

المحاضرة الأولى : ماهية الجودة

لقد أصبح الاهتمام بالجودة ظاهرة عالمية، حيث أصبحت هي الوظيفة الأولى لأية منظمة وفلسفة إدارية وأسلوب حياة لأية منظمة لتمكنها من الحصول على ميزة تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في ظل المتغيرات البيئية المتلاحقة سريعة التغير وظهور الأسواق العالمية وتزايد طلبات الزبائن للجودة وزيادة حدة المنافسة مما أدى الى ان الجودة أصبحت سلاحا استراتيجيا للحصول على ميزة تنافسية.

أولاً: مفهوم الجودة

الجودة كمصطلح **Quality**، كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية **Qualities** والتي معناها طبيعة الشيء ودرجة صلابته، وهي مفهوم نسبي يختلف النظر له باختلاف جهة الاستفادة منه سواء كانت مؤسسة او موردا او عميلا، او غيره.

حسب معايير **ISO 9000** (إصدار 2000) الجودة عبارة عن قدرة مجموعة من الخصائص الجوهرية لمنتج او نظام او سيرورة ما على إرضاء متطلبات العملاء وباقي الأطراف المعنية.
عرفها قاموس أكسفورد الأمريكي الجودة على انها درجة او مستوى من التميز.
عرفها **Juran** الجودة هي مدى ملائمة المنتج للاستخدام أي القدرة على تقديم أفضل أداء واصلق صفات.
عرفها **Crosby** بأنها المطابقة مع المتطلبات.

الجدول رقم 1: مفاهيم الجودة حسب روادها

رواد الجودة	تعريف الجودة	موجهة نحو
جوران	الملائمة للاستخدام	الزبون
ديمينغ	الملائمة للغرض	الزبون
كروسي	المطابقة للمواصفات	المورد
ايشيكاوا	حسب خصوصية الزبائن	المورد
فينجاوم	رضا الزبون عند اقل تكلفة	المورد
تاجوكي	حسب خصوصية الزبائن	المورد

من خلال ما سبق يمكن تصنيف تعريفات الجودة من وجهات نظر مختلفة:

- ✓ **من وجهة نظر المنتج:** تعني الجودة المطابقة للمواصفات والمعايير المحددة للمنتج أو الخدمة والتي يجب أن تنتج خالية من العيوب من أول مرة.
- ✓ **من وجهة نظر البائع:** تعني الجودة الأداء الأفضل أي قدرة المنتج أو الخدمة على تحقيق الاستخدام النهائي المطلوب منها كما تعني انخفاض شكاوى العملاء.
- ✓ **من وجهة نظر العميل:** الجودة إجمالي الصفات والخواص للمنتج أو الخدمة التي تجعلها قادرة على تلبية احتياجاته وبالتالي تحقيق رضاه.

ثانياً: أهمية الجودة

- تتبوأ الجودة أهمية استراتيجية سواء على مستوى المنظمة أو على مستوى المجتمع، واخذت هذه الأهمية بالتزايد منذ الخمسينيات ففي عام 1950 صرحت اليابان بأن الجودة هي الهدف الأساسي في بناء الاقتصاد والارتقاء بالإنتاجية والتميز في السوق وبالتالي الحصول على الموقع التنافسي الذي تطمح اليه في الأسواق العالمية، وتكمن أهمية الجودة في:
- **شهرة الشركة:** تستمد الشركة شهرتها من مستوى الجودة الذي تنتج به منتجاتها، فهذا يضيف على المنظمة السمعة الحسنة والانتشار الواسع لمنتجاتها، ويترتب على فشل الإدارة في إعطاء الاهتمام الكافي بالجودة الإساءة الى سمعة المنظمة وربما فقدانها لعدد كبير من زبائنها.
 - **المسؤولية القانونية على المنتج:** ان الشركات أو المنظمات التي تقوم بتصميم منتجات معينة تكون مسؤولة قانوناً عن كل اذى يحصل نتيجة استخدام المنتج وعليه لابد ان تنتج وتوزع منتجات خالية من العيوب والاختفاء قدر الإمكان لتجنب المسائلة القانونية المترتبة عن ذلك.
 - **التطبيقات الدولية:** من اجل ان تكون الشركات في وضع تنافسي على المستوى الدولي فإن عليها الاهتمام بمستوى الجودة فالمنتج يجب ان يتوافق وينسجم مع المتطلبات العالمية حتى تضمن المنظمة بقائها في بيئة الاعمال.
 - **التكاليف والحصة السوقية:** ان تحقيق الجودة الجيدة والتحسين المستمر لها سوف يؤدي الى جذب أكبر عدد من الزبائن، ومن ثم زيادة الحصة السوقية وذلك يؤدي الى تخفيض التكاليف ومن ثم زيادة ربحية المنظمة.

ثالثا: أبعاد الجودة

- تمتلك السلعة أو الخدمة ابعاد (خصائص) متعددة ترتبط بالجودة يمكن من خلالها تحديد قدرة اشباعها للحاجات وتتمثل هذه الأبعاد في:
- ✓ الأداء : خصائص المنتج الأساسية مثل وضوح الألوان بالنسبة للصورة او السرعة بالنسبة للماكينة.
 - ✓ المظهر : خصائص المنتج الثانوية وتمثل الصفات المضافة الى المنتج.
 - ✓ المطابقة: الإنتاج حسب المواصفات المطلوبة او معايير الصناعة.
 - ✓ الاعتمادية: مدى ثبات الاداء بمرور الوقت او بمعنى اخر متوسط الوقت الذي يتعطل فيه المنتج.
 - ✓ الصلاحية: العمر التشغيلي المتوقع.
 - ✓ الخدمات المقدمة: مثل حل المشكلات والاهتمام بالشكاوي بالإضافة الى مدى سهولة التصحيح.
 - ✓ الجمالية: إحساس الانسان بالخصائص المفضلة لديه.
 - ✓ السمعة: الخبرة والمعلومات السابقة عن المنتج.

التطور التاريخي للجودة

ظهر مفهوم الجودة من زمن بعيد الا انه لم يظهر كوظيفة رسمية للإدارة الا في الأونة الأخيرة، اذ اصبح ينظر الى الجودة في الفكر الإداري الحديث على انها وظيفة تعادل تماما باقي الوظائف وأصبحت تستحق العناية والانتباه من جانب الإدارة العليا بالمنظمات، وخلال رحلة التطور في الفكر الإداري الحديث فيما يتعلق بإدارة الجودة يمكن ان نلاحظ تتابع المداخل المتطورة للجودة عبر تطورها و لم تحدث بصورة سريعة مفاجئة للفكر الإداري، او في صورة طفرات لكنها كانت من خلال تطور مستقر وثابت ويمكن تقسيمها الى أربعة عصور متميزة للجودة وهي:

❖ **الفحص:** كانت تحليلات الجودة تركز فقط على فحص المنتج، وكان القرار الرئيسي السائد خلال تلك الفترة هو القرار الخاص بتحديد متى يتم فحص المنتجات، وماهي عدد المنتجات التي تخضع للفحص وتتضمن عملية الفحص الأنشطة المتعلقة بقياس واختبار وتفتيش المنتج، وتحديد مدى مطابقة المنتج للمواصفات الفنية الموضوعة، حيث ان عملية فحص المنتج كانت تركز فقط على اكتشاف الأخطاء والقيام بتصحيحها، فالخطأ او العيب قد حصل فعلا، وعملية الفحص اكتشفت ذلك ولكنها لم تقم بمنعه أساسا.

❖ **ضبط الجودة إحصائيا :** شهدت هذه المرحلة تحولا حاسما تمثل في استخدام علم الإحصاء في الرقابة على الجودة، فقد أدركت الشركات الصناعية بأن القيام بنشاط الفحص اصبح غير كاف، وانما عليها

البحث عن أساليب أكثر تأثير ليصبح المنتج بمستوى الجودة المرغوب، فكان التغيير باتجاه السيطرة على الجودة احصائيا مثل لوحات السيطرة وعينات القبول بدل من الفحص الشامل لتحليل عملية التشغيل ومخرجاتها.

❖ **تأكيد الجودة:** تركز هذه المرحلة على توجيه كافة الجهود للوقاية من حدوث الأخطاء، وبالتالي وصفت المرحلة بأنها تعتمد على نظام أنظمة منع وقوع الأخطاء من البداية فييجاد حل لمشكلة عدم مطابقة المواصفات ليست طريقة فعالة، حيث الأفضل من ذلك هو منع وقوع المشكلة أصلا، والقضاء على أسبابها من البداية، وتتضمن عملية تأكيد الجودة كافة الإجراءات لتوفير الثقة بأن المنتج او العملية تقي بمتطلبات الجودة. ومما سبق فإن أسلوب تفكير الإدارة ينبغي ان يتغير ليطور فلسفة رقابية و تعتمد على الوقاية بدلا من الفحص واكتشاف الأخطاء بعد فوات الأوان، حيث ان تأكيد الجودة مرحلة تشمل بمنظورها عملية التخطيط للجودة بالإضافة الى دراسة تكاليف الجودة، ومقارنتها بالفوائد الممكن تحصيلها من تطبيق نظام الجودة

❖ **الجودة الشاملة :** بدأ مفهوم إدارة الجودة الشاملة بالظهور في الثمانينات من القرن العشرين، حيث يتضمن هذا المفهوم جودة العمليات بالإضافة الى جودة المنتج، ويركز على العمل الجماعي وتشجيع مشاركة العاملين واندماجهم، بالإضافة الى التركيز على العملاء ومشاركة الموردين