميز التي يمكن التنبؤ بها من خلال استعمال معايير أكثر ملائمة وأقل تكلفة، وهذه المعايير تشتق من المستهلك، وينص ذلك المبدأ على عملية الإنتاج والمنتج النهائي في نفس الوقت.
- عرفها اشيكافا بأنها: القدرة على إشباع العميل.
- أما المنظمة العالمية للتقييس فعرفتها بأنها: قدرة مجموعة من الخصائص الجوهرية على تلبية المتطلبات.

أما مصطلح إدارة الجودة فيقصد به:

- هو طريقة أو أسلوب لمتابعة ومراقبة جودة المنتج أو الخدمة والتأكد من أنها مطابقة لمعايير الجودة في جميع مراحل الإنتاج والتصنيع.
- وكذلك: هي عملية الإشراف على جميع الأنشطة والمهام المنجزة داخل المنظمة لضمان تميز المنتجات والخدمات.

ثانياً: أسباب الاهتمام بالجودة

هناك عدة أسباب وعوامل تقود المنظمات إلى الاهتمام بالجودة والسعي نحو تطبيقها، وتتجلى ضرورة الجودة فيما يلي:

- **الضرورة المالية:** إن العيوب والأخطاء في جودة المنتجات تؤدي بالمستهلك والمؤسسة إلى تحمل تكاليف باهضة تتمثل أساساً في تكاليف إصلاح المنتج المعيب وتكاليف أجور العمال، وبالتالي فإن أخطاء الجودة تعبر عن تبذير يؤدي إلى ارتفاع سعر التكلفة وانخفاض الأرباح والمنافسة للمؤسسة.
- **الضرورة التجارية:** تعتبر الجودة أساس القدرة التنافسية لأي مؤسسة، والمتعارف عليه أن المؤسسة تواجهها عدة تحديات بدءاً ب أسعار المواد الأولية المرتفعة، منافسة المنتجات المحلية والأجنبية، وغيرها ...، هذه العوامل والتحديات تجعل المؤسسة في وضعية حرجة، وبالتالي فإن حياة المؤسسة مرتبطة بتحسين مردوديتها وقدرتها التنافسية.
- **الضرورة التقنية:** إن التطور المستمر في التقنيات يؤدي إلى خلق منتجات ذات نتائج عالية، وتحسين التقنية يسمح بجعل أعمال المنتجات أكبر من النتائج المحققة، فالجودة تساهم في التحكم الجيد في التقنيات، وذلك بتوحيد طرق التصنيع وتحسين الأساليب وإجراءات المراقبة.

ثالثاً: أهمية الجودة

تبرز أهمية الجودة من خلال تأثيرها في المجالات التالية:

- **سمعة المنظمة:** تستمد المنظمة السمعة الحسنة من مستوى الجودة الذي تنتج به منتجاتها ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن المنظمة.
- **المسؤولية القانونية عن المنتج:** أي منظمة تكون مسؤولة قانونا عن كل أذى أو ضرر يحصل نتيجة استخدام المنتج.
- **التطبيقات الدولية:** يتطلب بلوغ المنظمة التنافسية على المستوى الدولي الاهتمام بالجودة، وعند حصولها على شهادة الأيزو مثلا يتطلب منها ذلك الالتزام بالمواصفات المحددة والمتفق عليها دوليا، مع ضرورة التحسين المستمر لجودة إنتاجها.
- **الحصة السوقية والتكاليف:** إن تحقيق مستوى الجودة والتحسين المستمر لها يؤدي إلى جذب أكبر عدد من الزبائن ومن ثم زيادة الحصة السوقية، ومنه تخفيض التكاليف وبالتالي زيادة الربحية، من جهة أخرى فإن الاهتمام بالجودة خلال مراحل الإنتاج يسمح باكتشاف الأخطاء وبالتالي خفض التكاليف الإضافية كتكاليف الصيانة، وعلى عكس ذلك تؤدي الجودة الرديئة إلى زيادة التكاليف التي تتحملها المنظمة.
- **الإنتاجية:** إن المحافظة على مستويات الجودة يؤدي إلى تأثير إيجابي في الإنتاجية.
- **أهميتها بالنسبة للعمال:** إن تطبيق الجودة في المؤسسة ينمي روح المسؤولية لدى العاملين ويشجعهم على اتخاذ القرارات وعلى تطوير كفاءتهم الجماعية، حيث تبرز أهمية الجودة للعمال في تحسين ظروف العمل وبالتالي تحسين الإنتاجية، تنشيط وتحفيز فريق العمل لإرضاء العملاء، التناسق والترابط بين مختلف أقسام المنظمة والمشاركة في حل مشاكل العمل.

رابعاً: أبعاد الجودة

توجد داخل كل سلعة أو خدمة أبعاد أو خصائص بها، ومن خلال هذه الأبعاد يمكن تحديد مدى قدرتها وإمكانيتها على إشباع حاجات ورغبات المستهلك، وفيما يلي أبعاد كل من السلعة والخدمة.

أ/ **أبعاد السلعة:** تتمثل في:

- **الأداء:** أي خصائص المنتج مثل ما يتوقعها العميل، أي كيفية تحقيق المنتج الجيد ما يتوقعه المستهلك
- **الهيئة:** ويقصد بها مظهر المنتج والسمات المميزة له،
- **الاعتماد:** مدى ثبات المنتج بمرور الزمن، (درجة الثقة في المنتج) أي متوسط الوقت الذي يتعطل فيه المنتج.
- **درجة المطابقة:** مدى مطابقة المنتج للمواصفات المطلوبة والتي تم تحديدها سابقاً.
- **المتانة:** طول الفترة أو حجم الاستعمال الذي تؤديه السلعة قبل أن تحتاج لإصلاح أو استبدال.
- **الديمومة:** العمر التشغيلي المتوقع أي مدى بقاء المنتج في الخدمة.
- **الجمال:** كيف يبدو المنتج عند اللمس أو التذوق أو الشم
- **الجودة المدركة:** ما يلاقيه العميل من خدمات ما بعد البيع.
- **الأمن:** خلو السلعة من المخاطر أو الشك

ب/ أبعاد الخدمة: تتمثل في:

- الوقت: الفترة التي ينتظرها المستهلك للحصول على الخدمة.
- دقة التسليم: التسليم في الوقت المحدد المطلوب من المستهلك
- التمام: إنجاز جميع جوانب الخدمة بشكل كامل
- التعامل (الجودة الإنسانية): ترحيب العاملين بكل الزبائن أو المستهلكين دون تمييز
- سهولة المنال: أي سهولة الحصول على الخدمة
- الدقة: إنجاز الخدمة بصورة صحيحة منذ أول لحظة ولأول مرة
- الاستجابة: أي التفاعل السريع مع الزبون وحل المشكلات غير المتوقعة من قبل العاملين
- الكفاءة: امتلاك المعرفة والمهارات اللازمة للإمداد بالخدمات المطلوبة
- الأمان: التحرر من المخاطر والشك عند الاستفادة من الخدمة