

# مدیریت و کیفیت

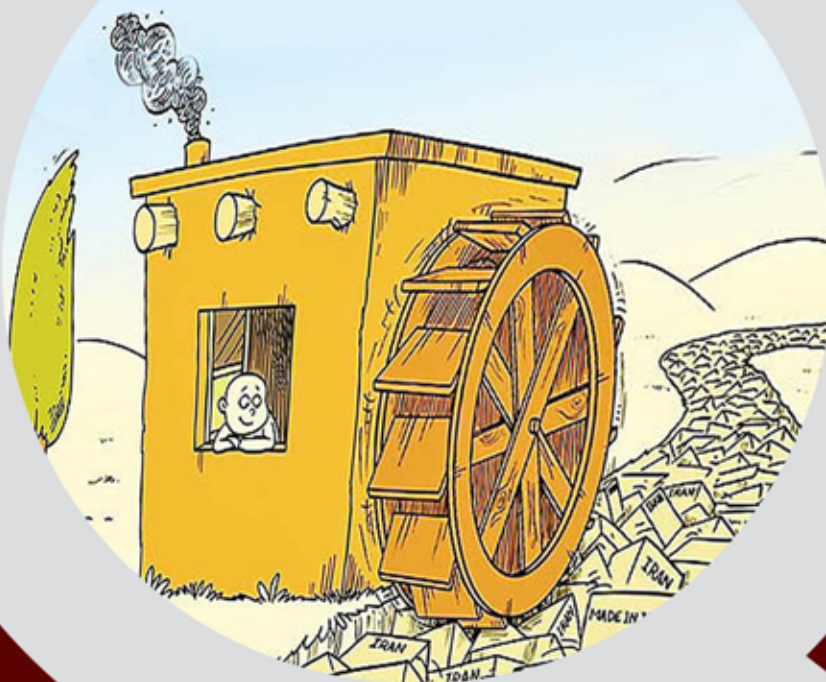
Quality & Management

نشریه

شماره ۲۳ - سال پانزدهم - دوره جدید  
بهار ۱۳۹۸ - ۱۴۰۰۰ تومان

## کیفیت عامل اصلی حمایت از تولید

کیفیت محرکه اصلی رونق تولید  
کیفیت کالای ایرانی با رقابتی شدن تولید محقق می شود  
چارچوب استانداردها، داخلی نیست  
دسترسی مصرف کنندگان به کالاهای با کیفیت





# شرکت کالابران انتخاب

## حمل و نقل و لجستیک

### امکانات و توانمندی ها

- ۱ - نیروی انسانی متخصص و کارآمد
- ۲ - ۲۱۰۰۰ متر مربع انبارهای DC در استان اصفهان
- ۳ - شانزده انبار FLC و RLC به منظور نگهداشت و توزیع کالا در سراسر کشور
- ۴ - دستگاه ها و تجهیزات مدرن مورد نیاز انبارها شامل لیفتراکهای ۱ تا ۳ تن برقی و گازسوز، رولیک، کانوایر، ریچ و غیره
- ۵ - یازده سکوی اختصاصی بارگیری (Loading bay)
- ۶ - سالن اعلام بار با امکاناتی مطابق با استانداردهای سازمان حمل و نقل کشور
- ۷ - کامیونهای ملکی حمل بار
- ۸ - توانایی بارگیری روزانه تا ۳۰۰ دستگاه انواع وسایل نقلیه حمل کالا
- ۹ - توانایی تخلیه و بارگیری روزانه ۱۰۰ دستگاه کانتینر (TEU) در محوطه های اختصاصی
- ۱۰ - شبکه گسترده تحویل درب منزل (Home Delivery) در تمام استان های کشور
- ۱۱ - باسکول ۶۰ تنی دیجیتال
- ۱۲ - فوروارد کالا به کشورهای حوزه خلیج فارس، منطقه CIS و بخشهایی از آسیای شرقی

تلفن : ۴۵۶۴۳۵۹۷ و ۴۵۶۴۴۲۵۶ و ۴۵۶۴۴۲۵۵ - ۳۱

ایمیل : [kalabaran@entekhabgroup.ir](mailto:kalabaran@entekhabgroup.ir)



بسم الله الرحمن الرحيم



## نشریه کیفیت و مدیریت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: فرزین انتصاریان

سردبیر: فرشید شکر خدایی

مدیر اجرایی و دبیر تحریریه: امیر حیدری

طراح و صفحه آرا: سید مسعود رضوی

اعضای هیأت تحریریه این شماره:

مونا مشهدی رجبی - علی ناد علیان - سیاوش سیار ایرانی  
مسعود غلامی

با تشکر از همکاری صمیمانه :

مهندس نیره پیروز بخت معاون رییس جمهور  
و رییس سازمان استاندارد - مهندس فرشید  
شکر خدایی نایب رییس انجمن مدیریت کیفیت  
ایران - دکتر مسلم بیات معاون ارزیابی کیفیت  
سازمان ملی استاندارد - دکتر پدرام سلطانی  
نایب رییس اتاق ایران - دکتر پرویز درویش  
مدیر کل دفتر ارزیابی کیفیت سازمان استاندارد  
- مهندس قاسم نوده فراهانی رییس اتاق  
اصناف تهران - مهندس محمود اکابر مدیر  
تضمین کیفیت فولاد خوزستان  
مهندس عبدالله سمایی وکیل پایه یک  
دادگستری - مهندس صابری مدیر روابط عمومی  
سازمان ملی استاندارد

دفتر مرکزی: میدان ونک، خیابان برزیل شرقی، نبش

بن بست نارنج، پلاک ۴/۲ طبقه دوم تلفن: ۸۸۱۹۸۱۲۳

دفتر تحریریه و امور اجرایی: پوسف آباد، خیابان ابن  
سینا، بین خیابان ۷ و ۹ پلاک ۴ طبقه ۲

انجمن مدیریت کیفیت ایران

تلفن: ۸۸۱۰۱۱۹۲ نمابر ۸۸۷۲۵۹۴۴

وب سایت: [www.iranqms.com](http://www.iranqms.com)

ایمیل: [info@iranqms.com](mailto:info@iranqms.com)

چاپخانه و لیتوگرافی: خجسته نوین

تهران زیر پل حافظ کوچه هلال احمر پلاک ۲

تلفن: ۸۸۸۹۷۷۵۱

<<<< بخش پیام ها:

- ۲ کیفیت عامل اصلی حمایت از « تولید ملی »
- ۳ کیفیت محرکه اصلی رونق تولید است
- ۴ آموزش، کلید رونق تولید
- ۵ کیفیت کالای ایرانی بالاتر از کیفیت خدمات دولتی است
- ۶ جایزه ملی کیفیت ایران، تنها جایزه رسمی ...
- ۷ کیفیت کالای ایرانی با رقابتی شدن تولید ...
- ۸ الزامات تقویت تولید ملی

<<<< بخش تحریریه

- ۱۰ پیامی برای سلامت فردی و اجتماعی با کیفیت زندگی کنیم
- ۱۱ گزارش بازدید از شرکت فولاد خوزستان
- ۱۳ گزارش نشست با معاونت آموزش متوسطه
- ۱۵ نشست آموزشی مروجین کیفیت ادارات کل استاندارد ایران
- ۱۶ نشست تأسیس کمیته متناظر TC312

<<<< بخش مصاحبه

- ۱۸ دسترسی مصرف کنندگان به کالاهای با کیفیت (عبدالله سمایی)
- ۲۰ چارچوب استانداردها، داخلی نیست (فرزین انتصاریان)

<<<< مقاله

- ۲۴ «یورومانیتور» بررسی کرد تغییرات صنعت غذا تا ۲۰۳۰
- ۲۷ اهداف پیاده سازی استانداردهای سیستم مدیریت کیفیت
- ۳۸ تأثیرات اجرای مدیریت کیفیت جامع (TQM) بر بهره وری...
- ۴۰ تکنیک‌های پیاده‌سازی اصول کیفیت در هتلداری

کیفیت زندگی

<<<< بخش علمی

- ۴۸ IAASB متن پیشنهادی سه استاندارد مدیریت کیفیت
- ۴۸ راهنمای ایزو
- ۴۹ کیفیت کتابخانه ها
- ۴۹ ایمنی در جاده ها
- ۵۰ توسعه نرم افزار



فرشید شکرخدایی  
نایب رئیس هیات مدیره  
انجمن مدیریت کیفیت ایران

## کیفیت عامل اصلی حمایت از «تولید ملی»

کیفیت عامل اصلی حمایت از تولید ملی است، به همین دلیل کیفیت بالای تولیدات داخلی می تواند منجر به رقابت بیشتر و حتی ایجاد فرهنگ استفاده از کالاهای داخلی در بلند مدت شود.

بسیاری از کالاهای که در حالت رقابتی قرار ندارند و رقیب آنان شرکت های خارجی یا محصولات مشابه خارجی هستند خریدن کالای ایرانی تنبیه تولید کنندگان داخلی خواهد بود. با توجه به اینکه فضا و محیط کسب و کار کشور در شرایط فعلی مناسب نیست و تولیدکنندگان با تمامی دشواری ها به دنبال تولید، صادرات و اشتغال هستند در چنین شرایطی خرید کالای ایرانی موجب تشویق و ترغیب تولید کنندگان داخلی می شود.

خرید کالاهای جدید مبتنی بر ایده های نو که در کشور تولید و به بازار مصرف عرضه می شود حمایت حداکثری از خلاقیت و نوآوری ایرانی است، خلاقیت و نوآوری در دنیای امروز حرف اصلی را در رونق تولید و صادرات می زند.

تولید کنندگان برای ارتقای کیفیت باید سرمایه گذاری کنند و بررسی ها نشان می دهد بنگاه های اقتصادی که به مقوله کیفیت، خلاقیت و نوآوری در تولید و خدمات توجه بیشتری دارند ضریب ماندگاری آنان در بازار بالاتر از سایر واحدهای تولیدی و صنعتی است.

تولیدکنندگان داخلی باید نسبت به سرمایه گذاری در تولید محصولات و خدمات با کیفیت اهتمام جدی تری داشته تا ضریب ماندگاری آنان در بازارهای داخلی و خارجی روز به روز افزایش یابد و حفظ کیفیت مهمترین عامل حفظ بقا و پایداری بنگاه های تولیدی است.



نیره پیروز بخت  
رئیس سازمان ملی استاندارد ایران

## کیفیت محركه اصلی رونق تولید است

امسال با توجه به فرمان رهبر معظم انقلاب در ارتباط با رونق تولید سازمان ملی استاندارد ایران اهتمام خود را برای رونق تولید به کار بسته است و با تمام قدرت و در راستای تحقق فرمان رهبری تلاش مضاعف خواهد کرد همانطور که در سال گذشته بارها سازمان استاندارد را به عنوان مشاور واحدهای تولیدی معرفی کردم، امسال نیز این سازمان برای تحقق شعار سال، همراه و همگام با واحدهای تولیدی خواهد بود و از واحدهای تولیدی می خواهیم تا با رعایت کیفیت و استاندارد با بهره گیری از مقررات فنی، ضمن حفظ قوانین و مقررات، برای پایداری مجموعه های تولیدی و خدماتی خود تلاش کنند و تولیدات خود را رونق بخشند.

یکی از مهمترین راه های رونق تولید افزایش کیفیت است و می تواند علاوه بر رونق بازار داخل، مانعی برای ورود کالاهای غیرضروری خارجی باشد. اگر محصولات داخلی از کیفیت مناسبی برخوردار باشد حجم زیادی از واردات کم خواهد شد.

بی شک با همراهی و همدلی بیش از پیش مردم و مسئولان، سال ۹۸ سالی سرشار از موفقیت و بهروزی برای همه ملت ایران خواهد بود

## آموزش، کلید رونق تولید



قاسم نوده فراهانی  
رئیس اتاق اصناف تهران

رونق تولید باید با هدف افزایش حجم صادرات می باشد و یکی از بزرگترین مشکلات اقتصادی و اجتماعی مبنی بر بیکاری را رفع خواهد کرد و برای دستیابی به این مهم باید برنامه آموزشی در دستور کار قرار بگیرد.

در سخنرانی ابتدای سال مقام معظم رهبری ایشان به نکته اساسی و سرنوشت سازی با عنوان "تولید" اشاره کردند که اگر به این موضوع کلیدی توجه ویژه ای شود مشکلات اساسی اقتصاد همچون ایجاد اشتغال رفع خواهد شد. در زمینه رونق تولید باید دولت، مسئولین، دست اندرکاران و مردم در کنار یکدیگر قرار گرفته تا رونق تولید محقق شود که این مهم حرکت صنایع و رفع بیکاری را به همراه خواهد داشت.

برای رونق تولید باید برنامه های تبلیغاتی و فضای کارشناسی مناسب در دست داشت تا کیفیت تولید، نوآوری و حجم تولید در کنار یکدیگر ارتقا یابد، تولید بی کیفیت که توان رفع نیاز مردم و بازارهای صادراتی را نداشته باشد، مقصود نهایی اقتصاد و تأکیدات رهبری محسوب نمی شود. در زمینه دستیابی به رونق تولید برنامه های آموزشی در راستای ارتقا کیفیت تولید و محصول صادرات محور به شدت احساس می شود و دولت برای رونق تولید با کیفیت و دستیابی به محصول صادرات محور در کنار رفع قوانین دست و پاگیر باید برنامه های تشویقی برای افزایش حجم صادرات در نظر بگیرد که در نهایت میزان تولید محصول با کیفیت صادرات محور در کشور به شدت افزایش می یابد.



پدرام سلطانی  
نایب رئیس اتاق ایران

## کیفیت کالای ایرانی بالاتر از کیفیت خدمات دولتی است

وجود نداشته و ایران به منزوی‌ترین اقتصاد بزرگ دنیا تبدیل شده است، یعنی بزرگ‌ترین اقتصاد خارج از سازمان جهانی تجارت که حتی هیچ موافقت‌نامه معناداری ندارد که بتواند موجب تسهیلات تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای با کشورهای دیگر شود. ۵۰ الی ۷۰ درصد بازار صادراتی هر کشور را کشورهای همسایه تشکیل می‌دهد، لذا ایران با کدام یک از کشورهای همسایه می‌تواند تجارت ثابت داشته باشد؟ با عراق که دائماً تعرفه‌ها را تغییر می‌دهد یا کشوری مانند افغانستان؟ حتی ابزار سیاستی و امنیتی در عراق کمک نکرده که بتوانیم بازار پایداری در آنجا داشته باشیم. این امر لطمه زیادی به بخش کشاورزی و غذایی ما وارد کرده است. لذا در بازارهای جهانی نیز امکان حمایت از کالای ایرانی نداریم.

در سال‌های گذشته تبلیغات منفی زیادی بر روی برند ایرانی در دنیا انجام شده که دیپلماسی ما نتوانسته آن را اصلاح کند، حتی هیچ کمپین بین‌المللی برای بهبود جایگاه نام ایران و کالای ایرانی راه‌اندازی نشده است.

اختلاف سلیقه فرهنگی موجود در جامعه باعث شده مردم به جان هم بیفتند و خشونت روز به روز بیشتر شود، نمی‌توان از چنین افرادی انتظار داشت که حامی کالای ایرانی باشند. عمده مشکلات ما فرهنگی و بنیادی است. تا زمانی که ساختارها اصلاح نشوند، نمی‌توان انتظار حمایت مؤثر از کالای ایرانی را داشت.

تحقق حمایت از کالای ایرانی نیاز به دو ابزار دارد، اولین آن ابزار سیاستی است که در اختیار دولت و حاکمیت است؛ دومین ابزار، ابزار فرهنگی شامل آموزش در مدرسه و فرهنگ‌سازی می‌شود. نمی‌توان از کالای ایرانی حمایت کرد، اما حمایتی از هویت ایرانی نداشت. وقتی فرد ایرانی باشخصیت و هویت خود بیگانه می‌شود، نباید از او انتظار داشت از کالای ایرانی حمایت کند. وقتی تعداد متقاضیان مهاجرت به کشورهای دیگر روز به روز افزایش می‌یابد آیا می‌توان از چنین کسانی انتظار داشت که از کالای ایرانی حمایت کنند؟ ابزار سیاستی دولت مانند تخصیص وام و ارز ارزان نتوانسته باعث رشد و توسعه اقتصاد شود. دولت هر چه در توانش بوده انجام داده و ابزار بیشتری برای حمایت از کالای ایرانی در دست ندارد.

بخش خصوصی کشور نیز جزئی از این کل است، افزود: چقدر می‌توانیم خودمان را از لحاظ کیفیت خدمات دولتی و کیفیت تولید کالای عمومی با تراز جهانی مقایسه کنیم؟ چقدر از کیفیت تولید قانون در ایران راضی هستیم درحالی‌که قوانین از همان ابتدای امر دائماً در حال اصلاح شدن هستند؟

اگر از خدمات دولتی تراز گرفته و آن را کنار تراز کالای ایرانی قرار دهند، کالای خصوصی به قطع موفق‌تر از کالای عمومی (خدمات دولتی) عمل کرده است.

**لزوم صادرات کالای ایرانی به دیگر کشورها**

متأسفانه امکان صادرات کالاها به صورت مطلوب نیز

# جایزه ملی کیفیت ایران، تنها جایزه رسمی در زمینه کیفیت است



مسلم بیات  
معاون ارزیابی کیفیت  
سازمان ملی استاندارد ایران

مسلم بیات معاون ارزیابی کیفیت سازمان ملی استاندارد ایران، خطاب به تمامی فعالان اقتصادی، تولیدکنندگان، ارائه کنندگان خدمات، شرکت های تجاری و بازرگانی و تعاونی ها، گفت: از اتکاء به جوایز متفرقه فاقد اعتبار و بی پایه و اساس که حاصلی جز اتلاف منابع ندارد، پرهیز کنید. مسلم بیات با بیان اینکه جایزه ملی کیفیت ایران، تنها جایزه رسمی کشور در زمینه کیفیت و تعالی است افزود: بر اساس قانون، جایزه ملی کیفیت ایران به عنوان تنها جایزه رسمی، ملی و قانونی کشور در زمینه کیفیت است که لزوم دریافت تندیس زرین آن از دست عالی ترین مقام اجرایی کشور مصوب شده است.

معاون ارزیابی کیفیت اظهار داشت: سازمان ملی استاندارد ایران به عنوان مسئول تدوین و اجرای نظام ملی کیفیت در کشور، همه فعالان حقوقی در عرصه کسب و کار، تولید، تجارت و ارائه خدمات در کشور را به توجه و مشارکت در فرآیند ارزیابی جایزه ملی کیفیت ایران دعوت کرد.

وی با اشاره به برگزاری پانزده دوره ارزیابی کیفیت با حضور مقامات عالی کشور تا کنون تصریح کرد: این جایزه با مسئولیت قانونی و متولی گری سازمان ملی استاندارد ایران و با مشارکت جدی وزارتخانه ها و سازمانهای حاکمیتی به منظور جاری نمودن مدیریت کیفیت اثربخش و دستیابی به موفقیت پایدار بنگاههای تولیدی و خدماتی در کشور و انجمن مدیریت کیفیت ایران به عنوان مجری برگزاری و ارزیابی این فرایند پایه گذاری شده است و هر سال از برگزیدگان در روز ملی کیفیت ( ۱۸ آبان ) تقدیر به عمل می آید. وی با بیان اینکه دبیرخانه جایزه مستقر در سازمان ملی استاندارد ایران و انجمن مدیریت کیفیت ایران پاسخگوی سوالات مرتبط است یادآور شد: فرآیند ثبت نام شانزدهمین دوره و ارزیابی سال ۱۳۹۸ در چارچوب مصوبات شورای سیاستگذاری جایزه ملی کیفیت ایران در وبگاه رسمی جایزه ملی کیفیت ایران به نشانی ([www.inqa.org](http://www.inqa.org)) انجام می شود.



دکتر پرویز درویش  
مدیر کل دفتر ارزیابی  
کیفیت سازمان ملی استاندارد

## کیفیت کالای ایرانی با رقابتی شدن تولید محقق می شود

در شرایط فعلی اقتصاد ایران، رقابتی شدن تولید ضرورت دارد چرا که یکی از مهم ترین مولفه های تقویت خرید کالای ایرانی که کیفیت می باشد همزمان با آن محقق خواهد شد.

اگر قرار است بر حمایت از کالای ایرانی تکیه کنیم باید به تاثیر خرید کالای ایرانی بر تضمین کیفیت تولیدات داخلی نگاهی بلند داشته باشیم لذا تحقق هدفی نظیر افزایش کیفیت صرفا با فروش بیشتر صورت نخواهد گرفت. باید شرایطی فراهم گردد تا موضوع کیفیت، مزیت رقابتی فروش باشد و عوامل دیگری نظیر شکل، قیمت، زمان عرضه و سایر مسائلی که بصورت روز وجود دارد بر این موضوع حاکم نشود.

آنگاه که کیفیت، مزیت رقابتی قرار بگیرد بصورت ناخودآگاه رقابت پذیری لازم شکل خواهد گرفت ضمن آنکه منجر به ارتقاء کیفیت خواهد شد موجبات جلب رضایت مصرف کننده، تولید کننده و نیز جامعه را فراهم خواهد آورد. در شرایطی که حمایت از تولید کشور صرفا خرید کالای ایرانی به هر قیمتی باشد و مصرف کننده چاره ای جز خرید آن نداشته باشد نگاهی کیفیت مدارانه نیست. کالای ایرانی در درجه ی اول باید دارای استاندارد بالا باشد کما اینکه عامل مهم کیفیت که عاملی تاثیر گذار بر آن است از مولفه های مهم اقتصادی اند.

خدمات پس از فروش از عوامل موثر بر کیفیت است لذا دوام کالا در بلند مدت و زیبایی ظاهری آن نیز در کیفیت کالا کاملا موثر هستند ضمن آنکه یک کالای خوب ایرانی باید بتواند با مشابه خودش قابل مقایسه و رقابت باشد.

تولید کنندگان کشور باید به سمت بهره وری و ارتقاء کیفیت پیش بروند ضمن آنکه آشنایی با سیستم های مدیریت کیفیت برای آنها ضرورت دارد با کاهش واردات به کشور، سازمان ملی استاندارد کشور در تلاش است با رعایت استانداردهای اجباری به منظور عدم تهدید سلامت اقشار جامعه، تهدیدها و تحریم ها مشکلات جدیدی را دامن گیر مصرف کنندگان نکند.



امیر حیدری  
مدیر روابط عمومی انجمن  
مدیریت کیفیت ایران

## الزامات تقویت تولید ملی

بررسی تجربیات کشورهای دارای جهش اقتصادی نشانگر این است که تمامی این کشورها چند اصل مهم را به عنوان مزیت سازی و رقابت پذیری مد نظر قرار داده و توانسته اند به جهش اقتصادی دست یابند یکی از این اصول، تولید برای صادرات است، چرا که چنانچه محصولی برای بازارهای جهانی تولید گردد قطعاً رقابت پذیری لازم را خواهد داشت. نکته مهم دیگر انعطاف پذیری صنایع است. صنایع کشور اعم از کوچک و بزرگ بایستی به گونه ای طراحی شوند که براساس نیازهای بازار و خواست های مشتریان خیلی سریع بتوانند تغییرات لازم را چه در قالب نوآوری محصولات و چه در اساس فرایند ایجاد نمایند.

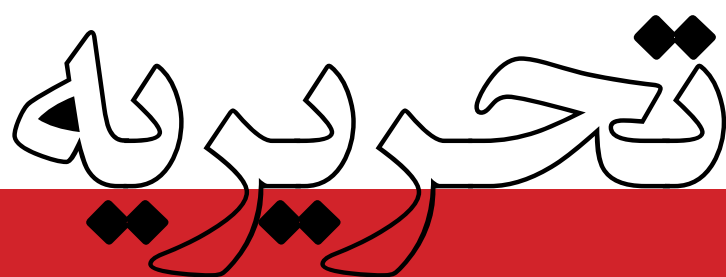
اصلاح فرهنگ اقتصادی سومین عامل ایجاد رقابت پذیری در صنایع است. کارآفرینی، فرهنگ کار و بهره وری، اخلاق کسب و کار، درک متقابل کارفرما و کارکنان مجموعه عوامل و عناصری است که فرهنگ اقتصادی یک کشور را تشکیل می دهد، بنابراین یکی از الزامات تقویت بخش صنعت؛ اعتلای فرهنگ اقتصادی جامعه است.

با این توضیحات پر واضح است که تقویت بخش تولید نیازمند شناخت الزامات آن و تحقق و پژوهش های کارشناسی و به تبع آن برنامه ریزی های مناسب است. از این رو برای سربلندی کشور و امیدواری به آینده فرزندان آن، همه مردم و مسؤولان در یک عزم جدی بایستی منابع کشور اعم از منابع مالی و انسانی را به سمت مزیت ها و مزیت سازی در صنایع داخلی سوق دهند.

سال ۱۳۹۸ به عنوان سال «رونق تولید ملی» نام گذاری گردید، این نام گذاری جهت ساز به عنوان یک راهبرد مهم و موثر نه تنها در شرایط کنونی، بلکه برای تامین اهداف سند چشم انداز کشور، باید مد نظر همگان، خصوصاً نخبگان جامعه (اعم از مسوولان، مدیران و کارشناسان) قرار گیرد. زیرا اگر بنیان های تولید ملی تقویت نگردد قطعاً به زودی شاهد تلاطم های بزرگی در عرصه اقتصادی و به تبع آن سایر بخش های کشور خواهیم بود هم چنین تحقق آرمان های سند چشم انداز تابع رشد اقتصادی کشور، به عنوان موتور محرک توسعه و رفاه ملی است.

همچنین تحقق اهداف سند چشم انداز یک خاست نیست، بلکه ضرورت بوده و وابستگی به منابع طبیعی (خصوصاً نفت) بایستی روز به روز کمتر گردد لذا شکی نیست که تقویت بخش تولید در حال حاضر به یک ضرورت ملی و استراتژیک تبدیل شده است. از این رو شناخت الزامات استجابات این وظیفه ملی نیز اهمیت فراوانی دارد.

یکی از این الزامات مهم توجه به مزیت ها و تقویت آن هاست. چرا که امروزه اساس و پایه دوام و قوام بنگاه های اقتصادی، رقابت پذیری پایدار است و برای رسیدن به رقابت پذیری باید مزیت های نسبی در کنار مزیت سازی ها، به مزایای رقابتی تبدیل شود. زمانی، مزیت به معنای عام آن در اقتصاد قابلیت تعریف داشت، اما امروزه مزیت ها، در صورتی مزیت محسوب می شوند که بتوانند موجب توانمندی در عرصه رقابت باشند.



## در این بخش میخوانید:

پیامی برای سلامت فردی و اجتماعی با کیفیت زندگی کنیم >>>

گزارش بازدید از شرکت فولاد خوزستان >>>

گزارش نشست با معاونت آموزش متوسطه >>>

نشست آموزشی مروجین کیفیت ادارات کل استاندارد ایران برگزار شد >>>

نشست تأسیس کمیته متناظر TC312 >>>

# پیامی برای سلامت فردی و اجتماعی: با کیفیت زندگی کنیم



با اینکه کیفیت مفهومی نسبی است و کیفیت زندگی برای هر شخصی معنای متفاوتی دارد، اما اغلب داشتن زندگی با کیفیت را سخت و دست نیافتنی می‌دانند. دلیل اصلی چنین تفکری این است که امروزه مفهوم کیفیت با داشتن امکانات ویژه و تجربه‌های دور از ذهن گره خورده است. از طرفی زندگی ماشینی، کار زیاد و دغدغه‌های روزمره باعث شده عده کمی به بهبود کیفیت زندگی خود بیندیشند.

در این راستا، داروسازی دکتر عبیدی که سالهاست در زمینه تولیدات دارویی در کشورمان پیشروست، موضوع کیفیت زندگی را محور اصلی کمپین جدید خود قرار داده است. این کمپین با شعار “با کیفیت زندگی کنیم” در تلاش است کیفیت را امری جاری در زندگی معرفی کند و این پیام را برساند که حتی کارهای ساده و روزمره، اگر با کیفیت بالا انجام شوند میتوانند در افزایش کیفیت زندگی تاثیرگذار باشند. به عنوان مثال کیفیت اموری مثل غذا خوردن، بهداشت فردی و عمومی و یا تحرک و ورزش اثر مستقیم بر سلامت فردی و اجتماعی دارد و همه می‌توانند با به کارگیری روش‌های ساده کیفیت این موارد را در زندگی شان ارتقا دهند.

تابناک

# گزارش بازدید از شرکت فولاد خوزستان

هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران از شرکت فولاد خوزستان بازدید کردند



اعضای هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران با هدف ارائه دستاوردهای نظام مدیریت کیفیت، در روز شنبه هفدهم آذر ۹۷ وارد شرکت فولاد خوزستان شدند و از فرایندهای این شرکت بازدید کردند.

به گزارش روابط عمومی انجمن مدیریت کیفیت ایران، هیئت یادشده با هدف ارائه دستاوردهای نظام مدیریت کیفیت از تمام فرایندهای شرکت فولاد خوزستان بازدید کردند و در جریان وضعیت آنها قرار گرفتند. این هیئت را که محمود اکابر مدیرتضمین کیفیت شرکت فولاد همراهی میکردند، از واحدهای انباشت و برداشت، حمل و نقل مواد اولیه، گندله سازی، فرایند ریخته گری، بازرسی و خط تولید فولاد سازی بازدید کردند.

بر پایه این گزارش، سوابقی در رابطه با فرایندهای مواد اولیه و احیاء بویژه تولید و عملیات در فولاد سازی، کوره، ریخته گری، بازرسی و تایید کیفیت محصولات از سوی این هیئت



اسفنجی (آهن احیاء مستقیم) تبدیل می‌شوند. بخش فولاد سازی که در این بخش محصولات نهایی شرکت یعنی شمش فولادی بلوم و بیلت و تختال (اسلب) از آهن اسفنجی تولید می‌شود. بخش فولادسازی متشکل از شش کوره قوس الکتریکی، چهار کوره پاتیلی، یک VD و دو ماشین دوخطه ریخته‌گری تختال، سه ماشین شش خطه شمش و تأسیسات جمع‌آوری غبار فولادسازی می‌باشد. ماشین‌های ریخته‌گری، فولاد مذاب را به تختال و شمش تبدیل می‌نمایند.



مطرح شد و آقای مهندس اکابر توضیحات مبسوطی در این زمینه ارائه داد. گفتنی است شرکت فولاد خوزستان یکی از اعضای حقوقی انجمن مدیریت کیفیت ایران می‌باشد و این بازدید و مذاکرات در راستای تعاملات هر چه بهتر و بیشتر دو طرف صورت گرفت.

شرکت فولاد خوزستان شرکت فولاد ایرانی است، که هم‌اکنون دومین تولیدکننده فولاد خام در ایران بعد از شرکت فولاد مبارکه اصفهان می‌باشد. کارخانه مرکزی این شرکت با وسعت ۸,۳ کیلومتر مربع، در مجاورت شهر اهواز ۱۰ کیلومتر جاده اهواز بندرامام خمینی (ره) واقع شده است و دفتر مرکزی آن نیز در



اهواز قرار دارد.

شرکت فولاد خوزستان در سال ۱۲ فروردین ۱۳۶۸ به‌عنوان نخستین مجتمع تولید آهن و فولاد ایران، به روش احیاء مستقیم و کوره قوس الکتریکی راه‌اندازی شد

شرکت فولاد خوزستان متشکل از سه واحد اصلی تولید برای عرضه محصولات میانی و نهایی است. کارخانه‌های گندله سازی، کارخانه‌های احیاء مستقیم کهدر این کارخانه گندله‌های سنگ آهن به آهن

## بررسی مدل تعالی مدیریت مدرسه



اهمیت می باشد زیرا ارتقاء کیفیت مدرسه زمینه ساز ارتقاء کیفیت جامعه در عرصه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خواهد بود. به همین جهت اسناد تحول تحقق اهداف آموزش و پرورش با کیفیت را در گرو مشارکت و همکاری همه عوامل سهیم و موثر در حوزه های مختلف می داند.

شکرخدايي؛ نايب رئيس انجمن مدیریت کیفیت ایران به اهمیت کیفیت در تمامی سطوح زندگی اشاره کرد و گفت: در مدل تعالی مدیریت مدرسه در سطح بین المللی برای دست یافتن به ارتقای کیفیت از یک سری مدل ها و نظامات استفاده می شود.

وی با بیان اینکه کیفیت باید در مسیر تعالی باشد تصریح کرد: در چرخه کیفیت باید اقدامات اصلاحی صورت پذیرد و دائما سیستم در حال بهبود باشد که خوشبختانه این موضوع در نظام آموزش و پرورش در حال رشد می باشد و نخستین ابزار برای رشد کیفی جایزه تعالی مدیریت مدرسه، توجه به استانداردها

نشست هم اندیشی و مشورتی بررسی مدل تعالی مدیریت مدرسه با رویکرد ارزیابی ملی کیفیت در مدارس با حضور انجمن مدیریت کیفیت ایران و معاونت آموزش متوسطه وزارت آموزش و پرورش در تاریخ ۲ دی ۹۷ برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی انجمن مدیریت کیفیت ایران، این نشست مشورتی با حضور فرشید شکرخدايي، نايب رئيس انجمن مدیریت کیفیت ایران، مرضیه مسگرزاده، مدیرکل دفتر آموزش متوسطه دوره اول و مسئول کارگروه تخصصی جایزه تعالی مدیریت مدرسه، احمد شیروانی؛ دبیرانجمن مدیریت کیفیت ایران، زهرا مؤمن کیا، کارشناس مسئول دفتر آموزش متوسطه و دبیر کارگروه تخصصی جایزه تعالی مدیریت مدرسه، عباس سقایی، عضو شورای سیاستگزاری جایزه ملی کیفیت و معاونین آموزش متوسطه و فنی و حرفه ای وزارت آموزش و پرورش آغاز شد.

توجه به ارتقاء کیفیت مدارس از جهت دیگری حائز

است.

در ادامه احمد شیروانی دبیر انجمن مدیریت کیفیت ایران گفت: با تصویب قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد و تاکید بند ۲۰ ماده ۷ این قانون بر تقویت جایزه ملی کیفیت ایران؛ از این پس سازمان ملی استاندارد ایران به عنوان مرجع رسمی جایزه کیفیت در کشور است وی از وزارت آموزش و پرورش برای توجه مجدانه به مقوله کیفیت و اتخاذ رویکرد نوین در این حوزه تقدیر و تشکر کرد.

زهره مؤمن کیا، کارشناس مسئول دفتر آموزش متوسطه و دبیر کارگروه تخصصی جایزه تعالی مدیریت مدرسه، با اشاره به مدل تعالی مدیریت مدرسه گفت: با توجه به اهمیت و جایگاه ویژه ای که مدارس در ساختار وزارت آموزش و پرورش دارند این بخش مهمترین و کلیدی ترین بخش از این ساختار است که تمام ارکان آموزش و پرورش در خدمت این رکن اساسی می باشد. وی با بیان اینکه کیفیت در مدرسه به معنای کیفیت در برون داد مدرسه است تاکید کرد: امروزه کیفیت در کاربست رویکردهای علمی و اتخاذ چرخش های تحول آفرین در مباحث تربیتی و پرورشی تعریف می شود.

مرضیه مسگرزاده، مدیرکل دفتر آموزش متوسطه دوره اول و مسئول کارگروه تخصصی جایزه تعالی مدیریت مدرسه با بیان اینکه هدف اصلی طرح تعالی مدیریت، تبدیل مدرسه به سازمان یادگیرنده است، گفت: مدارس در این طرح باید، فرهنگ مطالبه کیفیت را مبنا و سرلوحه کار خود قرار دهند. وی کیفیت بخشی را از برنامه های مهم آموزش و پرورش منطبق بر سند تحول بنیادین عنوان کرد و ادامه داد: استقرار نظام ارزشیابی، تعیین شاخص های کیفیت و ایجاد سازوکار قانونی برای سنجش ارزشیابی از برنامه های آموزش و پرورش، بخشی از راهکارهای پیش بینی شده در این هدف تعیین شده است.

مسگرزاده اضافه کرد: بر مبنای این هدف عملیاتی، مدرسه در افق چشم انداز سند، باید دارای قدرت تصمیم گیری، برنامه ریزی، خودارزیابی، اصلاح روش و ارزیابی بیرونی باشد و بتواند با استفاده از ظرفیت همه ارکان مدرسه، به جایگاه اصلی برنامه های آموزش و پرورش متناسب با اهداف سند، دست پیدا کند.

وی با اشاره به اینکه حلقه مفقوده در نظام آموزش و پرورش عدم حضور نظام رقابتی سالم و مثبت و مؤثر بین مدارس است، گفت: تا زمانی که نظام رقابتی مؤثر نباشد مدارس برای تعالی شاخص های کیفیت تلاشی نمی کنند و در سال جاری مقدمات فضای رقابتی مؤثر بین مدارس را فراهم می کنیم تا اولیای دانش آموزان بر اساس سامانه ای که طراحی شده است کارکرد مدرسه را ببینند و رتبه آن را پیگیری کنند و جایگاه مدرسه را بدانند.

مسئول کارگروه تخصصی جایزه تعالی مدیریت مدرسه در پایان تاکید کرد: مدارس باید تلاش کنند در زمینه های مختلف شاخص های کیفیت و استاندارد را به دست بیاورند و ارتقای مدرسه و کسب گواهی نامه های بالاتر در زمینه کیفیت منجر به کسب امتیازاتی برای مدرسه خواهد بود و از سازمان ملی استاندارد که تاکنون بسیار همکاری های خوبی با وزارت آموزش و پرورش داشته است قدردانی می کنم و از امروز با تشکیل جلسات کارشناسی با حضور اعضای کارگروه تخصصی تعالی مدیریت مدرسه و کارشناسان انجمن مدیریت کیفیت ایران از دانش و تجربه ایشان بیش از گذشته بهره مند خواهیم شد.

گفتنی است، در ارزیابی امسال ۲۷ هزار مدرسه در سطح کشور مورد ارزیابی قرار گرفتند که ۴۱۷ مدرسه حائز شرایط ورود به ارزیابی ملی کیفیت شدند که پس از بررسی ها و ارزیابی های مشترک انجام شده ۱۲۵ مدرسه موفق به اخذ گواهینامه اتمام به کیفیت شدند.

# نشست آموزشی مروجین کیفیت ادارات کل استاندارد ایران برگزار شد



نشست آموزشی و مشورتی رابطین ارزیابی ملی کیفیت ادارات کل استانها در سازمان ملی استاندارد ایران طی دو روز ۳۰ بهمن و یک اسفند برگزار شد.

در این نشست، پرویز درویش، مدیرکل دفتر ارزیابی کیفیت کالا و خدمات بر لزوم تسری جایزه ملی کیفیت به استانها تاکید کرد و افزود: مداخله استانها در فرایند ارزیابی ملی کیفیت امری ضروری است که این دفتر با همکاری ادارات کل استانها و برطبق مصوبات شورای معاونان در دست اقدام دارد. وی نقش رابطین ارزیابی را کلیدی دانست و افزود: بر نقش راهبری توسعه کیفیت در استانها که نیازمند تلاش و توجه رابطین ارزیابی ملی کیفیت تاکید کرد. در ادامه نشست مدل ارزیابی ملی کیفیت و نحوه اقدامات اجرایی فرایند جایزه ملی کیفیت توسط آقای مهندس فرشید شکرخدایی نایب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران برای شرکت کنندگان تبیین شد.

# نشست تأسیس کمیته متناظر

ISO/TC 312(Excellence in service)

برگزار شد



سازمان ملی استاندارد ایران در راستای ساماندهی مشارکت گروه های ذینفع، ذیربط و متخصصین در تدوین استانداردهای بین المللی سازمان های استاندارد سازی، اقدام به تأسیس کمیته های فنی متناظر می نماید تا با حفظ منافع و مصالح ملی و ارائه نظرات علمی در عرصه تدوین استانداردهای بین المللی حضور فعال داشته باشد. از این رو با توجه به تخصصی بودن فعالیت استاندارد سازی در کمیته های فنی سازمان بین المللی ایزو و الزام مشارکت صاحب نظران ذیربط و ذینفع کشوری در امر استاندارد سازی و به

منظور ارتقاء فعالیت های کمیته نسبت به جذب اعضای جدید در کمیته متناظر ISO/TC 312(Excellence in service) با عنوان "تعالی در خدمات" اقدام نموده است .

نشست کمیته فنی ISO/TC 312 با پیشنهاد دفتر ارزیابی کیفیت کالا و خدمات سازمان ملی استاندارد ایران صبح روز ۱۴ اسفند در سازمان ملی استاندارد ایران با حضور جمعی از نمایندگان انجمن مدیریت کیفیت ایران، کارشناسان ، مدیران و بازرسان فنی تشکیل و هیات رئیسه و دبیر آن با رای اعضا انتخاب و معرفی شدند.

۱- دکتر پرویز درویش (مدیرکل دفتر ارزیابی کیفیت کالا و خدمات سازمان ملی استاندارد ایران)؛ رئیس کمیته

ISO/TC 312

۲- دکتر فرشید شکرخدایی(نایب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران) ؛ نایب رئیس کمیته ISO/TC 312

۳- خانم الهه نجفی ؛ دبیر کمیته ISO/TC 312

# مصاحبه

## در این بخش میخوانید:

<<< دسترسی مصرف کنندگان به کالاهای با کیفیت (عبدالله سمایی وکیل دادگستری)

<<< چارچوب استانداردها، داخلی نیست (فرزین انتصاریان رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران)



## دسترسی مصرف‌کنندگان به کالاهای با کیفیت برای رونق تولید ضروری است

عبدالله سمایی وکیل دادگستری

مصرف‌کننده فعلاً بیشتر ناظر به همان معنای جبران خسارت است.

این وکیل دادگستری ادامه داد: برای تحقق آرمان رونق تولید داخلی، ارتباط متقابل میان تولیدکننده و مصرف‌کننده امری بدیهی است. بدین نحو که رونق تولید تنها در قالب ارتباط رضایت‌مندانه این دو و حمایت از حقوق منصفانه آنها قابلیت تجلی دارد و رویکرد انحصارگرایانه نسبت به تولید داخلی به عنوان نخستین و آسان‌ترین راه حل پیش رو، اگرچه در کوتاه‌مدت ممکن است که به سودآوری صنایع داخلی ختم شود اما به زودی منجر به عدم رضایت مصرف‌کنندگان در قبال دریافت کالایی با کیفیت نازل خواهد شد.

وی تصریح کرد: حمایت حقیقی از حقوق مصرف‌کنندگان در پرتو رونق تولید ملی تنها در پرتو دسترسی مصرف‌کنندگان به کالاهای داخلی که در تولید، تضمین و ارائه خدمات نسبت به نمونه‌های خارجی دارای توان رقابتی یا لااقل کیفیت قابل قبول برای مصرف‌کنندگان داخلی است، امکان‌پذیر خواهد بود و در غیراین‌صورت هر اقدامی به نفع یک طرف، منجر به زیان و نارضایتی کوتاه یا طولانی‌مدت طرف مقابل خواهد بود و دوباره به وضعیت فعلی خواهد انجامید.

وی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه آیا نباید برای تولیدکنندگان وظایفی تعیین شود و آنها ملزم به تحویل کالای با کیفیت مناسب شوند؟ گفت: این امر نه تنها به سود مصرف‌کنندگان است، بلکه تجربه نیز اثبات کرده است که کم‌هزینه‌ترین راه در مسیر فعالیت بهینه اقتصادی بنگاه‌های تولیدی و ماندگاری

حمایت حقیقی از حقوق مصرف‌کنندگان در پرتو رونق تولید ملی تنها در پرتو دسترسی مصرف‌کنندگان به کالاهای داخلی که در تولید، تضمین و ارائه خدمات نسبت به نمونه‌های خارجی دارای توان رقابتی یا لااقل کیفیت قابل قبول برای مصرف‌کنندگان داخلی است، امکان‌پذیر خواهد بود.

آیا برای تحقق «رونق تولید»، ضروری نیست همانطور که از تولیدکنندگان حمایت مالی و حقوقی می‌شود از مصرف‌کنندگان هم حمایت شود؟ در حقوق موضوعه فعلی ایران، این امر به لحاظ عنوان در قالب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در سال ۱۳۸۸ به تصویب مجلس رسیده است که پیش از آن قانون و مقررۀ صریحی تحت این عنوان وجود نداشت و حمایت از حقوق مصرف‌کننده به صورت پراکنده از قوانین مختلف قابل استنباط و اجرا بود.

وی افزود: حقوق مصرف‌کننده در معنای رایج آن مجموعه‌ای از امتیازات است که فرد در قبال عمل خرید کالا یا خدمات از فروشنده دریافت می‌کند تا در صورت نقص و اشکال یا ایراد خسارت برای جبران از آنها بهره‌مند شود اما در معنای عام خود محدود به این تعریف نیست؛ بلکه ارائه کالای باکیفیت و قابل قبول در رده خود نسبت به کالاهای مشابه موجود در بازار جهانی و بهره‌مندی از خدمات مناسب و تسریع در دسترسی به آنها، ضمانت و پوشش بجا و متناسب خسارت و دریافت کالاهای و خدمات سالم و استاندارد همگی در شمار حقوق مصرف‌کننده قرار دارد که این امر حوزه پیوند علم اقتصاد، بازرگانی و حقوق با یکدیگر است اما در معنای رایج مربوط به رویۀ قضایی و مراجعۀ مصرف‌کنندگان به محاکم دادگستری، حقوق

مثال، استرداد اضافه دریافتی عرضه‌کنندگان در راه مبارزه با گران‌فروشی، اجبار فروشنده به تعویض کالا و تسلیم کالای جانشین، الزام به پرداخت ارزش در مورد تفاوت قیمت کالای سالم و معیوب و الزام به تعمیر در صورت وجود نقص و خرابی کالا از راهکارهایی است که در قوانین حمایتی از راه محاکم دادگستری، سازمان تعزیرات حکومتی و انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده پیش‌بینی شده است.

وی تاکید کرد: راه حل‌های موجود، بیشتر تکیه بر جبران خسارت دارند اما عامل اصلی مؤثر در افزایش کیفیت کالا، مربوط به رعایت مقررات استاندارد، تنظیم بازار و سیاست‌های واردات و صادرات، ایجاد فضای رقابتی سالم با دسترسی تولیدکنندگان به دانش فنی و ابزار لازم است.

سمامی افزود: تشکیل انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان پیش‌بینی شده است که این نهادهای غیردولتی نیز از ظرفیت ایفای نقش‌های مهمی به نمایندگی از مصرف‌کنندگان در برابر دولت و تولیدکنندگان برخوردارند. در خصوص حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از راه افزایش کیفیت کالاهای تولیدی، نهادهای موجود از قبیل سازمان ملی استاندارد و قوه قضاییه در مبارزه با قاچاق کالا، وزارت بازرگانی و سازمان‌های دولتی در وضع مقررات تنظیم بازار دارای ظرفیت کافی هستند و در صورتی که نهادهای فعلی مبادرت به اقدامات شایسته و رعایت قوانین موجود نمایند، نمی‌توان تصور ایجاد نهاد جدید و موازی‌کاری بیشتر را در راستای بهبود وضع موجود کرد و به عقیده ما عامل مؤثر در تعالی کیفیت کالا و رضایت مصرف‌کنندگان، اقدام جدی در جهت مرتفع کردن ضعف‌ها و خلأهای یادشده در ظرف موجود است.

آنها در عرصه تولید همان ارتقای کیفیت تولید است. عواملی از قبیل نوسان قیمت‌ها و نرخ ارز، بالا بودن ریسک تولید، سودآوری بیش از حد بخش واسطه، تحمیل بهره‌های بالا، پایین بودن سطح دانش فنی و عدم حمایت دولتی و کنترل عرصه بازار در ضعف بخش تولید و کاهش کیفیت کالاهای عرضه‌شده نقش مؤثری داشته است.

وی افزود: تولیدکنندگان گاهی تنها به علت کاهش هزینه‌های تولید، ناگزیر از کاهش کیفیت کالاهای تولیدی خود بوده‌اند. همچنین فقدان ارتباط عمیق میان دانشگاه و صنعت و نبود همکاری مؤثر میان این دو، بر ضعف فنی تولیدات تأثیر بسزایی داشته است. پس در نتیجه علی‌رغم آنچه در ابتدا به نظر می‌رسد، ضعف تولید و کم‌کیفیتی کالاهای به طور عمده ناشی از میل به تخلف و سوء نیت تولیدکنندگان نیست؛ بلکه آنها گاهی به بهای حفظ موجودیت خود و اشتغال نیروی کار، نبود توان رقابتی و دانش فنی و محدودیت‌های مالی و بهره‌ای ناگزیر از تولید کالای کم‌کیفیت هستند؛ لذا در خصوص کیفیت کالاهای تولیدی و خدمات ارائه‌شده آنچه بیشتر به چشم می‌خورد، فقدان عملکرد مناسب در اجرای مقررات استاندارد و تنظیم بازار است و در حوزه قانونی راجع به مبارزه با قاچاق، احتکار، گرانفروشی و جرایم اقتصادی مقررات محکمی وجود دارد؛ هرچند که تمرکز مقررات حمایت از مصرف‌کنندگان بر جبران خسارت و تضمین عدم عیب کالا بوده است و در این خصوص نیازمند تأکید و اطلاع‌رسانی بیشتری است.

این حقوق‌دان درباره اینکه چه راهکارهایی برای تضمین حقوقی رسیدن کالای با کیفیت مناسب به دست مصرف‌کنندگان وجود دارد؟ گفت: ضمانت‌های اجرایی که در قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده پیش‌بینی شده است تا حدودی به طور مستقیم و غیرمستقیم می‌تواند این فرآیند را تسهیل کند. برای



## چارچوب استانداردها، داخلی نیست!

باتوجه به کپی‌برداری از استانداردهای خارجی در تولید خودرو، به نظر می‌رسد تعیین کیفیت خودروهای داخلی همیشه با مشکلات متعددی روبه‌رو است.

تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، در رابطه با استاندارد خودرو در کشور گفت: خودرو و خودروسازی تابع یک سری استانداردهاست و این استانداردها در دنیا به اشکال مختلفی تعریف شده است.

وی افزود: به طور معمول استانداردهای خودرو در دنیا در حول محور ایمنی می‌چرخد. برخی از این استانداردها هم در محدوده حفاظت از محیط زیست و آلوده نکردن منابع طبیعی هدف‌گذاری شده است.

انتصاریان ادامه داد: برخی از استانداردهای خودروسازی در دنیا محدود کننده هستند به این شکل که اگر یک تکنولوژی جدید در صنعت خودروسازی مطرح شود این استانداردها بر اجرای درست آن تکنولوژی نظارت کرده و به خودرو نمره می‌دهند. به عنوان مثال خودروهایی که اکنون به عنوان خودروهای خودران مطرح هستند باید برای تولید خود یک سری از استانداردهای جهانی را رعایت کنند اما بدون شک همه خودروها ملزم به رعایت این نوع استانداردها نیستند.

رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران تأکید کرد:

به گزارش انجمن مدیریت کیفیت ایران به نقل از باشگاه خبرنگاران، از آنجاییکه سالهاست خیابان‌های بیشتر شهرها و مناطق دیگر کشور از خودروهای مختلف داخلی پر شده است، همیشه بحث کیفیت و استاندارد تولید خودروی ملی مورد بحث مردم و کارشناسان و صاحب‌نظران بوده است. شاید بتوان یکی از دلایل اصلی نارضایتی‌ها از خودروی ملی را پایین بودن کیفیت آن بویژه در حوزه ایمنی دانست و این موضوعی است که مسئولان کشور همیشه قول همکاری در آن را داده و اعلام کرده‌اند در آینده کیفیت این خودروها بالاتر خواهد رفت؛ اتفاقی که به نظر می‌رسد هیچ‌گاه جامه واقعیت به خود نپوشانده است. اما باید دید که چگونه می‌توان استانداردهای درستی در حوزه تولید خودرو تعریف کرد و آیا استفاده و کپی برداری محض از استانداردهای جهانی می‌تواند راهگشای حل مسایل در این حوزه باشد؟

سیاست‌گذاری کلانی برای تدوین مقررات جامع در حوزه تولید خودرو وجود ندارد

فرزین انتصاریان رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران در گفت‌وگو با خبرنگار حوزه صنعت،

با اعمال نظر در بخش‌های حاکمیتی، مبانی استانداردسازی را در همه حوزه‌ها به ویژه صنعت خودرو اعمال کنیم.

وی در خاتمه با اشاره به وظایف انجمن مدیریت کیفیت ایران در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان گفت: یکی از اجزای اصلی رعایت مبانی استاندارد در ساخت و تولید، حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است که انجمن مدیریت کیفیت ایران به دنبال ارتقاء و افزایش آیت‌هایی در جهت حمایت هر چه بیشتر از مصرف‌کنندگان داخلی است.

هدف‌گذاری‌های کیفی برای تولید خودروی ملی کاملاً کپی برداری بوده است

استانداردهای مذکور هر کدام در یک حوزه خاص تعریف شده است در حالی که مقررات فنی تولید خودرو در همه جای دنیا بسیار سخت‌گیرانه است.

وی یادآوری کرد: بایستی نگاه کلان تمام وزارتخانه‌ها بر اساس این موضوع باشد که مقررات فنی درستی برای تولید خودرو در داخل کشور تعریف کرده و به آن پایبند باشند.

انتصاریان با انتقاد از نبود مقررات فنی شفاف در زمینه ساخت خودرو در داخل کشور گفت: شاید شرکت‌های خودروسازی برخی از استانداردها را رعایت کرده باشند اما در سطح سیاست‌گذاری کلان هیچ برنامه‌ای برای تدوین مقررات جامع در حوزه تولید خودرو وجود ندارد.

رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران تصریح کرد: انجمن مدیریت کیفیت ایران به دنبال ایجاد یک سیستم جامع در کل کشور است تا بتوانیم



کمیته ملی  
زیباییشناسی  
موفقیت پایدار

# ۱۸ اردیبهشت روز ملی زیباییشناسی



# مقاله

## در این بخش میخوانید:

<<< «یورومانیتور» بررسی کرد تغییرات صنعت غذا تا ۲۰۳۰

<<< اهداف پیاده سازی استانداردهای سیستم مدیریت کیفیت

<<< تاثیرات اجرای مدیریت کیفیت جامع (TQM) بر بهره وری شرکتها و سازمانها

<<< تکنیکهای پیاده سازی اصول کیفیت در هتلداری

<<< کیفیت زندگی

# «یورومانی‌تور» بررسی کرد تغییرات صنعت غذا تا ۲۰۳۰



سال ۲۰۳۰ به حدود ۸/۴ میلیارد نفر افزایش یابد. انتظار می‌رود به دلیل رشد جمعیتی تقاضا برای مواد غذایی بسته‌بندی شده و نوشیدنی‌ها تا سال ۲۰۳۰ افزایش یابد. علاوه بر این، پیش‌بینی می‌شود جمعیت شهری بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۳ میانگین نرخ رشد سالانه ۱/۷ درصدی را تجربه کند که از نرخ رشد یک درصدی جمعیت کل در دوره مشابه بیشتر است.

این رشد جمعیتی بیش از هر چیز، تقاضا برای مواد غذایی و آشامیدنی بسته‌بندی شده را افزایش می‌دهد. به علاوه، باتوجه به اینکه رشد تولید ناخالص داخلی

چشم‌انداز صنعت غذا در جهان در سال ۲۰۳۰ چگونه است؟ یورومانی‌تور پیش‌بینی کرده با توجه به برآورد رشد جمعیت و تولید ناخالص داخلی جهان تا سال ۲۰۳۰، همچنین گرایش بیشتر افراد به سبک زندگی غربی و روش زندگی راحت، انتظار می‌رود تقاضا برای مواد غذایی بسته‌بندی شده بیشتر شود.

در بین مناطق مختلف جهان، آسیا و اقیانوسیه بیشترین مصرف را طی سال‌های آینده خواهد داشت. براساس گزارشی که از سوی معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران به نقل از یورومانی‌تور تهیه شده، پیش‌بینی می‌شود جمعیت جهان تا

ثروت و سرعت بالاتر زیرساخت‌های در حال توسعه، مصرف‌کننده‌ها دسترسی بیشتری به انواع مختلف مواد غذایی و آشامیدنی دارند.

ارزیابی‌ها در مورد اروپا نیز نشان می‌دهد که این قاره سهم قابل توجهی از بازارهای مواد غذایی و آشامیدنی بسته‌بندی شده در جهان را تشکیل می‌دهد که البته این امر با مصرف سرانه بالا در بازارهای آلمان، فرانسه و انگلستان تقویت می‌شود. با وجود چنین پایه مصرف‌کننده‌ای در اروپا و بازار اشباع‌نشده منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، همچنان آسیا و اقیانوسیه منطقه پیشرو در مصرف مواد غذایی و آشامیدنی بسته‌بندی شده در آینده خواهد بود. کشورهایی مانند چین و هند، با توجه به رشد سریع شهرنشینی، توسعه سبک زندگی و افزایش تعداد کارکنان زن در آنها، انتظار می‌رود تقاضای بیشتر و رشد مطلوبی داشته باشند که این امر نقش مهمی را در وضعیت تقاضا و مصرف مواد غذایی و آشامیدنی بسته‌بندی شده در این کشورها خواهد داشت. قیمت ارزان این اقلام در بازارهای آسیا و اقیانوسیه نیز دسترسی به مواد غذایی بسته‌بندی شده را در مناطق روستایی بیشتر کرده و منجر به افزایش پتانسیل‌های رشد مصرف شده است. در مورد آمریکای لاتین، پیش‌بینی می‌شود بازار مصرف مواد غذایی بسته‌بندی شده با میانگین نرخ رشد سالانه ۲/۶ درصدی طی سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۳ توسعه یابد. انتظار می‌رود برزیل با توجه به بهبود وضعیت اقتصادی و رشد بالای صنعت مواد غذایی و آشامیدنی در لبنیات و روغن‌های خوراکی، تا سال ۲۰۲۳ حدود ۳۱ میلیون دلار به ارزش بازار کل بیفزاید.

اسنک‌ها در تمامی موادهای غذایی بسته‌بندی شده، نه تنها در اسنک‌های سنتی مانند شیرینی و چیپس، بلکه در زیرگروه‌های لبنیاتی مانند پنیر و ماست نیز نفوذ کرده‌اند. با توجه به کاهش چشم‌انداز مصرف شیرینی‌ها به علت ضررهای شکر، به نظر می‌رسد اسنک از این روند در امان بماند. با اینکه خرده‌فروشان خواربارفروشی‌های سنتی کنار خیابان

بیشتر از رشد جمعیت کل بوده است (با میانگین نرخ رشد سالانه ۸/۸ درصدی بین سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۳)، پیش‌بینی می‌شود مخارج کل مصرف‌کننده برای غذا و آشامیدنی از ۸/۵ درصد به ۸/۹ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۳۰ برسد؛ این اتفاق با افزایش گرایش افراد به سمت سبک زندگی راحت همراه بوده است. در عین حال، تغییر بی‌سابقه از زندگی روستایی به شهری، بزرگ‌ترین تغییر جمعیتی در جهان بوده که رفتارهای مصرفی جهان را تحت تأثیر قرار داده است. به نظر می‌رسد عمده مصرف‌کنندگان آینده، افرادی جوان، شهرنشین و ساکن مناطق جنوب صحرای آفریقا، آسیا و اقیانوسیه یا آمریکای لاتین باشند. این گروه جمعیتی با توجه به افزایش قدرت خرید و تمایل به سمت سبک غذا و آشامیدنی غربی، راحت و با تهیه آسان، سریع‌ترین رشد مصرف را تجربه خواهند کرد و بیشترین سهم از رشد ارزش فروش غذا و آشامیدنی را به خود نسبت خواهند داد.

از سوی دیگر، با افزایش درآمد به خصوص در کشورهای نوظهور مانند چین، مصرف‌کنندگان طبقه متوسط که رو به رشد نیز هستند، با تحریک تقاضا برای مواد غذایی بسته‌بندی شده با کیفیت بالا که شامل محصولات تولیدی محلی و ارگانیک است، موجب ایجاد تغییرات در روند مصرف خود شده‌اند. ارزیابی‌های این گزارش نشان می‌دهد آسیا و اقیانوسیه تا سال ۲۰۳۰ بزرگ‌ترین مصرف‌کننده جهان خواهند بود. بازارهای مواد غذایی و آشامیدنی بسته‌بندی شده، شاهد تغییراتی در الگوی مصرف، از سوی مناطق توسعه‌یافته به سمت مناطق در حال توسعه بوده است. با افزایش درآمد قابل تصرف و تغییر ترجیحات مصرف‌کنندگان در بازارهای در حال توسعه، فعالان بخش صنعت توجه خود را به این سمت معطوف کرده‌اند. اگرچه آسیا و اقیانوسیه پایه مصرف‌کننده قابل توجه و رشد مصرف چشمگیری دارد، اما در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا با توجه به سطح پتانسیل بالاتر، توزیع بیشتر

مواد غذایی همچنان فروش مواد غذایی بسته‌بندی شده را دارند، اما اخیراً کسب و کارهای اینترنتی نیز به‌طور مشهودی به این صنعت نفوذ پیدا کرده‌اند. گزارش یورومانی‌تور همچنین حاکی از این است که بازارهای نوظهور رشد قابل ملاحظه‌ای برای محصولات با برچسب اخلاقی (مانند رعایت موازین زیست محیطی) داشته‌اند و انتظار می‌رود این روند رو به رشد ادامه یابد. هرچند بازارهای موجود برچسب اخلاقی به رشد خود ادامه می‌دهند، اما این رشد پویا نیست و انتظار می‌رود ایالات متحده آمریکا، ژاپن و انگلیس تا سال ۲۰۲۱، میانگین نرخ‌های رشد سالانه زیر ۵ درصد را تجربه کنند. از سوی دیگر، برای چین، برزیل و اندونزی میانگین نرخ‌های رشد سالانه بالای ۵ درصد پیش‌بینی می‌شود. بازارهای در حال توسعه و نوظهور، بازارهای بالقوه برای تولید آینده محصولات با برچسب اخلاقی هستند. مشابه برچسب‌های اخلاقی، اکثریت بازارهای تاسیس شده برای محصولات غذایی بسته‌بندی شده بهداشتی و رفاهی در مناطق توسعه‌یافته (آمریکای شمالی، اروپا و بخش‌هایی از آسیا و اقیانوسیه) قرار دارند. وضعیت صنعت غذا در آینده حاکی از این است که مواد غذایی طبیعی، کاهش شکر و برچسب‌های Free-From (به مواد غذایی یا آشامیدنی اشاره دارد که فاقد برخی مواد غذایی است که برخی مصرف‌کنندگان به آنها آلرژی داشته و بدن آنها تحمل این ماده‌های غذایی را ندارد)، اولویت‌های اصلی صنعت مواد غذایی یا آشامیدنی هستند. افزایش آگاهی‌های بهداشتی و سلامت روند جدیدی نیست، اما از آنجا که این موضوع ترجیحات مصرف‌کننده را به سمت ارزش غذایی بالاتر سوق داده و مصرف تنوع‌های غذایی سالم‌تر از جمله محصولات غذایی کم‌چرب را بالاتر برده، اثر آن همچنان بیشتر مشاهده خواهد شد. صنعت مواد غذایی بسته‌بندی شده شاهد رشد قابل ملاحظه‌ای در محصولات Free-From و ارگانیک بوده است. انتظار

می‌رود در آینده، نوآوری مجددی در زمینه سلامت و استراتژی‌های بازاریابی، با انتقال تمرکز بر کارآمدبودن و موارد مشابه به سمت مواد اولیه پاک، بسته‌بندی شفاف و برچسب‌های پاک صورت گیرد. جمع‌بندی این گزارش حاکی از این است که مواد اولیه و ویژگی‌های با ارزش افزوده تغییراتی را در چشم‌انداز مصرف‌کننده ایجاد کرده‌اند؛ این در حالی است که رفاه و راحتی روش جدیدی را برای خرید مواد غذایی و آشامیدنی مصرف‌کننده‌ها دیکته می‌کند. تغییر ترجیحات مصرف‌کننده برای تقاضای مواد غذایی و آشامیدنی، فرصت‌های بیشتری را برای نوآوری در صنعت فراهم می‌کند که بر جذب مصرف‌کننده و مواد اولیه یا ویژگی‌هایی که ارزش افزوده ایجاد می‌کنند، تمرکز دارد. مشابه افزایش آگاهی در زمینه بهداشت و سلامت، حق بیمه نیز روند جدیدی نیست، اما به‌طور فزاینده‌ای مشمول پایه مصرف‌کننده بزرگ‌تر شده که این امر نیز ناشی از گسترش طبقه متوسط جامعه با درآمدهای قابل تصرف بالاتر و اشتیاق بیشتر برای کیفیت و مزه‌های خاص است. برای فعالان مواد غذایی و آشامیدنی بسته‌بندی شده، سرمایه‌گذاری در محصولات نوآورانه منجر به بهبود چشم‌انداز سودآوری شده و مصرف‌کنندگان اشتیاق بیشتری برای پرداخت قیمت‌های بالاتر برای محصولات که با ارزش‌های آنها تناسب دارد، نشان می‌دهند. علاوه بر این، جست‌وجوی مصرف‌کنندگان برای اجزای ارزش افزوده نه تنها خریدهای آنها، بلکه روش خرید آنها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. از سوی دیگر، تجارت الکترونیک در حال حاضر چشم‌انداز خرید را مختل کرده؛ به‌طوری‌که به تدریج جای فروش سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های بزرگ و سایر فروش‌های کنار خیابان را گرفته است.

# اهداف پیاده سازی استانداردهای سیستم مدیریت کیفیت و دلایل عدم موفقیت برخی از سازمان های ایرانی در دستیابی به آنها

علی نادعلیان (مدیر سیستم های کیفیت ، گروه صنعتی غرب استیل)

محمد عبدالشاه (عضو هیئت علمی ، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان)

چکیده

سیستم مدیریت کیفیت دارد که این موضوع با توجه به هزینه های مادی و غیر مادی آن حایز اهمیت بالایی است در واقع می توان بیان کرد که نداشتن شناختی درست و همه جانبه درمورد سیستم ها می تواند سازمان ها را در تصمیم گیری برای استقرار و یا تلاش برای حفظ و بهبود آن دچار مشکل کند. به این ترتیب که ممکن است برخی سازمان ها با در نظر نگرفتن شرایط خاص خود، در برخی مواقع با فراهم نکردن بستر مناسب برای پیاده سازی اصولی سیستم و در برخی موارد دیگر با انتظارات بیش از حد خود از دستاوردهای یک سیستم، اقدام به پیاده سازی آن کنند که این امر سبب شکست آنها و به هدر رفتن منابع سازمان شود. از سویی دیگر ممکن است سازمانی قابلیت پیاده سازی سیستم را داشته باشد، اما با آگاهی نداشتن نسبت به مزایای کوتاه مدت و بلند مدت سیستم مدیریت کیفیت و تأثیرات آن بر عملکرد سازمانی، اقدام به پیاده سازی سیستم ننماید. در پیاده سازی یک سیستم مدیریت کیفیت اهدافی جهت رشد و اعتلای سازمان تعریف می گردد که براساس فعالیت و ماهیت کاری سازمان میزان اهمیت این اهداف اولویت بندی خواهد شد که در ذیل به آنها اشاره خواهد شد.

. مدیریت فرایندها

. مدیریت زنجیره تامین

. رضایت کارکنان

امروزه اغلب سازمان ها پی برده اند که ارتقاء کیفیت کالا و خدمات شرط لازم و ضروری برای بقا و حضور در بازار و رقابت جهانی است. «استانداردهای سیستم مدیریت کیفیت» در بر گیرنده الزاماتی برای ایجاد، استقرار، اجرا و برقرار نگه داشتن سیستم مدیریت کیفیت می باشند به گونه ای که اگر لازم باشد تا قابلیت سازمان در استقرار سیستم مدیریت کیفیت به اثبات برسد بتوان آن را ارزیابی کرد. هدف از انجام این تحقیق بررسی اهداف استقرار سیستم مدیریت کیفیت در سازمانها و بررسی دلایل عدم موفقیت سازمانهای ایرانی در دستیابی به این اهداف می باشد.

طراحی و پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت در سازمان ها در صورتی که مبتنی بر شرایط خاص سازمان ها باشد می تواند سبب بهبود عملکرد سازمان ها شود. تعداد به نسبت بالایی از سازمان های ایرانی اقدام به پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت برای سازمانهای خود کرده اند. پاسخ به این سؤال که آیا پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت در این سازمان ها اثربخش بوده است یا خیر (منتج به بهبود عملکرد شده است یا خیر) ، موضوعی است که زمینه لازم برای بررسی و پژوهش را فراهم می آورد. مطالعات اولیه در این خصوص نشان از شواهد متناقضی از شکست/ موفقیت پروژه های استقرار

هریک از این اهداف از پیش تعیین شده در سازمان ها ، از طریق متدها و مکانیزم های مختلف مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت که به آنها پرداخته شده است.

. رضایت مشتریان  
. اثربخشی سازمانی  
. نتایج مالی و بازار

جدول 1 :

|                                                                                                                                                                |                                                                                                                                       |               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| [14] (Shetty,1987)<br>[15] (Juran,1992)<br>[4] (GAO,1991)<br>[6] (Hendricks and Singhal,1990)<br>[16] (Gunasekaran,2002)<br>[8](NIST, 2002)<br>[1] (Sila,2007) | سهام بازار محصولات ارائه شده سازمان، سود کسب شده، نرخ بازگشت سرمایه، موقعیت کلی رقابتی سازمان، تعداد محصولات جدید معرفی شده به بازار. | رضایت مشتریان |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|

| حوزه           | معیارهای ارزیابی عملکرد                                                                                                                                                                       | مبانی نظری موجود در این زمینه                                                                                                                         |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| رضایت مشتریان  | تکرار خرید به وسیله مشتریان، اعتماد مشتریان به محصولات سازمان ، تحویل به موقع محصولات به مشتریان ، میزان ارائه خدمات ویژه به مشتریان، ارزش پولی که مشتریان برای محصولات سازمان پرداخت می کنند | [4] (GAO,1991)<br>[5] (Dean and Bowen,1994)<br>[6] (Hendricks and Singhal,1990)<br>[7] (Atkins et al,2002)<br>[8](NIST, 2002)                         |
| رضایت کارکنان  | نسبت جابه جایی کارکنان ، میزان وفاداری کارکنان یا میل به ماندن در سازمان، ارزش پیشنهادات دریافتی از کارکنان، نمرات عملکردی کارکنان.                                                           | [4] (GAO,1991)<br>[2](Adam et al, 1997)<br>[9] (Paauwe and Richardson,1997)<br>[10](McAdam and Bannister, 2001)<br>[8](NIST, 2002)<br>[1] (Sila,2007) |
| اثربخشی سازمان | هزینه تمام شده محصول، شاخص های بهره وری،                                                                                                                                                      | [11] (Deming,1986)<br>[4] (GAO,1991)<br>[6] (Hendricks and Singhal,1990)<br>[12] (Kim et al,2002)<br>[13](Rust et al, 2002)<br>[1] (Sila,2007)        |

تأثیر فعالیت های مدیریت کیفیت بر رضایت کارکنان

پیاده سازی مدیریت کیفیت یکی از موارد پیچیده ای است که برای سازمان ها اتفاق می افتد و پیچیدگی آن به علت تغییراتی است که در فرهنگ سازمانی و کارکنان به وجود می آید [ ۱۷]. نتایج مطالعات انجام شده در این حوزه نشان می دهد که فعالیت های مدیریت کیفیت همبستگی مثبتی با نرخ جابه جایی [ ۲ ] و رضایت کارکنان [ ۱۸ ] دارد. علاوه بر این ها نتایج مطالعات انجام شده به وسیله گیو مارس ۱۹۹۶ نشان داده است که پیاده سازی TQM در سازمان ها باعث رضایت بالای کارکنان، مشارکت بیشتر آنان در شغل، تعهد نسبت به سازمان و میل ماندگاری به سازمان می شود [ ۱۹]. نتایج تحقیقات مک آدام و بانیستر (۲۰۰۱) نشان داده است که پیاده سازی مدیریت کیفیت جامع باعث فراهم شدن محیط فیزیکی و غیر فیزیکی مناسب در سازمان ها می شود که این موضوع کاهش غیبت کارکنان را به همراه دارد [ ۱۰]. مطالعه دیگری که به وسیله وندر

واید و بوسیلی ( ۲۰۰۲ ) انجام شده است، بیان می کند که درک و تصور کارکنان از فعالیت های مختلف مدیریت کیفیت منجر به سطح بالای رضایت و توجه پایین به ترک سازمان و تعهد بالای سازمانی می شود [ ۲۰ ].

تأثیر فعالیت های مدیریت کیفیت بر رضایت مشتریان

دمینگ ( ۱۹۸۲ ) بیان می کند که رضایت مشتریان مهم ترین خروجی فعالیت های مدیریت کیفیت می باشد . [ ۲۱ ] اهمیت رضایت مشتریان تا اندازه ای است که ۲۰ درصد از کل امتیاز مدل EFQM را به خود اختصاص داده و این مقدار بیش ترین امتیاز مدل می باشد. در واقع می توان این گونه بیان کرد که موفقیت در فعالیت های مدیریت کیفیت با چگونگی تمایل و خواسته سازمان ها درباره استفاده از نتیجه رضایت مشتریان به عنوان یکی از معیارهای ارزیابی کننده تصمیمات و فعالیت سازمان ها در ارتباط مستقیم است [ ۲۲ ] . مطالعه انجام شده به وسیله داس و همکارانش ( ۲۰۰۰ ) نشان داد که ارتباط مثبت و معنا داری میان فعالیت های مدیریت کیفیت و معیار عملکردی رضایت مشتریان وجود دارد [ ۲۳ ] .

تأثیر فعالیت های مدیریت کیفیت بر اثربخشی سازمانی

دمینگ ( ۱۹۸۶ ) بیان می کند که فعالیت های مدیریت کیفیت باید بر اثربخشی سازمانی تأثیر مثبتی داشته باشد [ ۱۱ ]، این موضوع به این معنا است که پیاده سازی مدیریت کیفیت می تواند از طریق بهبود تخصیص منابع، باعث کمینه شدن هزینه های کلی شود. نتایج مطالعات کارتر و ناراسیماهان ( ۱۹۹۴ ) نشان داده است که تمرکز مدیریت کیفیت بر فعالیت های بهبود، از راه بهینه کردن فعالیت های کارکنان و اثربخشی فرایندها، سبب افزایش بهره وری می شود [ ۲۴ ] .

مک آدام و بانیستر ( ۲۰۰۱ ) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که شرکت ها با پیاده سازی مدیریت کیفیت، بهبود در زمان های چرخه تولیدی را بهتر ثبت می کنند و این امر منجر به تمرکز گروهی بر مشتریان داخلی و نیازمندی های آنان می شود. فعالیت های مدیریت کیفیت علاوه بر کمک به کیفیت محصولات، باعث کاهش دوباره کاری ها، کاهش ضایعات و کاهش میزان ذخیره احتیاطی می شود. این موضوع به این علت است که پیاده سازی مدیریت کیفیت، فرایندهای تولیدی قابل اتکایی را فراهم می کند و موجب کمینه شدن هزینه های تولیدی و زمان صرف شده بر تولید می شود و به دنبال آن نیز با کاهش زمان تولید، شرکت ها و سازمان ها قادر می شوند تا عملکرد تحویل خود را بهبود دهند [ ۱۰ ] . به بیان دیگر از راه فعالیت های بهبود مستمر، علاوه بر پیشگیری از خطا و ضایع شدن محصولات، زمان چرخه تولید نیز کاهش پیدا کرده و به این ترتیب بهره وری تولید افزایش پیدا می کند [ ۲۵ ] .

تأثیر فعالیت های مدیریت کیفیت بر نتایج مالی و بازار

با وجود برخی نتایج متناقض که ارتباط معنا داری میان فعالیت های مدیریت کیفیت و نتایج مالی شناسایی نکرده اند [ ۲۶ ] اغلب تحقیقات وجود ارتباط معنا داری را گواهی کرده اند. دمینگ ( ۱۹۹۸ ) بیان می کند که بهبود کیفیت باعث کاهش تأخیر ها، کاهش هزینه ها و بهبود در عملکرد سازمان ها می شود [ ۱۱ ] . جوران ( ۱۹۹۲ ) بیان می کند که میزان سهام بازار ها، یکی از معیارهای آزمون نتایج مدیریت کیفیت است، چرا که پیاده سازی مدیریت کیفیت سبب افزایش فروش محصولات می شود [ ۱۵ ] . نتایج تحقیقات آندرسون و سوهال ( ۱۹۹۹ ) نشان می دهد که فعالیت های مدیریت کیفیت تأثیر

مثبتی بر رقابت پذیری، فروش و سهام بازار داشته است. [ ۳ ] یکی دیگر از تحقیقاتی که درباره شناسایی ارتباط میان فعالیت های مدیریت کیفیت و عملکرد مالی سازمان ها انجام شده است، تحقیق انجام شده به وسیله هانسون و اریکسون ( ۲۰۰۲ ) است. نتایج تحقیقات ایشان بیانگر این موضوع است که شرکت های سوئدی برنده جایزه کیفیت ( که فعالیت های مدیریت کیفیت را به صورت موفقیت آمیزی پیاده سازی کرده اند) عملکرد مالی مناسبی داشته اند [ ۲۷].

بررسی دلایل ناکامی سازمان های ایرانی در پیاده سازی استانداردهای سیستم مدیریت کیفیت اکنون به بررسی علل و دلایل عدم دستیابی به اهدافی که در پیاده سازی و اجرا سیستم مدیریت کیفیت و استاندارد هایی نظیر ۹۰۰۱ تبیین می گردند خواهیم پرداخت. به نظر می رسد با ورود و پیاده سازی استاندارد های ISO ۹۰۰۰ در سازمان های ایرانی شاهد رشد و ارتقاء سازمانها و دستیابی به کلاس جهانی در صنایعی باشیم که علیرغم وجود و دسترسی به منابع لازم از قبیل نیروی انسانی، زیر ساخت و منابع مالی روز به روز شاهد افول و حذف آنها هستیم. همچنین به نظر می رسد بزرگترین و مهمترین عاملی که منجر به عدم موفقیت استانداردها در سازمان های گردیده است عدم درک سیستم و میزان تاثیر آن بر سازمان است. عدم درک این مطلب که اهداف سازمان از اجرا و پیاده سازی سیستم چیست و چه چشم اندازی برای سازمان پس از اجرای سیستم پیش بینی می گردد و یا به تعریفی دیگر درک این که: هدف اصلی از استقرار نظام تضمین کیفیت ISO ۹۰۰۰ تامین اعتماد و اطمینان کافی در مورد اینکه یک محصول و یا خدمات مشخصات کیفی تعیین شده را از طریق انجام یک سلسله عملیات سازمان یافته و برنامه ریزی شده

ارضا می کند است.

استقرار صحیح این نظام مشتری را مطمئن می سازد که محصول یا خدمات مورد تقاضای او به موقع و با کیفیت خواسته شده در اختیار وی قرار خواهد گرفت و در سازمان باعث بهبود مستمر کیفیت محصول و یا خدمات، کاهش ضایعات، کاهش و یا حذف دوباره کاریها، حذف احتمال استفاده از محصول نامنطبق در فرآیند سازماندهی محیط کار، مشخص شدن مسئولیتها و اختیارات، کنترل و ثبت عوامل موثر بر کیفیت، یکنواختی روش انجام کار و ... می شود.

امروزه اغلب سازمان ها پی برده اند که ارتقاء کیفیت کالا و خدمات شرط لازم و ضروری برای بقا و حضور در بازار و رقابت است. از این رو سازمان ها اقدام به اخذ گواهینامه های سیستم مدیریت در حوزه فعالیت خود کرده اند اما آیا تنها اخذ گواهینامه ها منجر به رشد و ارتقاء کیفیت خواهد شد؟

پیاده سازی نامناسب استاندارد ISO ۹۰۰۱ در سازمان ها یکی از آسیب هایی است که منتقدین اجرای این استاندارد بین المللی در ایران و کشورهای مشابه از آن همواره یاد کرده اند. فرآیند پیاده سازی استاندارد ISO ۹۰۰۱ و دریافت گواهینامه این استاندارد در هر سازمان معمولاً با استفاده از یک رویه مشخص که عمدتاً سه طرف در آن درگیر هستند انجام می پذیرد. سازمان خواهان گواهینامه، شخص حقیقی یا حقوقی که به عنوان مشاور فعالیت می نماید و سازمان گواهی دهنده سه طرف ذینفع در فرآیند پیاده سازی استاندارد هستند و فرآیند پیاده سازی این استاندارد معمولاً در چند مرحله محقق می گردد. استاندارد ISO ۹۰۰۱ هدف از پیاده سازی این استاندارد را دو زمینه بیان می دارد:

الف- نمایش توانایی سازمان در فراهم آوردن مداوم محصولی که الزامات مشتری و الزامات قانونی متتزی

را برآورده می سازد.

ب - افزایش رضایت مشتری از طریق کاربری موثر سیستم مدیریت کیفیت، از جمله فرآیندهایی که به بهبود مستمر سیستم و اطمینان از تطابق با الزامات مشتری و الزامات قانونی مقتضی می پردازد.

همچنین استاندارد ISO ۹۰۰۱ تأکید می نماید که الزامات معین شده در این استاندارد بین المللی برای یک سیستم مدیریت کیفیت، مکمل الزامات مرتبط با محصول می باشند. ولی در برخی از سازمان هایی که دریافت کننده گواهینامه این استاندارد بوده اند، این اهداف یا فراموش شده است و یا اینکه به سختی قابل دستیابی است. آسیبی که از این بابت گریبانگیر ذینفعان پیاده سازی این استاندارد شده است هدف اصلی این نوشته است و تلاش خواهد شد تا از زوایای گوناگون آسیب شناسی این رویداد گسترده در سطح کشور مورد نقد و بررسی قرار گیرد.

آسیب شناسی فرآیند پیاده سازی استاندارد

در بهترین حالت بعد از گذشت ۶ ماه تا یک سال از زمانی که مشاور فعالیت خود را در سازمان شروع می کند، گواهینامه استاندارد ایزو ۹۰۰۱ صادر خواهد شد. بطور معمول سازمانی که اشراف کافی به نیازمندی های استاندارد ندارد تحت تاثیر برنامه ریزی های مشاور، فرآیند دریافت گواهینامه استاندارد را با استفاده از مراحل مشخص شده دنبال می نماید. استاندارد ISO ۹۰۰۱ در بند ۷-۵ تحت عنوان اطلاعات مدون فرآیند ایجاد، مستند نمودن، پیاده سازی، نگهداری و بهبود مستمر اثر بخشی سیستم مدیریت کیفیت را در سازمان مشخص نموده است. لیکن به خاطر تعجیل سازمان برای دریافت گواهینامه، عدم اشراف مشاور به نیازها و انتظارات سازمان و همچنین الزامات استاندارد، ذینفع بودن گواهی دهنده در تایید سیستم و صدور گواهی نامه

باعث می گردد فرآیند تبیین شده توسط استاندارد ISO ۹۰۰۱ به درستی و به طور کامل در تمامی سطوح سازمان پیاده سازی نگردیده و در این صورت دریافت گواهینامه استاندارد ISO ۹۰۰۱ در اکثر موارد برآورده کننده اهداف برشمرده استاندارد برای سازمان نگردد.

آسیب هایی که از بابت عدم توجه به این امر نصیب سازمان می گردد عبارت است از:

فرآیندهای مورد نیاز سیستم مدیریت کیفیت و کاربرد آنها شناسایی نمی گردد و به جای آن حجم انبوهی از مستندات تولید می گردد. جالب آنکه معمولاً این حجم انبوه مستندات را مشاور با استفاده از یافته های خود در پروژه های اجرا شده قبلی و با بکارگیری روش الکترونیکی کپی (copy) و جایگزینی (paste) تولید نموده است و در بسیاری از موارد هیچ کدام از کارکنان سازمان در طراحی و تدوین این مستندات مشارکتی نداشته اند.

توالی و تاثیرات متقابل فرآیندها معین نمی گردد و بجای آن مشاور از یک نقشه تعامل فرآیندها که نه خود و نه دیگران آن را نمی فهمند، استفاده می نماید. گواهی دهنده نیز به خاطر اینکه نفر روزهای مشخصی را برای صدور گواهینامه تعیین کرده و حق الزحمه خود را بر این مبنا دریافت می دارد معمولاً از خیر و شر بررسی این سند منصرف می گردد.

معیارها و روش های پایش و اندازه گیری اثربخشی فرآیندهای سیستم به درستی و روشنی تعریف نمی گردد. البته زیاد هم نباید انتظار داشت سازمانی که همزمان با اجرای حجم انبوه مستندات که درک آنها خود یک پروژه می تواند باشد، لازم است پاسخگوی ممیزی های متعدد و غیر حرفه ای باشد بتواند به تعریف معیارهای و روش های اثربخشی فرآیندها فکر کند. معمولاً تعریف معیارها و شاخص های اندازه گیری اثربخشی فرآیندها ذهنی خلاق و فراغت بال

طلب می نماید.

آسیب شناسی سازمان غیر متعهد

بند ۵ استاندارد ISO ۹۰۰۱ الزام می نماید که مدیریت ارشد سازمان شواهدی مبنی بر تعهد خود نسبت به توسعه و استقرار سیستم مدیریت کیفیت و نیز بهبود مستمر اثربخشی آن را فراهم آورد. یکی از ابزاری که استاندارد در این زمینه الزام می نماید حصول اطمینان از در دسترس بودن منابع است. بسیار اندک هستند مدیران سازمان هایی که برای عمل به تعهدی که استاندارد آنها را به رعایت آن الزام نموده است، منابع کافی را به سیستم مدیریت کیفیت خود تخصیص دهند.

نویسندگان و استراتژیست ها ، طبقه بندی ها و دسته بندی های متنوعی را از منابع سازمانی ارائه کرده اند. با این حال، با توجه به این که دیدگاه مبتنی بر منابع در استراتژی توسط جی بارنی تعریف و تدوین شده، منطقی است تعریف منابع سازمانی را از نگاه او بشناسیم و بدانیم. این تعریف، هم قابل اشاره و استناد است و هم کمک می کند هنگام اشاره به بحث مدیریت منابع در سازمان، همه ی ما تصویر کمابیش یکسانی از این مفهوم در ذهن داشته باشیم. بارنی در مقاله ی خود درباره ی دیدگاه مبتنی بر منابع، منابع سازمانی را به نقل از ریچارد دفت (Richard Daft) چنین تعریف می کند منابع سازمانی شامل همه ی دارایی ها، توانمندی ها، فرایندهای سازمانی، ویژگی های بنگاه، دانش، اطلاعات و هر چیزی است که تحت کنترل یک بنگاه اقتصادی است و به آن کمک می کند استراتژی های خود را پیاده کرده و کارایی و اثربخشی خود را افزایش دهد. طبقه بندی منابع سازمانی : بارنی هم چنان با مرور تعریف هایی که پیش از او از منابع سازمانی ارائه شده، پیشنهاد می کند منابع سازمانی را در سه دسته بررسی کنیم:

• منابع از جنس سرمایه های فیزیکی

• منابع از جنس سرمایه های انسانی

• منابع از جنس سرمایه های سازمانی

او سه دسته ی بالا را به صورت زیر تعریف می کند:

منابع از جنس سرمایه های فیزیکی : تکنولوژی فیزیکی مورد استفاده در یک کسب و کار، امکانات و تجهیزات کارخانه، موقعیت فیزیکی کسب و کار و دسترسی آن به موارد اولیه، نمونه هایی از سرمایه های فیزیکی یک کسب و کار محسوب می شوند.

منابع از جنس سرمایه های انسانی: آموخته ها، تجربیات، هوش، قدرت قضاوت (و تصمیم گیری)، روابط میان انسان ها و شهود تک تک مدیران یک مجموعه، مهم ترین سرمایه های انسانی یک بنگاه اقتصادی را تشکیل می دهند.

منابع از جنس سرمایه های سازمانی: ساختار سازمانی و الگوی گزارش دهی (این که هر کسی به چه کسانی گزارش می دهد)، برنامه ریزی های رسمی و غیررسمی در یک سازمان، سیستم های کنترل مدیریتی و ایجاد هماهنگی و نیز روابط یک بنگاه اقتصادی با گروه های دیگر بیرون از مجموعه، از جمله سرمایه های سازمانی محسوب می شوند. همه ی ما مفهوم سرمایه های فیزیکی و انسانی را درک می کنیم. حتی سرمایه های سازمانی هم که بارنی مورد تأکید قرار می دهد، زیرمجموعه ی سرمایه های نامشهود محسوب می شوند که به عنوان یک مفهوم مدیریتی، میان مدیران کاملاً رایج و شناخته شده است. ولی نکته ای وجود دارد که توجه به آن خالی از لطف نیست: ما اغلب وقتی از سرمایه های نامشهود حرف می زنیم، مواردی مثل سرقتی و برند و دانش فنی را مد نظر داریم. اما بارنی به ما یادآوری می کند که حتی همین نکته ی ساده که در یک مجموعه، هر کسی به چه کسی گزارش می دهد، یک سرمایه ی سازمانی است و نباید

آن را دست کم بگیریم. ما حتی در تحلیل استراتژیک سازمان‌ها و کسب و کارها و احتمالاً تقلید از آن‌ها، این بخش از سرمایه‌های سازمانی را جدی نمی‌گیریم. در حالی که باری همین رابطه‌ها را به عنوان بخشی از منابع کسب و کار، در حد ماشین‌آلات و تجهیزات، مهم می‌بیند و جدی تلقی می‌کند. باری هم‌چنین به نکته‌ی دیگری هم اشاره می‌کند که نباید آن را از یاد ببریم: هر یک از منابع استراتژیک (انسانی، فیزیکی، سازمانی)، فقط وقتی یک منبع ارزشمند محسوب می‌شوند که به پیاده‌سازی استراتژی‌های کسب و کار کمک کنند. در غیر این صورت، آن‌ها را نباید به عنوان بخشی از منابع سازمان در نظر بگیریم. چه بسا منابعی در سازمان وجود داشته باشند که بودن‌شان، موجب کاهش کارایی و اثربخشی مجموعه شود. حال اینکه چه میزان از مدیران ارشد سازمانها مدیریت مناسبی بر روی انواع منابع سازمانی خود دارند نیازمند تحقیقی جامع در این زمینه خواهد بود.

#### آسیب شناسی مشاور آماتور

برگزاری مناقصه در ایران در بسیاری از موارد مترادف با دریافت محصول و یا خدمت با کمترین قیمت است و هر چه قدر هم که سازمان‌های مدعی شوند در مناقصه خود کیفیت را هم مد نظر داشته اند لیکن شواهد عینی فراوانی هستند که نشان می‌دهد برنده مناقصه شخص حقیقی یا حقوقی بوده است که کمتری قیمت را پیشنهاد داده است. مشاوره که محصول فرآیند برگزاری مناقصه است و پیشنهاد کمترین قیمت را برای طراحی و پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت قبول کرده است، به ناچار در ارایه خدمات خود نیم نگاهی به ارزان تمام شدن هزینه خدمات قابل ارایه خود دارد تا سود حاصل از قرارداد منعقد شده، بتواند وی را برای حضور در مناقصه‌های بعدی سر پا نگه دارد.

آسیب‌های ناشی از انتخاب مشاور طی فرآیند برگزاری مناقصه و ناکافی بودن حق الزحمه وی را می‌توان تحت عناوین زیر فهرست بندی نمود: عدم اختصاص وقت کافی برای شناخت مناسب وضعیت موجود سازمان،

تولید مستندات سیستم مدیریت کیفیت بدون جلب مشارکت صاحبان فرآیندها به دلیل زمانبر بودن این مشارکت،

استفاده نابجا از تجارب اندوخته شده قبلی به کمک ابزار بسیار معروف کپی (copy) و جابجینی (paste) در مستندسازی سیستم مدیریت کیفیت، به عبارت روشن تر مشاور بجای آنکه محصول سفارشی خود را تولید کند به دنبال تولید انبوه می رود تا از این طریق بتواند سود آوری خود را افزایش دهد. عدم ارایه آموزش‌های لازم و یا ناکافی بودن این آموزش‌ها به خاطر آنکه هیچ گونه نفعی به مشاور از این بابت نمی‌رسد و از سوی دیگر وی ناچار می‌شود با کارکنانی که سیستم مدیریتی سازمان خود را به سختی نقد می‌کنند روبرو شده و ناخواسته پاسخگوی عملکردهای مدیران سازمان گردد تا به کارکنان ثابت کند که اشکال از مدیران و نه استاندارد است.

بی‌انگیزه بودن مشاور در توجیه مدیریت ارشد و سایر مدیران سازمان برای جلب تعهد و همکاری ایشان در رابطه با تدوین خط مشی، اهداف و نظامنامه کیفیت و آگاه ساختن کارکنان از مفاد این مستندات بسیار مهم، بی‌توجهی به نیازها و انتظارات سازمان در مستندسازی و پیاده سازی فرآیندها ISO ۹۰۰۱ به طور مستقیم از آنها یادی نکرده است مانند فرآیندهای بازاریابی، مالی و ... و توجیه سازمان در خصوص اینکه این دسته فرآیندها در گستره کاربرد استاندارد ISO ۹۰۰۱ جایگاهی ندارند.

## آسیب شناسی گواهی دهنده ناآشنا

سوی گواهی دهنده به سیستم مدیریت کیفیت معمولاً شرکت گواهی دهنده هنگامی انتخاب می شود که سازمان سیستم مدیریت کیفیت خود را تا حدود زیادی پیاده سازی نموده است و برای انتخاب گواهی دهنده می تواند از فرآیند ارزیابی و انتخاب تامین کنندگان استفاده نماید. لیکن به دلایل گوناگونی این مهم رخ نمی دهد و گواهی دهنده با توصیه مشاور یا دیگر دست اندرکاران پروژه مانند نماینده مدیریت شناسایی و انتخاب می گردد. حال اگر از نحوه انتخاب گواهی دهنده صرف نظر کنیم جا دارد آسیب های جدی که می تواند از

سوی گواهی دهنده به سیستم مدیریت کیفیت سازمان برسد را بررسی نماییم. فرآیند ممیزی به عنوان فرآیندی که دارای ارزش افزوده برای سازمان ها خواهد بود مد نظر قرار می گیرد. حال اینکه در سازمانی که به صورت تشریفاتی مورد ممیزی شرکت گواهی دهنده قرار می گیرد و تنها به عنوان یک سود مالی به آن نگاه می شود چگونه این امر محقق می گردد؟ همچنین میزان اعتبار شرکت گواهی دهنده در کشور از اهمیت بسزایی برخوردار است که این امر نیازمند نظارت توسط مراجع و مجامع متولی کیفیت در کشور است.

### نتیجه:

همانگونه که بیان شد عوامل متعددی در عدم موفقیت یک سازمان در پیاده سازی استانداردهای سیستم مدیریت کیفیت تاثیر گذار می باشند که مانع از موفقیت استاندارد ها در سازمانهای ایرانی گردیده اند به نحوی که اکنون بسیاری از برندهایی که در زمان خود دارای اعتبار فراوانی بوده اند ، اکنون حتی در ذهن افراد جامعه نیز جایگاهی ندارند و هر روز بر میزان دور شدن آنها از مقیاس های جهانی افزوده خواهد شد که در ذیل به آنها اشاره شده است.

- عدم آشنایی و اعتقاد مدیریت ارشد سازمان ها و تعهد وی به پیاده سازی استاندارد
- عدم تامین منابع و زیر ساخت های مورد نیاز و عدم مدیریت منابع موجود
- عدم امکان ارتقاء تامین کنندگان
- تجویز یک سیستم ثابت جهت سازمان های متفاوت و عدم توجه به ماهیت سازمان ها
- عدم نظارت کافی بر اجرای سیستم و وجود فرهنگ کیفیت فدای تولید
- عدم اجرای مناسب سیستم

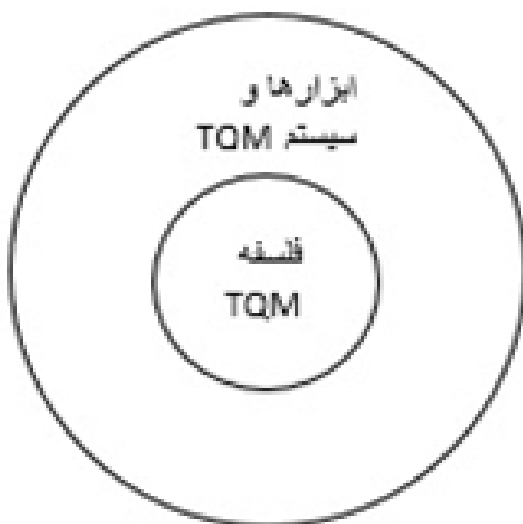
## تأثیرات اجرای مدیریت کیفیت جامع (TQM) بر بهره‌وری شرکتها و سازمانها

سیاوش سیار ایرانی

خدمات آنها در مقابل رقبایشان و با قیمتی که قاعدتا بیشتر از هزینه تولید می باشد، باشند. یک مشتری منطقی در بازار تمایل دارد که محصولی با ارزش ذاتی بالا در قبال پولی که پرداخت می کند دریافت نماید، در نتیجه یک تولید کننده موفق باید به فکر ارتقا ارزش محصولات و خدمات تولیدی خود بوده تا قیمت ارائه شده به مشتری و از دید ایشان قابل قبول باشد و این مهم باید در حالی رقم بخورد که هزینه تولید در راستای افزایش سود شرکت، به اندازه کافی بهینه و کاهش یابد. حال سوال اینجاست که چگونه ممکن است افزایش ارزش محصول به موازات کاهش هزینه های تولید، افزایش یابد؟ کلید موفقیت شرکتها در پاسخ به این سوال نهفته است. مدیریت کیفیت جامع (TQM) در صدد نهادینه کردن فرهنگ ارتقا رضایت مشتری همراه با کاهش هزینه تولید و ارائه محصولات ارزشمند می باشد.

### مدل TQM

در شکل ۱ مدل ساده از TQM نمایش داده شده است. این مدل از ۲ جز اصلی تشکیل یافته است:



مقدمه\_ با گسترش رقابت در بازارهای جهانی و برداشته شدن مرزهای آنها، نگهداری سهم بازار برای شرکت ها سخت تر از قبل شده است. با توجه به پیشرفت های صورت گرفته در بحث بازاریابی دیجیتال در عصر تکنولوژی اطلاعات، شاهد تغییر ماهیت مرزهای سنتی و جغرافیایی هستیم که این امر سبب سخت تر شدن رقابت در این بازار جدید شده است. چنانکه شاهد هستیم جایگاه محصولات سنتی صادراتی کشورهای مختلف، مانند زعفران، فرش و خشکبار در ایران، محصولات نساجی ترکیه و پاکستان و خودروهای اروپایی و با توجه به رویکردهای بازارهای جهانی و سازمان تجارت جهانی (WTO) از طرف رقبای نوظهور تهدید شده است. این تهدیدها در عین حال می تواند فرصتهایی را در پیش روی شرکت ها و کشورها جهت ورود به بازارهای جدید تداعی کند که این امر در سایه پاسخ به دو سوال اساسی زیر محقق خواهد شد:

۱. آیا در قبال پولی که مشتری برای خرید محصولات یا خدمات ما پرداخت می کند، بهترین ارزش را برای آنها ایجاد می کنیم؟

۲. آیا محصولات و خدمات ما در مقایسه با سایر رقبا به میزان کافی رقابتی هستند تا سهم خود را از بازار کسب کنیم؟

با نگاهی به عملکرد و جایگاه شرکتها و محصولاتمان در چند سال اخیر و همچنین از دست رفتن سهم بازارهای محصولاتمان متوجه می شویم که پاسخ به هر دو سوال بالا که به طور حتم به دلیل بهره ور نبودن شرکتها و سازمانهای داخل کشور می باشد، خیر است. در یک محیط رقابتی، شرکتها باید قادر به متقاعد کردن مشتری هایشان جهت خرید محصولات و

## ۱. فلسفه TQM

### ۲. سیستم و ابزارهای TQM

مدیریت کیفیت جامع، بدون پذیرش فلسفه آن توسط مدیریت ارشد، قابلیت اجرایی شدن ندارد. فلذا با پذیرش آن توسط مدیریت، ابزارهای آن نیز جهت بهره برداری از فرهنگ نهفته در TQM مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

### فلسفه TQM

فلسفه TQM از ۴ باور اصلی تشکیل شده است.

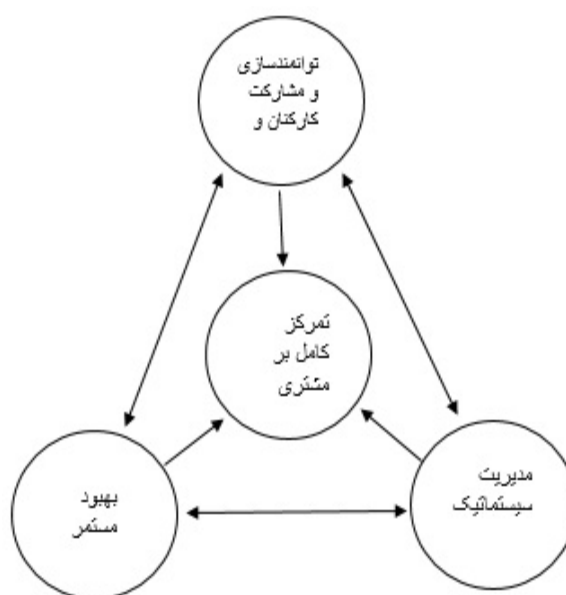
#### ۱. توجه مطلق به مشتری

۲. توانمندسازی، مشارکت و ایجاد حس تعلق خاطر در کارکنان

#### ۳. بهبود مستمر

#### ۴. کاربرد رویکرد سیستماتیک در مدیریت

هسته مرکزی فلسفه TQM همان تمرکز کامل بر روی مشتری می باشد. اعتقاد و توجه به ۳ پارامتر دیگر که شامل، توانمندسازی، مشارکت و ایجاد حس تعلق خاطر در کارکنان، بهبود مستمر و مدیریت سیستماتیک به سازمان در جهت افزایش مداوم رضایت مندی مشتری و کاهش هزینه ها کمک شایانی می نماید. در شکل ۲ اجزای TQM و ارتباط بین آنها ترسیم شده است.



## TQM و بهره وری

با رقابتی تر شدن بازار و برای تشخیص بهره وری علاوه بر شاخص راندمان، شاخص اثرگذاری نیز باید مورد ملاحظه قرار بگیرد. تاکنون از تفاوت بین این دو چشم پوشی میشد. به طور مثال شرکتی که بر اساس رویه های استاندارد اقدام به تولید محصول یا خدماتی می کند و در به کارگیری منابع خود راندمان بالایی را بروز می دهد ولی ممکن است این روند طی شده در راستای ارائه محصولی اثربخش نباشد. جهت حرکت به سوی سودآوری، شرکت باید بهره وری و ارزش محصول خود را از دیدگاه مشتری ارزیابی کند و نه مهندسان محصول در داخل شرکت. در نتیجه فرآیندهای داخلی شرکت، باید در راستای تولید محصول و خدماتی که به دید مشتری مفید و ارزشمند هستند، سوق داده شوند.

فلسفه TQM از راندمان اثربخش شرکت از طریق حرکت در مسیر تولید محصول و ایجاد سیستم هایی که کاملاً منطبق با انتظارات مشتری می باشند، اطمینان حاصل می کند. مطالعات زیادی این مطلب را تایید کرده اند که شرکت هایی که TQM را در سازمان خود اجرا کرده اند، در میان مدت بهره وری، اثربخشی، سود آوری و سهم بازار بیشتری را در مقایسه با سایر رقبای خود بدست آورده اند. نگاهی عمقی به مفاهیم هریک از اجزای TQM دلیلی بر این مدعاست.

## بهره وری و تمرکز کامل بر مشتری

مشتریان راضی نخستین مولفه تعیین کننده ی مزیت رقابتی پایدار در هر شرکتی می باشند. برای جلب مشتری جدید و نگهداشتن مشتریان سابق، شرکت باید بر روی ایجاد ارزش افزوده برای مشتری تمرکز کند. رضایت مشتری در صورت ارائه محصول و خدمات فراتر از انتظارات مشتری به شوق و شغف آن مشتری ارتقا

تضاد دیدگاه ها و تجارب نیز باعث تشویق و بروز نظرات خلاقانه در راستای ارائه محصول و خدمات بهتر به مشتری خواهد شد که این به نوبه خود و به طور مستمر باعث ارتقا بهره وری می شود.

### بهره وری و بهبود مستمر

دائمه دائمی در حال تغییر مشتریان و فشار رقابت در بازار، سازمان را ملزم به بکارگیری استراتژی های پیشگیرانه جهت حفظ سهم بازار خود می سازد. در نتیجه بهبود مستمر برای حفظ بقای شرکت الزامیست. پیشرفت های مستمر یا تدریجی شرکت باعث افزایش بهره وری از طریق کاهش هزینه ها و بهبود عملکرد ها و رویه ها می شوند. بهبود عملکرد با ایجاد حس مسئولیت مضاعف، زمان تولید کوتاه تر، بهبود محصولات و خدمات، استراتژی های موثرتر بازاریابی و فروش-مهندسی-تولید، حاصل می شود که با کاهش معایب و اتلاف تولید محصول به کاهش هزینه های تولید منجر می شوند.

### بهره وری و مدیریت سیستماتیک

رویکرد مدیریت سیستمی تضمین می کند که آنچیزی که تولید کرده ایم، مطابق و سازگار با آن چیزی است که قصد تولید آن را داشته ایم و در نتیجه باعث کاهش اتلاف خواهد شد و همچنین تضمین می کند که با استفاده مناسب از منابع، راندمان از طریق افزایش میزان خروجی و کاهش ورودی، ارتقا پیدا کرده است

### منافع حاصل از اجرای TQM

تعدادی جوایز مربوط به کیفیت در سطح جهان وجود دارد که از جمله مهمترین آنها می توان به جوایز دمنینگ و جایزه ملی کیفیت مالکولم بالدريج که از

می یابد. در نتیجه فهم عمیق مطالبات مشتری بسیار ضروری بوده و در صورت تمرکز تلاشهای شرکت برای نیل به این هدف، خود به خود مسیری که منجر به تولید محصولات مورد نیاز و مطابق انتظارات مشتری می باشد نمایان و طی می شود که این مسیر نیز به نوبه خود سبب جلب مشتری جدید، افزایش فروش، سودآوری بالا، جلوگیری از انباشتگی محصول در انبارها و کاهش محصولات برگشتی و هزینه های مربوط به فراخوان، وارانسی و ایرادات محصول و در نتیجه سودآوری بالا خواهد شد. در فرآیند های داخلی سازمان نیز، زمانی که توجهات بر روی تولید محصول با مشخصاتی منطبق با خواست و انتظار مشتریان معطوف شود، متعاقبا شاهد کاهش تولیدات معیوب، هزینه های دوباره کاری و کاهش زمان تولید محصول خواهیم بود. بنابراین تمرکز کامل بر مشتری (مشتری مداری مطلق) باعث ارتقا بهره وری و اثربخشی، از طریق کاهش هزینه های مادی و معنوی فرآیندهای داخلی و خارجی خواهد شد و اطمینان حاصل می کند که فقط محصولاتی تولید می شوند که کاملا منطبق با خواست مشتری و نیاز بازار هستند.

بهره وری و توانمندسازی کارکنان و مشارکت دادن و ایجاد حس تعلق خاطر در آنها

کیفیت را نمی توان به کسی اهدا نمود، بلکه باید مفهوم آن توسط کلیه کارکنان پذیرفته شود و نهادینه گردد. (Harari-۱۹۹۳)

مطابق نظریه اوآنس و لیندسی (۱۹۹۶) کنترل ۶۰ الی ۹۰ درصد از هزینه کیفیت و توسط مدیریت به تنهایی، غیر ممکن است. اگر کلیه کارکنان به ارائه محصول و خدمات با کیفیت متعهد باشند، در نتیجه ابتکار عمل در برآورده ساختن ویژگیهای مورد تایید محصول، کشف و رفع نقاط ضعف، بهبود طراحی فرآیندها و محصولات و عملکردی بالا از خود بروز خواهند داد.

سال ۱۹۵۱ به بیش از ۱۰۰ سازمان اهدا شده، اشاره کرد و ما در ادامه این مقاله از نتایج آنها به عنوان ملاکی از اجرای موفق TQM در سازمانها، بهره خواهیم برد. شواهد و نتایج تجربی سازمان هایی که جایزه مالکولم بالدريج را برنده شده اند، اثبات می کند که

| بازه زمانی | تغییر درآمد عملیاتی % | تغییر درآمد فروش % | تغییر هزینه پرسنل | تغییر تعداد کارکنان | تغییر دارایی ها |
|------------|-----------------------|--------------------|-------------------|---------------------|-----------------|
| ۱- تا ۱۰   | ۱۰,۴۱                 | ۶,۲۱               | ۰,۲۷              | ۰,۳۵                | -۱,۹۳           |
| ۱- تا ۱۰   | ۸,۸۸                  | ۲,۸                | -۰,۴۵             | ۲,۳۳                | ۱,۸             |
| ۱- تا ۱۰   | ۱۴,۷۷                 | ۶,۲۶               | -۰,۳۹             | ۵,۵۶                | ۸,۲۴            |
| ۱- تا ۱۰   | ۳۵,۰۶                 | ۱۸,۱۵              | -۰,۹۴             | ۱۳,۶۹               | ۱۷,۵۲           |
| ۱- تا ۱۰   | ۱۰۷,۱۲                | ۶۳,۷۴              | -۱,۲۷             | ۱۷,۰۰               | ۴۵,۴۶           |

### TQM و درآمد فروش

شرکتهای موفق در اجرای TQM نسبت به شرکتهای دسته دوم با افزایش چشمگیر فروش در طی این بازه زمانی روبرو شدند. همانطور که مشاهده می شود، در طی ۱۰ سال، فروش شاهد رشدی ۶۳ درصدی بود. طبق جدول هرچه بازه زمانی بیشتر شد، درصد تغییرات نیز افزایش پیدا کرد و این خود مبین تاثیر مثبت اجرای TQM بر افزایش فروش و کسب سهم بازار این شرکت ها بود.

### TQM و هزینه ها

در طی بازه زمانی ۱۰ ساله (-۶ تا +۳) شاهد کاهش ۱,۲۷٪ هزینه به ازای پرسنل هستیم. اگرچه هزینه ها کاهش پیدا کرد ولی در مقایسه با رشد ۱۰۷٪ درآمد، ۶۳٪ فروش، ۱۷٪ پرسنل و ۴۵٪ دارایی ها، تغییر چشمگیری را شاهد نیستیم

مثالهایی از تاثیر TQM بر شرکتهای صاحب نام

### شرکت گرانیات راک

در سال ۱۹۹۳ و پس از ۴ سال استمرار در پیاده سازی TQM این شرکت فعال در زمینه راه و ساختمان، شاهد رشد ۳۸٪ مشتریان بود و این در حالی بود که ۴۰٪ از هزینه های عملیاتی آنها نیز کاسته شده بود

استقرار و اجرای TQM، بهره وری را در این سازمانها افزایش داده است. در سال ۱۹۹۷ هندریک و سنگهال، مطالعه ای تجربی جهت اثبات تاثیر اجرای TQM بر بهبود عملکرد شرکتهای انجام دادند. این مطالعه اثبات می کرد که اجرای موثر TQM باعث:

۱. افزایش سودآوری سازمان
۲. افزایش درآمد های سازمان
۳. کاهش هزینه ها

می شود. نمونه استفاده شده در این مطالعه شامل ۴۶۳ شرکت بود. تمامی شرکت ها جایزه ملی کیفیت را برنده شده بودند و اطلاعات مالی آنها در یک بازه زمانی ۱۰ ساله و ۶ سال قبل از دریافت جایزه در دسترس بود. عملکرد این جامعه نمونه، با گروهی از شرکت ها که هیچ تلاشی در راستای استقرار TQM ننموده بودند مورد مقایسه قرار گرفت. نتایج در جدول شماره ۱ آورده شده است.

### TQM و سودآوری

در ۷ سال ابتدایی این ۱۰ سال و همانطور که در جدول مشاهده می شود، شرکتهای موفق در امر TQM توانستند شاهد افزایش درآمد عملیاتی شان در مقایسه با گروه شرکت های دسته دوم (ناموفق در TQM) باشند. این رقم برای بازه زمانی (۳+ الی ۶-) به طور

## نتیجه گیری

با توجه به وضعیت رقابتی بازار در سطح ملی، منطقه ای و جهانی، شرکتها چاره ای جز تویعه فرهنگ مشتری مداری و توجه مطلق به مشتری ندارند. این فلسفه باعث می شود که آنها از منابع خود به صورت

بهینه و در راستای تولید محصول و خدماتی که مشتری حاضر به پرداخت بهای آن (هرچند بالا) باشد، استفاده کنند. البته باید توجه داشت که اجرای TQM تنها در صورت تعهد واقعی مدیریت ارشد و فهم و اجرای موثر آن، مثمر ثمر واقع خواهد شد. اجرای TQM به صورت موثر، باعث حصول نتایج مثبت در مباحث مالی، رضایت مشتریان و پرسنل و همچنین ایجاد مزیت رقابتی پایدار خواهد شد.

فلسفه TQM بر فرهنگ برنامه ریزی پیش گیرانه استوار است تا بتواند باعث سرخوشی و رضایت زائدالوصف مشتری شود و همچنین توجه به توانمندسازی و مشارکت دادن پرسنل با توجه به اصل فراگیر بودن فرهنگ کیفیت در سازمان و دخیل بودن تمام پرسنل در استقرار آن، می تواند نتایج مثبت فراوانی برای شرکت ها به ارمغان بیاورد.

## موتورولا

این شرکت پس از استقرار TQM و طی سالهای ۱۹۸۸ الی ۱۹۹۴ رشد بهره وری ۱۰۰٪ و با نرخ سالانه ۱۲٫۲٪ شاهد بود. همچنین این شرکت توانست مدت زمان تولید دستگاه پیچر را از ۴۰ روز به کمتر از ۱ ساعت کاهش دهد.

## 3M

این شرکت فعال در زمینه تجهیزات دندان پزشکی در بازار جهانی بیش از ۴ میلیارد دلاری و با بیش از ۱۰۰ رقیب در این عرصه، توانست پس از اجرای TQM و در یک بازه ۱۰ ساله میزان فروش و متعاقبا سود حاصله از آن را به بیش از ۲ برابر ارتقا دهد.

## سلکترون

این تولید کننده تجهیزات الکترونیکی شاهد رشد درآمد سالانه به میزان ۴۷٪ بود که از رشد متوسط سالانه ۱۰٪ سایر شرکتهای فعال در این حوزه به طرز چشمگیری بالاتر بود. همچنین از سال ۱۹۹۲ سهم بازار آنها به بیش از ۲ برابر ارتقا یافت که این امر باعث افزایش ارزش قیمت سهام آنها در مقایسه با رقبایشان شد.

## زیراکس

۴ سال پس از اجرای برنامه رهبری کیفیت بازار، این شرکت هزینه تولیدش را به میزان ۲۰٪ کاهش داد، همچنین درآمد به ازای هر نفر پرسنل ۲۰٪ افزایش و زمان لازم جهت تولید محصول جدید ۲۵٪ کاهش را تجربه کرد. بیش از ۷۰٪ از پرسنل به طور مستقیم در حل ۲۵۰۰ نقطه ضعف و ارائه پیشنهادات اصلاحی و بهبود، مشارکت مستقیم داشتند. تعداد تامین کنندگان از ۵۰۰۰ مورد به ۳۵۰ منبع کاهش پیدا کرد و در نتیجه از سال ۱۹۹۱ به بعد، درآمد و سود حاصل از فروش محصولات و خدمات این شرکت رشد سالانه ۳۰٪ به خود دید.

## تکنیک‌های پیاده‌سازی اصول کیفیت در هتلداری

مسعود غلامی / دانشجوی دکترای تخصصی



مشتری به‌عنوان شاخص اصلی کیفیت خدمات در صنعت هتلداری محسوب می‌شود. با توجه به شرایط اقتصادی، صنعت هتلداری باید ضمن ارائه خدمات با کیفیت، قادر به کاهش هزینه‌ها باشد. یک راه اثبات‌شده و موثر برای انجام این کار در صنایع دیگر، پیاده‌سازی اصول کیفیت از جمله PDCA، شش سیگما یا خدمات ناب است. برای پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز اصول کنترل کیفیت در صنعت هتلداری باید مدیریت کنترل کیفیت در کل استراتژی کسب و کار هتلداری به کار گرفته شود و اهداف کیفیت به تمامی بخش‌های هتل رسوخ پیدا کند. پیاده‌سازی دقیق اصول کیفیت، به‌طور کلی هتل‌ها را قادر می‌سازد سهم بازار و مزیت رقابتی خود را دائماً افزایش دهند.

هتل‌ها در سراسر جهان برای افزایش کارایی، اثربخشی و بهبود عملکرد فعالانه در زمینه‌های مختلفی از طرح‌های بهبود کیفیت مشغول به فعالیت هستند. تحقیقات نشان داده اجرای موفقیت‌آمیز تکنیک‌هایی همچون Six Sigma، Lean، TQM و PDCA در هتل‌ها می‌تواند مانند بسیاری از شرکت‌ها و صنایع بسیار

بازاریابی هتلداری توانایی هتل‌ها برای حفظ وضعیت رقابتی خود و برای ثبات کسب و کار در بازار رقابتی امروزه بسیار مهم است. اینکه چگونه یک ارائه‌دهنده خدمات می‌تواند جوابگوی نیازهای روز افزون مشتریان خود باشد کار سختی است. در بازار رقابت آزاد، رضایت مشتریان ناشی از عواملی همچون محصولات یا خدمات ارائه‌شده مشابه، تغییرات پی‌درپی قیمت‌ها، افزایش کیفیت‌ها و... است که باعث می‌شود مشتریان قدرت مذاکره قوی‌تری داشته باشند. بنابراین رضایت میهمان به دلیل رقابت قوی موجود در بازار برای کسب و کار صنعت هتلداری، کار بسیار دشواری است. خدمات هتلداری غیرقابل لمس و نامشهود است و فقط با ارائه خدمات با کیفیت می‌توان آن را درک کرد.

کیفیت در صنعت هتلداری به‌عنوان «ارائه خدمات مداوم به میهمان مطابق با استانداردهای مورد انتظار» تعریف شده است. از این رو، ایجاد ارزش برای میهمان بسیار مهم است. ارائه خدمات با کیفیت بسیار بالا یکی از چالش‌های اصلی مدیریت هتل‌ها در این سال‌ها و به خصوص در سال‌های آینده است. رضایت

می‌کند اثربخشی بیشتری داشته و بهره‌وری عملیاتی را بهبود بخشند. همچنین استفاده از این اصول اجازه می‌دهد هتل‌ها انتظارات، نیازها و خواسته‌های ویژه میهمانان را پیش‌بینی و آنها را تامین کنند.

استفاده از این اصول به‌عنوان روش‌هایی شناخته شده توسط بسیاری از سازمان‌های خدماتی و تولیدی در سراسر جهان پذیرفته شده و در نتیجه منجر به افزایش سودآوری و پایداری مزیت رقابتی آنها شده است. اجرای اصول کنترل کیفیت کمک می‌کند سودآوری یک هتل از طریق بهینه‌سازی فرآیندهای عملیاتی، افزایش یابد. نتیجه نهایی این است که خدمات هتل به میهمانان سریع‌تر و با کارایی بیشتری بدون به خطر انداختن کیفیت ارائه می‌شود. به سادگی، این مدل‌ها میزان رضایتمندی را افزایش می‌دهند. شناسایی منابع با ارزش در هتل و رفع فرآیندهای معیوب از عمده‌اموری است که صورت خواهد گرفت. یکی دیگر از مزایای مهم آنان این است که هزینه‌هایی مانند صرف زمان‌ها و فرآیندهای بیهوده را کاهش داده و به خلق فرصت‌های جدید و مفید هتل می‌پردازد.

بهبود اثربخشی و افزایش کارایی از طریق به حداکثر رساندن تلاش‌های هتل برای ارائه خدمات رضایت‌بخش به میهمانان، تخصیص درآمد و منابع حاصل از اجرای فرآیندهای جدید و بهبود یافته در جهت توسعه و رشد اقتصادی هتل، از جمله مواردی است که کنترل کیفیت می‌تواند از طریق فرآیندهای کارآمدتر تضمین کند هتل‌ها این توانایی را دارند که خدمات بیشتری را برای میهمانان خود ارائه دهند و مشتریان بیشتری راضی باشند. رشد تدریجی و عادی در یک کسب و کار هتلداری می‌تواند بی‌دلیل اتفاق بیفتد؛ اما این رشد لزوماً پایدار نخواهد بود. این، کنترل و توسعه فرآیندهاست که پایداری را به وجود می‌آورند. فرآیندها به‌عنوان نقشه راه عمل می‌کنند که نه تنها مسیر را مشخص می‌کنند، بلکه مسیر خاصی را نیز تعریف می‌کنند.

مفید باشد. سوال اساسی این است که چرا بهبود مستمر فرآیندها در هتلداری شایع نیست و به‌طور کامل اتفاق نمی‌افتد؟ یکی از پژوهشگران در تحقیقی به‌عنوان «تاب و شش سیگما در صنعت هتلداری: مزایا، چالش‌ها و پیاده‌سازی» در این خصوص به مواردی اشاره می‌کند که موجب عدم محبوبیت مواردی از این دست در صنعت هتلداری شده است:

- اغلب هتل‌ها از کارآمدترین افراد خود برای مسوولیت‌بخشی و آموزش‌های گسترده در این خصوص استفاده می‌کنند و این در حالی است که افزایش مسوولیت این افراد توانایی‌های آنان را به مخاطره می‌اندازد.

- الزام تعهد، مشارکت و انجام در تمام سطوح هتل مورد نیاز است. در صورت انجام درست فرآیندها ممکن است نیروی انسانی مازاد شناسایی شده و به اخراج برخی از کارکنان هتل بینجامد.

- انجام پروسه کیفیت بخش خدمات، ممکن است به زمان بسیار طولانی برای اجرای کامل نیاز داشته باشد. این فرآیندها به یکباره اتفاق نمی‌افتند.

- برآورده ساختن نیازهای مالی کارکنان می‌تواند راه‌حلی برای حفظ و نگه داشت کارکنان بوده تا از انجام هزینه‌های اضافی آموزش و... برای کارکنان جدید خودداری شود. هتل‌ها و به‌ویژه هتل‌های کوچک همیشه و به‌طور مداوم درخصوص حفظ کارکنان با کیفیت در چالش هستند.

- ابزار اندازه‌گیری میزان موفقیت در اجرای این روش‌ها در صنایع خدماتی چندان محسوس نیستند. ولی در هر حال برای اجرای بهبود فرآیندها و دستیابی به خروجی‌های بهتر که مورد توجه و علاقه مشتری حال و آینده باشد و همچنین موجب افزایش سودآوری شود، نیاز است نسبت به بازسازی این فرآیندها اقدام شود. توسعه کارهای تیمی ثمربخش، ایجاد حس همدلی و مسوولیت در کارکنان، افزایش مشارکت کلیه کارکنان هتل، ترویج روحیه اعتماد، درک متقابل و قدردانی در میان کارکنان، افزایش تجربه مفید آنان و... تنها بخشی از اثرات مثبت استفاده از اصول کنترل کیفیت خواهد بود. رعایت اصول کنترل کیفیت منتج به ابداع روش‌های مهم برای ارزیابی کیفیت فرآیند کسب و کار هتلداری می‌شود و به هتل‌ها کمک

جایگاه ایران در شاخص کیفیت زندگی جهانی کجاست؟

## کیفیت زندگی در ایران، مشابه ترکیه و اندونزی



سایت ورلد دیتا در گزارش اخیر خود ۱۷۴ کشور دنیا را از نظر کیفیت زندگی مورد ارزیابی قرار داده است و استرالیا را به عنوان کشوری که بالاترین کیفیت زندگی را دارد انتخاب کرد. شاخص کیفیت زندگی که برای استرالیا معرفی شد برابر با ۷۹ بود و این کشور توانست در صدر فهرست قرار بگیرد. اما قبل از اینکه در مورد برترین کشورهای دنیا از نظر شاخص کیفیت زندگی صحبت کنیم بهتر است در مورد نحوه تهیه این شاخص و فاکتورهای سازنده آن اطلاعاتی ارائه دهیم. برای تعیین شاخص کیفیت زندگی و رتبه‌بندی کشورها بر مبنای این شاخص ۷ فاکتور در نظر گرفته شده است. برای هر شاخص عددی بین صفر تا صد در نظر گرفته شده است و براینده آنها سازنده شاخص کیفیت زندگی است. البته در هر شاخص هم فاکتورهای مختلفی لحاظ شده است که در این جا هر یک را به صورت خلاصه تشریح می‌کنیم.

### اول: ثبات اقتصادی و سیاسی

یکی از این شاخص‌ها ثبات اقتصادی و سیاسی است که دربرگیرنده عوامل تاثیرگذار در ثبات میان مدت و بلندمدت در یک کشور است. در بخش ثبات سیاسی به فاکتورهایی از جمله قدرت دولت در اداره کشور و ساختار سیاسی توجه شده است و در عرصه ثبات

ایران در رده‌بندی کشورهای دنیا از نظر شاخص کیفیت زندگی جایگاه ۱۱۱ را به خود اختصاص داده است. شاخص کیفیت زندگی در ایران برابر با ۴۷ اعلام شده است و این کشور در میانه فهرست جای دارد. آینده نگر / مونا مشهدی‌رجبی / منبع: world data

بارها شنیده‌ایم که کیفیت زندگی اهمیت بیشتری نسبت به کمیت آن دارد اما در مورد نحوه ارزیابی کیفیت زندگی در گزارش‌ها اطلاعاتی داده نشده است. بدون شک برخورداری از ثبات و امنیت سیاسی و اقتصادی در کنار مهیا بودن تجهیزات و امکانات بهداشتی و درمانی و آموزشی از کلیدی‌ترین مسائل در ارتقای کیفیت زندگی است. از طرف دیگر وضعیت آب و هوایی هم عامل بسیار با اهمیتی است زیرا در کشورهایی که سطح آلاینده‌ها در هوا بالا است یا در کشورهای بسیار سرد از قبیل کانادا، امکان استفاده از امکانات موجود در کشور کمتر می‌شود. در این کشورها مردم ساعات طولانی از روز را در خانه یا محیط‌های بسته هستند و زمان محدودی برای حضور در فضای بیرون خانه در اختیار دارند. وضعیت آب و هوایی هم تاثیر زیادی در کیفیت زندگی مردم در یک شهر یا کشور دارد.

جان خود را از دست می‌دهند یا زخمی می‌شوند هم در این فاکتور سهم دارند.

### پنجم: آب و هوا

برای اغلب مردم آب و هوای مطبوع یکی از مهم‌ترین فاکتورها در انتخاب کشوری برای سکونت است. در ارزیابی‌ها وضعیت مطلوب آب و هوایی برای زندگی حداکثر دمای ۲۵ درجه سانتی‌گراد و حداکثر میزان رطوبت ۵۵ درصد است. در این کشورها باید حداکثر ۸ روز در هر ماه بارندگی وجود داشته باشد و هرچه ساعات تابش آفتاب بالاتر باشد به عنوان یک وضعیت مطلوب‌تر برای زندگی قلمداد شده است. این شرایط آب و هوایی در بسیاری از کشورهای صنعتی وجود ندارد و به همین دلیل این کشورها از قبیل کانادا در فهرست کشورهای دارای کیفیت مطلوب برای زندگی نتوانستند ده جایگاه اول را از آن خود بکنند.

### ششم: هزینه‌های زندگی

بدون شک تامین هزینه‌های زندگی فاکتوری بسیار مهم در برخورداری از کیفیت بالای زندگی است. مهم‌ترین فاکتور در این زمینه متوسط هزینه‌های زندگی است که هر دولتی در سال ارائه می‌دهد. از طرف دیگر متوسط درآمد در کشور هم باید در نظر گرفته شود زیرا هزینه‌ها اگر متناسب با سطح درآمد باشد می‌تواند زمینه‌ساز برخورداری از کیفیت مطلوب زندگی شود. نرخ مالیات بر درآمد و مصرف هم در هر کشور فاکتوری بسیار مهم و سازنده است.

### هفتم: محبوبیت

محبوبیت یک کشور هم به عنوان یک فاکتور در نظر گرفته شده است و برای ارزیابی میزان محبوبیت از شما تورپیست‌هایی که به کشور می‌آیند و شمار افرادی که برای مهاجرت یا پناهندگی آن کشور را انتخاب می‌کنند استفاده شده است. با وجود اینکه این فاکتور در شاخص کلی نقش دارد ولی وزن آن کمتر از دیگر فاکتورها است.

### وزن هر فاکتور در شاخص کیفیت زندگی

وزن هر یک از فاکتورها در شاخص کیفیت زندگی متفاوت است زیرا تاثیر آنها در ارزیابی مردم از کیفیت زندگی‌شان متفاوت است. طبق این گزارش کمترین وزن به شاخص محبوبیت تعلق گرفته است که برابر با ۸ درصد است ولی شاخص‌های حقوق شهروندی، امنیت، خدمات بهداشتی و درمانی و هزینه‌های زندگی هریک وزنی معادل ۱۶ درصد در شاخص کلی دارند و وزن شاخص آب و هوا و ثبات سیاسی و اقتصادی هریک برابر با ۱۴ درصد است.

### کشورهای برتر فهرست

بر طبق این گزارش در سال ۲۰۱۸ استرالیا به عنوان کشوری که بالاترین کیفیت زندگی را داشت انتخاب

اقتصادی ثبات در نرخ تورم اهمیت دارد. در این مطالعه نرخ تورم ایده‌آل برابر با ۰ درصد در نظر گرفته شده است که یک نرخ فرضی است ولی هرچه نرخ تورم در کشورها بالاتر از این مرز صفر باشد، از نظر ثبات اقتصادی در سطح پایین‌تری قرار می‌گیرند. از فاکتورهای تاثیرگذار دیگر می‌توان به سطح بدهی دولتی و میزان کسری بودجه اشاره کرد. در این گزارش بودجه متوازن یا مازاد بودجه دولتی یک فاکتور مثبت و اثرگذار در اقتصاد کشور در نظر گرفته شده است. نرخ بیکاری هم فاکتور مهمی در ثبات اقتصادی کشورها است زیرا نرخ بالای بیکاری باعث افزایش هزینه‌های تامین اجتماعی دولت می‌شود و بالا بودن نرخ بیکاری برای دوره طولانی مدت می‌تواند ساختار بازار کار و بهره‌وری اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد.

### دوم: سیستم قانونی و حقوق شهروندی

توجه به حقوق شهروندی و اجرای قوانینی که توسط یک سیستم اصولی تدوین شده است از مهم‌ترین فاکتورهای کیفیت زندگی است. در نگاه اول شاید تصور شود که کشوری که قوانین خوبی در آن وجود دارد جای مناسبی برای زندگی است ولی واقعیت این است که باید ساختار اجرایی کشور به گونه‌ای باشد که این قوانین در کشور اجرا شود. کارکرد دولت در کشور و توانمندی سیستم قضایی برای پیگیری آن اهمیت زیادی دارد. از فاکتورهای مهمی که در این بخش لحاظ شده است می‌توان به حکومت قانون در کشور و کیفیت نظام قانون‌گذاری اشاره کرد. از طرف دیگر فاکتورهای دیگری از قبیل مشارکت دموکراتیک مردم در انتخاب‌های مهم کشوری و تلاش دولت برای مبارزه با فساد اقتصادی هم در این شاخص اثرگذار است.

### سوم: کیفیت خدمات‌رسانی در زمینه بهداشت و درمان

مهم‌ترین عاملی که در ساخت این فاکتور اهمیت دارد متوسط امید به زندگی است که بازتابی از داشتن رژیم غذایی سالم و فعالیت بدنی است. به علاوه شمار پزشکان در یک کشور به ازای جمعیت ساکن در کشور هم فاکتور مهمی است. همچنین شمار تخت‌های بیمارستانی در محاسبه شاخص اهمیت زیادی دارد.

### چهارم: امنیت

امنیت یک فاکتور بسیار کلیدی است. اگر کشوری دارای شرایط اقتصادی ایده‌آل باشد و از زیبایی‌های طبیعی هم برخوردار باشد ولی نتواند امنیت شهروندانش را تامین کند، کسی آن کشور را برای زندگی انتخاب نمی‌کند. مهم‌ترین فاکتور در این بخش نرخ قتل در کشور است به علاوه مجموع شمار حوادث و تعداد افرادی که در جریان حوادث مختلف

برترین کشورها از نظر شاخص کیفیت زندگی

| رتبه | کشور     | ثبات | حقوق شهروندی | پدشاست و درمان | امنیت | آب و هوا | هزینه های زندگی | محبوبیت | شاخص کیفیت زندگی |
|------|----------|------|--------------|----------------|-------|----------|-----------------|---------|------------------|
| ۱    | استرالیا | ۸۵   | ۱۰۰          | ۸۸             | ۹۷    | ۹۰       | ۲۵              | ۶۶      | ۷۹               |
| ۲    | ماکتو    | ۹۹   | ۷۰           | ۸۱             | ۱۰۰   | ۴۹       | ۶۸              | ۹۰      | ۷۹               |
| ۳    | پرتغال   | ۸۱   | ۸۵           | ۸۵             | ۱۰۰   | ۷۰       | ۴۷              | ۷۳      | ۷۸               |
| ۴    | سوئیس    | ۹۷   | ۱۰۰          | ۹۴             | ۱۰۰   | ۲۵       | ۴۷              | ۶۷      | ۷۷               |
| ۵    | هنگ کنگ  | ۸۹   | ۹۴           | ۷۷             | ۱۰۰   | ۵۸       | ۴۴              | ۶۸      | ۷۶               |
| ۶    | مالت     | ۹۰   | ۸۴           | ۹۳             | ۹۹    | ۷۸       | ۳۶              | ۳۳      | ۷۶               |
| ۷    | اتریش    | ۸۴   | ۱۰۰          | ۹۸             | ۱۰۰   | ۲۶       | ۳۴              | ۹۶      | ۷۶               |
| ۸    | ژاپن     | ۹۰   | ۹۸           | ۹۱             | ۹۹    | ۵۲       | ۲۴              | ۷۲      | ۷۵               |
| ۹    | سنگاپور  | ۹۲   | ۸۹           | ۷۱             | ۱۰۰   | ۴۱       | ۴۹              | ۹۱      | ۷۵               |
| ۱۰   | آلمان    | ۸۱   | ۱۰۰          | ۹۷             | ۹۳    | ۲۱       | ۴۴              | ۸۷      | ۷۵               |
| ۱۱   | قبرس     | ۷۰   | ۸۰           | ۷۶             | ۹۸    | ۷۷       | ۵۵              | ۴۸      | ۷۴               |
| ۱۲   | هلند     | ۸۶   | ۱۰۰          | ۹۰             | ۱۰۰   | ۲۰       | ۳۸              | ۸۲      | ۷۴               |
| ۱۳   | کانادا   | ۸۹   | ۱۰۰          | ۷۶             | ۹۵    | ۳۱       | ۴۰              | ۸۵      | ۷۴               |

برابر با ۷۴ برآورد شده است و اصلی ترین دلیل افت شاخص در این کشور وضعیت نامساعد آب و هوا است. شاخص آب و هوا در این کشور برابر با ۲۰ محاسبه شده است که دلیل آن سرمای زیاد هوا و سطح بالای رطوبت و وزش باد در اکثر روزهای سال است.

بر مبنای این رده بندی شاخص کیفیت زندگی در کشور کره جنوبی برابر با ۷۲ است و این کشور در میان ۱۷۴ کشور مورد مطالعه جایگاه ۱۹ را دارد. امارات اولین کشور خاورمیانه در این فهرست است و شاخص کیفیت زندگی در این کشور برابر با ۷۱ محاسبه شده است. امارات در میان ۱۷۴ کشور مورد مطالعه جایگاه ۲۲ را از آن خود کرده است. کمترین شاخص برای کشور امارات برابر با ۵۷ است و به آب و هوا اختصاص دارد و بالاترین شاخص مربوط به بخش امنیت است که معادل ۹۹ گزارش شده است.

امریکا در این رده بندی جایگاه ۳۱ را از آن خود کرده است و شاخص کیفیت زندگی در این کشور برابر با ۶۸ برآورد شده است در حالی که کشور قطر جایگاه ۴۶، عمان جایگاه ۵۰ و بحرین جایگاه ۵۲ را دارد. در این رده بندی عربستان سعودی به عنوان شصت و سومین کشور انتخاب شد و شاخص کیفیت زندگی در این کشور برابر با ۵۹ بود. از دیگر کشورهای این فهرست می توان به چین اشاره کرد که جایگاه ۸۴ را در میان ۱۷۴ کشور به خود اختصاص داده است. شاخص کیفیت زندگی برای چین برابر با ۵۵ است در حالی که روسیه در جایگاه ۱۰۱ این فهرست قرار گرفته است و شاخص مرتبط با این کشور برابر با ۵۰ است.

### جایگاه ایران در فهرست

ایران در رده بندی کشورهای دنیا از نظر شاخص کیفیت زندگی جایگاه ۱۱۱ را به خود اختصاص داده است. شاخص کیفیت زندگی در ایران برابر با ۴۷ اعلام

شد. شاخص کیفیت زندگی در استرالیا برابر با ۷۹ بود ولی در میان هفت شاخص سازنده شاخص اصلی، حقوق شهروندی بالاترین سطح را داشت و هزینه های زندگی پایین ترین شاخص را به خود اختصاص داد و برابر با ۲۵ بود. این شاخص نشان می دهد که در این کشور هزینه های زندگی بسیار بالا است ولی بالا بودن شاخص های دیگر باعث شده است تا تاثیر منفی این شاخص از بین برود.

دومین کشور این فهرست ماکائو است که شاخص کیفیت زندگی در این کشور مشابه استرالیا و برابر با ۷۹ است. برای کشور ماکائو امنیت بالاترین شاخص یعنی ۱۰۰ را دارد و آب و هوا پایین ترین شاخص را به خود اختصاص داده است که برابر با ۴۹ است.

کشورهای پرتغال و سوئیس و هنگ کنگ در این رده بندی جایگاه سوم تا پنجم را دارند. در هر سه کشور بالاترین شاخص به امنیت اختصاص دارد که برابر با ۱۰۰ است ولی در کشورهای پرتغال و هنگ کنگ پایین ترین شاخص، شاخص هزینه های زندگی است که برای دو کشور مذکور به ترتیب برابر با ۴۷ و ۴۴ است. در کشور سوئیس پایین ترین شاخص به آب و هوا اختصاص دارد که برابر با ۲۵ است. سوئیس در بسیاری از رده بندی ها به عنوان یکی از مرفه ترین کشورهای دنیا معرفی شده است و حتی در میان بهترین کشورها برای سکونت هم اعلام شده است ولی به دلیل سرمای زیاد هوا و سطح بالای بارش ها در فصل سرما شاخص آب و هوایی بسیار پایینی دارد. در فهرست برترین کشورهای دنیا از نظر شاخص کیفیت زندگی کشورهای مالت، اتریش، ژاپن، سنگاپور و آلمان در جایگاه ششم تا دهم قرار گرفته اند و قبرس و هلند و کانادا به ترتیب جایگاه یازده تا سیزده را دارند. شاخص کیفیت زندگی در کانادا که در سال های اخیر یکی از مقاصد اصلی مهاجران در دنیا بوده است

| کشورهای انتهایی فهرست شاخص کیفیت زندگی |               |      |              |                |       |          |                 |         |
|----------------------------------------|---------------|------|--------------|----------------|-------|----------|-----------------|---------|
| رتبه                                   | کشور          | ثبات | حقوق شهروندی | بهداشت و درمان | امنیت | آب و هوا | هزینه های زندگی | محبوبیت |
| ۱۷۴                                    | افریقای مرکزی | ۱۳   | ۴            | ۲              | ۲     | ۵۲       | ۳۳              | ۰       |
| ۱۷۳                                    | چاد           | ۲۸   | ۰            | ۰              | ۵۱    | ۴۸       | ۰               | ۱۳      |
| ۱۷۲                                    | کنگو          | ۳۰   | ۰            | ۱              | ۱۲    | ۴۹       | ۳۵              | ۲۲      |
| ۱۷۱                                    | مالی          | ۳۱   | ۲۵           | ۰              | ۱۹    | ۴۴       | ۳۰              | ۱۱      |
| ۱۷۰                                    | سودان         | ۱۳   | ۰            | ۳۰             | ۳۰    | ۴۵       | ۴۱              | ۱۵      |
| ۱۶۹                                    | کامرون        | ۴۱   | ۹            | ۳              | ۳۴    | ۵۵       | ۲۴              | ۲۹      |
| ۱۶۸                                    | افغانستان     | ۲۴   | ۳            | ۸              | ۳۱    | ۶۲       | ۳۳              | ۴۷      |
| ۱۶۷                                    | یمن           | ۹    | ۰            | ۱۲             | ۳۰    | ۶۹       | ۵۲              | ۲۶      |
| ۱۶۶                                    | نیجریه        | ۱۹   | ۱۷           | ۲              | ۲۲    | ۵۴       | ۶۱              | ۳۱      |
| ۱۶۵                                    | آنگولا        | ۳۲   | ۴            | ۴              | ۷۱    | ۵۷       | ۱۲              | ۲۶      |
| ۱۶۴                                    | نیجر          | ۳۷   | ۲۴           | ۰              | ۶۰    | ۴۰       | ۱۸              | ۲۵      |
| ۱۶۳                                    | موزامبیک      | ۸    | ۱۷           | ۰              | ۷۸    | ۷۵       | ۱۶              | ۲۰      |
| ۱۶۲                                    | اریتره        | ۳۳   | ۰            | ۱۱             | ۸۱    | ۸۴       | ۰               | ۰       |

پاکستان برابر با ۳۸ است و این کشور در جایگاه ۱۴۶ دنیا قرار گرفته است.

در اغلب کشورهای انتهایی فهرست سطح ثبات و امنیت اقتصادی و سیاسی بسیار پایین است و شمار زیادی از این کشورها یا درگیری داخلی دارند یا در سالهای اخیر جنگ را تجربه کرده اند. این بحران باعث شده است تا توان سرمایه گذاری در بخش های زیرساختی را نداشته باشند و مردم از نظر سطح رفاه و بهداشت و آموزش در وضعیت نامساعدی قرار داشته باشند.

| شاخص کیفیت زندگی در کشورهای منتخب |               |      |
|-----------------------------------|---------------|------|
| رتبه                              | کشور          | شاخص |
| ۱۹                                | کره جنوبی     | ۷۲   |
| ۲۲                                | امارات        | ۷۱   |
| ۳۱                                | امریکا        | ۶۸   |
| ۳۹                                | فرانسه        | ۶۷   |
| ۴۸                                | بریتانیا      | ۶۴   |
| ۵۸                                | مالزی         | ۶۱   |
| ۸۴                                | چین           | ۵۵   |
| ۹۶                                | آفریقای جنوبی | ۵۲   |
| ۱۰۱                               | روسیه         | ۵۰   |
| ۱۱۱                               | ایران         | ۴۷   |
| ۱۱۲                               | ترکیه         | ۴۷   |
| ۱۲۰                               | هند           | ۴۵   |
| ۱۴۶                               | پاکستان       | ۳۸   |
| ۱۵۵                               | ونزوئلا       | ۳۴   |
| ۱۵۷                               | سوریه         | ۳۳   |
| ۱۵۸                               | عراق          | ۳۳   |
| ۱۶۶                               | نیجریه        | ۲۹   |
| ۱۶۷                               | یمن           | ۲۸   |
| ۱۶۸                               | افغانستان     | ۲۸   |

شده است و این کشور در میانه فهرست جای دارد. بالاترین شاخص برای ایران مربوط به ثبات و امنیت سیاسی و اقتصادی است. در سال ۲۰۱۸ میلادی ایران توانسته است شاخص ۸۲ را در بخش ثبات و امنیت سیاسی و اقتصادی از آن خود بکند و از نظر وضعیت آب و هوایی شاخص ۶۳ را به خود اختصاص داد. در این گزارش آمده است دلیل تخصیص شاخص ۶۳ به وضعیت آب و هوایی ایران سطح بالای آلاینده ها در اغلب شهرهای بزرگ این کشور است. ایران دارای شرایط آب و هوایی ایده آلی برای زندگی است ولی در شرایط فعلی که سطح آلاینده ها در بسیاری از شهرهای بزرگ و صنعتی بالا است، شاخص کیفیت آب و هوای این کشور تنزل یافته است. ایران در این رده بندی وضعیتی شبیه کشورهای تانزانیا، زامبیا، ترکیه و اندونزی دارد ولی از کشورهای هند و الجزایر و پاکستان در وضعیت بهتری قرار گرفته است.

### کشورهای انتهایی فهرست

در میان ۱۷۴ کشور مورد مطالعه کشور افریقای مرکزی پایین ترین شاخص را به خود اختصاص داده است. در سال ۲۰۱۸ میلادی شاخص کیفیت زندگی در این کشور برابر با ۱۶ محاسبه شده است. شاخص محبوبیت این کشور در دنیا برابر با صفر است ولی از نظر آب و هوایی وضعیت نسبتاً مساعدتری دارد و شاخص ۵۲ را به خود اختصاص داده است. کشور چاد شاخص ۲۰ را به خود اختصاص داده است و کشورهای کنگو، مالی، سودان، کامرون، افغانستان و یمن به ترتیب جایگاه ۱۷۳ تا ۱۶۷ را دارند.

شاخص کیفیت زندگی برای کشور عراق برابر با ۳۳ است و این کشور جایگاه ۱۵۸ دنیا را دارد و سوریه هم در یک جایگاه بالاتر از عراق، شاخصی مشابه را به خود اختصاص داده است. ونزوئلا در این رده بندی جایگاه ۱۵۵ را دارد. شاخص کیفیت زندگی در کشور



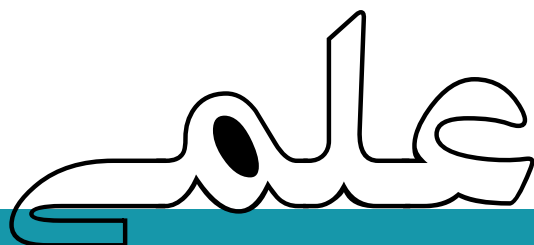
## برگزاری دوره های آموزشی تخصصی جایزه ملی کیفیت ایران براساس مدل INQA

به اطلاع مدیران محترم و کارشناسان مدیریت کیفیت شرکت ها ، سازمان های تولیدی، خدماتی، صنعتی و هولدینگ ها می‌رساند انجمن مدیریت کیفیت ایران مجری برگزاری جایزه ملی کیفیت ایران (INQA) دوره های آموزشی تخصصی فرایند ارزیابی ملی کیفیت ایران را با هدف کسب مهارت ارزیابی و آشنایی با مفاهیم مدل جایزه ملی کیفیت ایران INQA برگزار می کند .

| نام دوره                                                 | محتوا دوره                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | هدف دوره                                            | مدت                         | هزینه (ریال) |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------|--------------|
| دوره تربیت ارزیاب                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>معرفی مدل جایزه ملی کیفیت ایران</li> <li>تشریح منطق رادار</li> <li>تشریح فرآیند ارزیابی در جایزه ملی کیفیت ایران</li> <li>تشریح گام به گام مراحل ارزیابی</li> <li>درک نقاط قوت و قابل بهبود در سازمان</li> <li>شیوه های متداول در بازدید از محل</li> <li>تهیه گزارش بازخور</li> <li>آزمون نهایی</li> </ul>                                                             | کسب مهارت ارزیابی مدل جایزه ملی کیفیت ایران         | ۳ روز<br>۱۸-۱۷-۱۶<br>تیر ۹۸ | ۶/۵۰۰/۰۰۰    |
| مفاهیم مدل جایزه ملی کیفیت ایران و تکنیک های خود ارزیابی | <ul style="list-style-type: none"> <li>آشنایی با اصول و مفاهیم بنیادین مدیریت کیفیت</li> <li>آشنایی با مبانی مدل INQA</li> <li>آشنایی با معیارها و زیرمعیارهای مدل</li> <li>آشنایی با منطق امتیازدهی RADAR</li> <li>آشنایی با فرآیند خودارزیابی و منافع آن</li> <li>تکنیک های خودارزیابی</li> <li>کارگاه های عملی</li> </ul>                                                                                  | معرفی و درک مدل INQA و آشنایی با فرآیند خودارزیابی  | ۳ روز<br>۳-۲-۴<br>تیر ۹۸    | ۵/۵۰۰/۰۰۰    |
| آشنایی تدوین اظهارنامه براساس مدل INQA                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>مروری بر مدل INQA</li> <li>تشریح اهمیت تدوین اظهارنامه</li> <li>طرح ریزی اظهارنامه</li> <li>مسئولیت های تیم اظهارنامه</li> <li>جمع آوری اطلاعات</li> <li>آماده سازی نیازمندی های اطلاعاتی (ایجاد الزامات اطلاعاتی، شناسایی منابع، گردآوری و تسهیم اطلاعات)</li> <li>نگارش اظهارنامه</li> <li>نحوه تدوین اظهارنامه براساس روش New Approach و کارگاه های عملی</li> </ul> | دستیابی به مهارت و دانش لازم در جهت تدوین اظهارنامه | ۲ روز<br>۱۱-۱۰<br>تیر ۹۸    | ۴/۰۰۰/۰۰۰    |
| مدرس دوره                                                | سرارزیابان ارشد جایزه ملی کیفیت ایران                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                     |                             |              |
| محل برگزاری                                              | انجمن مدیریت کیفیت ایران<br>تهران- خیابان ولی عصر- بعد از خ مطهری- ابتدای خ ابن سینا- ۴- ۲- تلفن ۸۸۱۰۱۱۹۲                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                     |                             |              |
| هزینه ها و پرداخت                                        | <p>- شهریه دوره برای هر بخش از دوره ها ( هر فرد به اضافه ۹ درصد مالیات ارزش افزوده) که:</p> <p>شامل (بسته های آموزشی، گواهینامه، ناهار و پذیرایی)</p> <p>- سازمان های ۱۰ الی ۱۵ نفر متقاضی، امکان حضور استاد جهت آموزش درون سازمان نیز وجود دارد.</p> <p>- اعضای عضو انجمن ۱۵ درصد تخفیف برخوردار می باشند.</p> <p>شماره حساب انجمن بانک ملت شماره شبا IR750120000000002031313479</p>                         |                                                     |                             |              |

تلفن: ۸۸۱۰۱۱۹۲-۴

خواهشمند است شهریه دوره را به همراه فرم ثبت نام پیوست به شماره ۸۸۷۲۵۹۴۴ نامبر فرمایید .



## در این بخش میخوانید:

<<< **IAASB** متن پیشنهادی سه استاندارد مدیریت کیفیت

<<< راهنمای ایزو

<<< کیفیت کتابخانه ها

<<< ایمنی در جاده ها

<<< توسعه نرم افزار

## IAASB متن پیشنهادی سه استاندارد مدیریت کیفیت منتشر کرد

هیأت بین‌المللی تدوین استانداردهای حسابرسی و خدمات اطمینان‌بخش (IAASB) متن پیشنهادی سه استاندارد بین‌المللی مربوط به مدیریت کیفیت را به نظرخواهی جهانی گذاشته است. این پیشنهادها، تغییرات مهمی در چگونگی مدیریت کیفیت-حسابرسی، بررسی اجمالی و سایر خدمات اطمینان‌بخش و خدمات مرتبط- توسط مؤسسات حسابرسی به وجود می‌آورد. متن پیشنهادی

• توضیحات کلی، متن‌های پیشنهادی برای مدیریت کیفیت در سطح مؤسسه و هرکار، شامل بررسی کیفیت کار.

• استانداردهای بین‌المللی پیشنهادی مدیریت کیفیت شماره ۱، مدیریت کیفیت برای مؤسسات انجام‌دهنده حسابرسی یا بررسی اجمالی صورتهای مالی یا سایر خدمات اطمینان‌بخش یا خدمات مرتبط.

• استاندارد بین‌المللی پیشنهادی مدیریت کیفیت شماره ۲، بررسی کیفیت کار.

• استاندارد بین‌المللی پیشنهادی حسابرسی شماره ۲۲۰ (تجدیدنظر شده)، مدیریت کیفیت در حسابرسی صورتهای مالی.

مهلت پاسخگویی تا یکم ژوئیه ۲۰۱۹ (دهم تیر ۱۳۹۸) برای دریافت متن‌های پیشنهادی و ارائه نظر به نشانی [www.iaasb.org](http://www.iaasb.org) مراجعه کنید.



## افزودن کیفیت به توسعه نرم‌افزار با راهنمای ویژه صنعت در ISO ۹۰۰۱

توسعه نرم‌افزار به هیچ عنوان یک فرآیند ساده نیست. استاندارد بین‌المللی پیاده‌سازی اصول سیستم مدیریت کیفیت جهانی به مهندسان امکان می‌دهد تا این فرآیند را تسهیل کنند.

استاندارد ISO/IEC/IEEE 90003 (مهندسی نرم‌افزار- راهنمای کاربرد ISO9001:2015 در نرم‌افزارهای کامپیوتری)، به عنوان چک لیستی

برای توسعه، عرضه و تعمیر و نگهداری نرم‌افزارهای کامپیوتری طراحی شده است. این ویرایش تازه، مزایای ثابت شده ISO 9001 را با برخی از مهمترین اسناد پشتیبانی در دنیای مهندسی نرم‌افزار ترکیب می‌کند، به این ترتیب هر سازمان می‌تواند از بهترین روش‌های بین‌المللی در بهبود کیفیت در هر گام از چرخه زندگی بهره‌مند شود.

این استاندارد با همکاری کمیته بین‌المللی الکتروتکنیک (IEC) و موسسه مهندسان برق و الکترونیک (IEEE) برای هماهنگی با جدیدترین ویرایش ISO 9001:2015 تدوین شده است. دکتر Sundeep Oberoi، رئیس کمیته فرعی مشترک ISO و IEC، بیان کرد: استاندارد ISO/IEC/IEEE 90003 برای صنعت اهمیت بسیاری دارد زیرا تفسیر لازم از ISO 9001 را به زبانی مناسب برای توسعه نرم‌افزار میسر می‌کند و چون توسط کارشناسان نرم‌افزار از کشورهای مختلف نوشته شده است، به ذخیره دانش فعلی در دنیای نرم‌افزار اعتبار بسیاری می‌بخشد. همچنین ارتباط با سایر استانداردهای مهندسی نرم‌افزار مورد استفاده توسعه دهندگان نرم‌افزار مانند فرآیندهای چرخه عمر نرم‌افزاری، امنیت اطلاعات و آزمون را نیز فراهم می‌کند.

استاندارد ISO/IEC/IEEE 90003 در کمیته فنی مشترک ISO/IEC JTC 1 (فن آوری اطلاعات)، کمیته فرعی SC 7 (نرم‌افزار و سیستم‌های مهندسی)، که دبیرخانه آن بر عهده اداره استاندارد هند (BIS) است، تدوین شده است.

ترجمه: آزاده علائی طالقانی- کارشناس روابط عمومی و ارتباطات بین‌الملل

منبع: اخبار سایت ایزو - دسامبر ۲۰۱۸



## کیفیت کتابخانه‌های ملی در استاندارد جدید ایزو

کتابخانه‌های ملی منابعی شگفت‌انگیز، دارایی‌های اجتماعی و گنجینه‌های ارزشمند دانش هستند. اما چه چیزی باعث شگفتی آنها می‌شود؟ استاندارد جدید ایزو با ترکیبی از شاخص‌های عملکرد و روش‌های خاص ارزیابی اثر به حل این موضوع کمک



## ایمنی در جاده‌ها

مجموعه استانداردهای ایمنی عملکرد خودروهای الکترونیکی به روز شد

در دنیای امروز که فناوری خودروهای جاده‌ای به سرعت در حال پیشرفت است، ایمنی ویژگی‌های الکترونیکی جدید اهمیت بسیاری دارد. مجموعه‌ای از استانداردهای بین‌المللی برای ایمنی عملکرد سیستم‌های الکتریکی و الکترونیکی در خودروهای جاده‌ای به تازگی به روز شده است تا صنعت خودرو را همچنان پیش‌تاز نگه دارد.

خودروها از یک قرن پیش یعنی زمان موتورهای احتراق داخلی و شیشه بالابرهای دستی مسیر طولانی را طی کرده‌اند. این روزها همه چیز با لمس یک دکمه یا از طریق فرمان صوتی ساده انجام می‌شود. پشت این مجموعه عملکردهای حیرت‌انگیز خودرو، علم الکترونیک قرار دارد و فناوری فقط همان راه را ادامه می‌دهد.

اما هر فناوری قدرتمند با مجموعه‌ای از مخاطرات همراه است. هدف مجموعه استانداردهای ISO ۲۶۲۶۲ کاهش این خطرات با ارائه راهنماها و الزامات ایمنی عملکرد سیستم‌های الکتریکی و الکترونیکی در خودروهای جاده‌ای امروزی است. استاندارد ISO ۲۶۲۶۲ (خودروهای جاده‌ای- ایمنی عملکرد) که در ۱۲ قسمت منتشر شده، برای همگامی با پیشرفت سریع فناوری و انطباق بهتر با کاربردهای بیشتر، به روز رسانی شده است.

آقای Susumu Akiyama، رئیس کمیته فرعی ISO که این استانداردها را تدوین کرده‌است، گفت: ایمنی عملکرد سیستم‌های الکتریکی و الکترونیکی در خودروهای جاده‌ای در کیفیت کلی و ایمنی محصول و همچنین اعتبار تولید کننده ضروری است. از این رو،

می‌کند.

کتابخانه ملی می‌تواند به شکل یک سالن یا بشقاب پرنده باشد، اما جدا از شکل ظاهری، اسناد کل تاریخ یک کشور را در خود جای می‌دهد. این کتابخانه‌ها در بر دارنده آثار نادر، ارزشمند و دارای اهمیت فرهنگی و به عبارت دیگر، سرمایه‌ای گرانبها برای هر کشور هستند. برخی از این کتابخانه‌های ملی قرن‌ها قدمت دارند و به عنوان یک جاذبه گردشگری مهم به شمار می‌آیند، اما هدف همه آن‌ها ارائه خدمات باکیفیت است.

استاندارد ISO 21248: 2019 (اطلاعات و مستندسازی - ارزیابی کیفیت کتابخانه‌های ملی)، شاخص عملکردی برای ارزیابی کیفیت خدمات کتابخانه ملی فراهم می‌کند. این استاندارد می‌کوشد تا کل مجموعه وظایف کتابخانه ملی، از مجموعه ملی و کتابشناسی ملی گرفته تا رویدادهای فرهنگی و خدمات آموزشی را پوشش دهد.

به علاوه، این استاندارد روش‌های ارزیابی اثر و نفوذ کتابخانه‌های ملی را شناسایی و توصیف می‌کند. کتابخانه‌های ملی برای تاثیرگذاری بر بازدیدکنندگان شیوه‌های متفاوتی با کتابخانه عمومی یا دانشگاهی دارند؛ تاثیر آن‌ها فراتر از سایر نهادها یا عامه مردم است.

این استاندارد مهم‌ترین گروه‌های کاربری همچون پژوهشگران، اساتید و دانشجویان، کتابخانه‌ها، ناشران و نهادهای دولتی را شناسایی می‌کند. برای ارزیابی اثر کتابخانه برای این گروه‌ها و سایر کاربران، پرسشنامه‌های ویژه‌ای ارائه شده است.

دکتر رزویتا پال، رهبر گروه کارشناسان ایزو که این استاندارد را تدوین کرده‌اند، اظهار داشت: "کتابخانه‌های ملی نقش مهمی در ارائه و تضمین دسترسی دائم به دانش و فرهنگ گذشته و حال ایفا می‌کنند و خدمات و تکالیف ویژه‌ای در مقایسه با کتابخانه‌ها دیگر دارند. استاندارد ISO 21248 به آن‌ها کمک می‌کند تا خدمات عمومی خود را بهبود و ارتقاء دهند."

استاندارد ISO 21248: 2019 در کمیته فنی ISO/TC46 (اطلاعات و اسناد)، کمیته فرعی SC8 (کیفیت - آمار و ارزیابی عملکرد)، تدوین شده‌است که دبیرخانه آن بر عهده جمهوری کره (KATS) است.

ترجمه: آزاده علائی طالقانی - روابط عمومی و ارتباطات  
بین الملل منبع: اخبار سایت ایزو - April 2019

هدف این استاندارد تازه منتشر شده، کمک به صنعت ساختمان و ساخت و ساز برای پشتیبانی در جهت یابی افراد نابینا یا دارای اختلال بینایی است.

استاندارد "مسیر یابی"، AS 1428.4.2: 2018 (طرحی برای دسترسی و حرکت - نمادهای مسیریابی) با هم اندیشی گسترده ذینفعان منتشر شده است. این استاندارد افراد نابینا یا دارای اختلال بینایی را در محیط ساختگی هدایت می کند.

دکتر برانوین اوانز، مدیر عامل استاندارد استرالیا اظهار داشت: این استاندارد با صنعت همکاری می کند تا زندگی روزمره آسان تر شود و تاثیر و مزایای مورد نظر آن به حدی گسترده است که نمایندگان بخش ساختمان و املاک، گروه های مصرف کننده، ادارات دولتی، معماران، و حامیان معلولین، همه در تهیه پیش نویس و انتشار نهایی آن مشارکت داشته اند. فراهم کردن نمادهای ثابت و قابل دسترس در محیط ساختگی، هدف اصلی کمیته فنی هنگام تدوین استاندارد بود.

خانم آنجلا روئن فلت، رئیس کمیته فنی مسئول تدوین این استاندارد گفت: "نتیجه این استاندارد به ویژه به نفع افراد نابینا یا کم بینا در جامعه خواهد بود، جهت یابی در محیط ساختگی را برای آنها آسان تر کرده و استقلال و مشارکت بیشتری در جامعه ایجاد می کند. این کمیته تلاش بسیاری کرده است که استاندارد منتشر شده بهترین راهنمای ممکن را ارائه کند."

دستآورد دیگر این استاندارد، نگارش در قالب های PDF و DAISY (سامانه اطلاعاتی دسترسی دیجیتال) است که امکان خوانده شدن با استفاده از نرم افزارهای متداول و در دسترس را دارد. هر آنچه برای کمک به افراد نابینا یا دارای اختلال بینایی برای مسیریابی مطمئن در محیط های ساختگی انجام شده، در واقع دستاوردی برای همه مردم بوده و استاندارد استرالیا از انجام آن مفتخر است.

مجموعه استانداردهای ISO 26262 در صنعت خودرو همبازی مفید برای اطمینان از ایمنی وسیله نقلیه است و می تواند انعطاف پذیری بیشتری در نوآوری و تولید داشته باشد.

تغییرات این ویرایش جدید تجدید نظر شده شامل افزودن الزامات عمده ویژه برای نیمه رساناها و همچنین الزامات جدید برای موتورسیکلت ها هستند. ویژگی های ایمنی عملکردی، بخشی جدایی ناپذیر از فاز توسعه محصول خودرو از مشخصات و طراحی تا اجرا، ادغام، تأیید، اعتبارسنجی و در نهایت تولید محصول را تشکیل می دهند. استاندارد ISO 26262 ایمنی عملکرد همه سیستم های مربوط به ایمنی الکترونیکی و الکتریکی خودرو، شامل تمامی چرخه عمر از جمله توسعه، تولید، عملیات، خدمات و نابودی سیستم را تعریف می کند.

همچنین این مجموعه رویکرد مبتنی بر ریسک ویژه خودرو برای تعیین کلاسهای خطر با عنوان سطوح یکپارچگی ایمنی خودرو (ASILs) را معرفی می کند. ASILs با اجرای تحلیل ریسک خطرات بالقوه بر اساس سه متغیر: شدت، احتمال مواجهه و کنترل توسط راننده ایجاد شده است.

تدوین استاندارد ISO 26262، قسمتهای ۱ تا ۱۲، در کمیته فنی ISO/TC 22 (خودروهای جاده ای)، کمیته فرعی SC 32 (اجزای الکتریکی و الکترونیکی و جنبه های سیستم عمومی) انجام شده، که دبیرخانه آن بر عهده کمیته استانداردهای صنعتی ژاپن (JISC) است.

ترجمه: آزاده علائی طالقانی - کارشناس روابط عمومی و ارتباطات بین الملل

## راهنمای تازه برای کمک به افراد دارای اختلال بینایی





دوره های آموزش زبان انگلیسی کسب و کار  
**Business English Courses**  
**Global English Strategy** راهبرد انگلیسی جهانی

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>انجمن مدیریت کیفیت ایران در نظر دارد خدمات آموزش انگلیسی کسب و کار با هدف "ظرفیت سازی منابع انسانی" از طریق "ارتقای قابلیت های ارتباطی و انگلیسی کارکنان، مدیران و معاونت سازمان ها" در قالب کارگاه های آموزشی در سطوح گوناگون را ارائه نماید. این دسته از خدمات به منظور "افزایش توانایی شخصی افراد سازمان"، "بهبود سطح ارتباط موثر بین المللی" و "حضور هرچه موفق تر در نمایشگاه ها، مجامع و جوایز منطقه ای و بین المللی" تعریف شده است.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| اهداف دوره                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | آموزش اصول ایجاد ارتباط موفق بین المللی از طریق رسانه های متفاوت از جمله جلسات کاری، مکالمات تلفنی و ویدیویی، ایمیل و ارائه پرزنتیشن به زبان انگلیسی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| مخاطبین دوره                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | معاونت ها و مدیران منابع انسانی، مدیران حسابداری و بازرگانی، مدیران مالی، مدیران فروش و بازاریابی و توسعه بازار، مدیران روابط عمومی، مدیران برنامه ریزی و سیستم ها، مدیران کیفیت و تعالی سازمانی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| فعالیت های پروژه                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>۱. بررسی سطح توانایی ها و مهارت ها بر اساس Cambridge Assessment و شناسایی و ارزیابی تیپ یادگیری فراگیران و طبقه بندی آنها با هدف اتخاذ استراتژی مناسب انگیزشی</li> <li>۲. برگزاری دوره ها بر مبنای کتاب English for Business Communication</li> <li>۳. جلسات پرزنتیشن و پرسش و پاسخ با مربیان بین المللی به صورت اسکایپ جهت افزایش مواجهه و اعتماد به نفس</li> <li>۴. ایجاد یک گروه واتساپ با فراگیران با هدف ارتباط مستقیم موثر و به اشتراک گذاری مطالب گوناگون از جمله تکالیف روزانه</li> <li>۵. ارزیابی، انجام نظرسنجی و برگزاری جلسات ماهانه بهبود مستمر</li> </ol> |
| سرفصل های دوره                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>بخش اول - گوناگونی فرهنگی و روابط اجتماعی (Socializing and Cultural Diversity)</p> <p>بخش دوم - مکالمات تلفنی (Telephoning)</p> <p>بخش سوم - پرزنتیشن و ارائه (Presentations)</p> <p>بخش چهارم - جلسات برگزاری (Meetings)</p> <p>( ۲۰ ساعت دوره - ۴۲۰/۰۰۰ تومان )</p> <p>( ۲۰ ساعت دوره - ۴۲۰/۰۰۰ تومان )</p> <p>( ۲۰ ساعت دوره - ۴۲۰/۰۰۰ تومان )</p> <p>( ۲۰ ساعت دوره - ۴۲۰/۰۰۰ تومان )</p>                                                                                                                                                                                                               |
| مدرس                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>مهندس خشیار عطایی</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>۱. کارشناس توسعه بازار بین المللی و فعال در زمینه پروژه های توسعه ی بین الملل</li> <li>۲. دارای مدرک MBA از دانشگاه BAU کشور ترکیه و مدرک کسب و کار بین الملل از دانشگاه HTW برلین</li> <li>۳. مدرس حرفه ای زبان انگلیسی با مدرک CELTA از دانشگاه کمبریج انگلستان</li> <li>۴. دارای گواهینامه IELTS و GRE و TKT و ISO IMS</li> <li>۵. تجربه در زمینه مشاوره مدیریت و آشنایی گسترده با سیستم های استاندارد مدیریت</li> </ol>                                                                                                                    |
| برنامه زمان بندی                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | کلاس ها به صورت یک جلسه چهار ساعته در هفته برای گروه های ۳ تا ۱۲ نفره برگزار می گردد.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| هزینه ها و پرداخت                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | شهریه دوره برای هر بخش از سرفصل ها به ازای هر فرد ۴۲۰/۰۰۰ هزار تومان می باشد و هزینه کل دوره مبلغ ۱/۶۸۰/۰۰۰ تومان می باشد که برای اعضای عضو انجمن ۱۵ درصد تخفیف در نظر گرفته می شود.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| محل برگزاری                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>انجمن مدیریت کیفیت ایران</p> <p>تهران - خیابان ولی عصر - بعد از خ مطهری - ابتدای خ ابن سینا - پ ۴ - ۲ - تلفن ۸۸۱۰۱۱۹۲</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

خواهشمند است شهریه دوره را به همراه فرم ثبت نام پیوست به شماره ۸۸۷۲۵۹۴۴ نمابر فرمایید

شماره حساب انجمن بانک ملت شماره شبا IR750120000000002031313479

# مجتمع چاپ دیاکو



● افسست / ● دیجیتال / ● رول

۰۹۱۲۳۰۹۸۰۵۲  
۰۲۱ - ۸۸۸۹۷۷۵۱

**Dyako.net**



شرکت رادیاتور ایران (سهامی عام)

بایش از نیم قرن تجربه



اولین تولید کننده ایرانی دارنده نشان استاندارد ملی

در صنعت رادیاتور سازی

تولید کننده انواع رادیاتور خودروهای سبک و سنگین (آلومینیومی، آلومینیومی اکسپندی  
مسی - برنجی و استیل)، مبدل های حرارتی صنعتی، اویل کولر، مبدل های آلومینیومی فشارقوی  
اوپراتور، کندانسور، مجموعه کولر خودرو و شبکه های جایگزین



به سوی طبیعت برای زندگی



دریافت لوح تقدیر از جشنواره ملی بهره‌وری در سال‌های

۸۹، ۹۰، ۹۱، ۹۲، ۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۶، ۹۷

در شاخص‌های بهره‌وری و سودآوری

آدرس: تهران، کیلومتر ۱۵ جاده قدیم کرج

تلفن: ۴۴۹۲۲۷۱۰ - ۴۴۹۲۲۷۱۳ - ۰۲۱

دورنگار: ۴۴۹۲۲۷۳۷ - ۴۴۹۲۲۷۱۹ - ۰۲۱





## شرکت فولاد خوزستان دربالترین سطح تعالی کشور

- ارتقاء بهره‌وری و تمرکز بر منابع و قابلیت‌ها
- افزایش تولید و ارتقاء کیفیت
- تامین نیازها و انتظارات مشتریان داخلی
- توسعه بازارهای صادراتی
- صیانت از محیط زیست و تحول در
- ایمنی و بهداشت حرفه‌ای



### محصولات: اسلب، بلوم، بیلت

- برنده تندیس زرین جایزه ملی تعالی سازمانی
- موفق‌ترین شرکت در بومی‌سازی فناوری صنعت فولاد کشور
- تنها فولادساز دریافت‌کننده تندیس طلایی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در ۵ سال متوالی

• صادرکننده نمونه کشور  
در سال ۱۳۹۶

