

مدیریت

۹

کیفیت

شماره ۲۰ « سال چهارم » دوره جدید « بهار ۱۳۹۷ » ۱۲۰۰۰ تومان

کمیسیون مصرف‌کنندگان

کیفیت

ایرانی

تحلیل ابعاد راهبرد ملی کیفیت

رضایت تابع ثروت نیست!

کیفیت، ضامن حمایت از کالا

چرا ایراک عقب ماند و کره جنوبی پیش رفت؟

کیفیت

زیربنای موفقیت پایدار

۲۲ آبان

بزرگداشت

روز ملی کیفیت



www.inqa.org



سازمان ملی استاندارد ایران



مدیریت و کیفیت

فهرست مطالب



نشریه مدیریت و کیفیت
شماره بیستم - بهار ۱۳۹۷

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

فرزین انتصاریان

سر دبیر:

احمد شیروانی

مدیر اجرایی:

امیر حیدری

طراح و صفحه آرا: سمیه نورمحمدی

اعضای هیات تحریریه این شماره:

فرشید شکرخدايي، حسن فروزان فرد

محمود اکابر، آرزو ابراهیمی

مجتبی لشکر بلوکی

دفتر مرکزی: میدان ونک، خیابان برزیل

شرقی، نبش بن بست نارنج، پلاک ۲/۴

طبقه دوم - تلفن: ۸۸۱۹۸۱۲۳

دفتر تحریریه و امور اجرایی: یوسف آباد،

خیابان ابن سینا، بین خیابان ۷۹، پلاک ۴

طبقه ۲ - انجمن مدیریت کیفیت ایران

تلفن: ۸۸۱۰۱۱۹۲ - شماره: ۸۸۷۲۵۹۴۴

وب سایت: www.iranqms.ir

چاپخانه و لیتوگرافی: خجسته نوین

تهران، زیریل حافظ، کوچه هلال احمر، پلاک ۲

تلفن: ۸۸۸۹۷۷۵۱

۳ ... تحول در نشریه
کیفیت و مدیریت

- ۵ پانزدهمین دوره جایزه ملی کیفیت ایران
- ۹ کیفیت عامل اصلی حمایت از تولید ملی
- ۱۴ کیفیت، ضامن حمایت از کالا
- ۱۶ کمپین مصرف کالای باکیفیت ایرانی
- ۱۹ چالش های منابع احماشود

- ۲۲ رضایت تابع ثروت نیست!
- ۲۶ مدیریت کیفیت مبنا و پایه توسعه
- ۲۸ بررسی چالش های خودروسازی
- ۳۲ تحلیل ابعاد راهبردملی کیفیت

- ۳۷ نگاهی به کسب و کار در اسکاتلند
- ۴۰ بهترین کشورها برای زندگی
- ۴۳ چرا ایران عقب ماند و کره جنوبی پیش رفت؟
- ۴۵ مقایسه کیفیت زندگی در تهران و اوتاوا

«نشریه در ویرایش و خلاصه کردن مطالب آزاد است.
مطالب منتشر شده، لزوماً منعکس کننده مواضع نشریه نیست
نشریه از انعکاس دیدگاه های متفاوت استغفال میکند
بازنشر مطالب با ذکر منبع بلامانع است»



گروه اکسپرتز

گروه اکسپرتز در راستای ارتقاء ساختارهای مدیریتی، فنی و ایمنی سازمان ها، مجموعه ای متشکل از شرکت های تخصصی با تجارب ارزنده را گرد هم جمع آوری کرده است. هرکدام از شرکت های گروه جزو باسابقه ترین شرکت ها در حوزه تخصصی خود بوده و از حسن سابقه مناسبی برخوردار می باشند. پس از نزدیک به چهل سال تجربه در ارائه خدمات در زمینه های فنی و مدیریتی، شناخت کامل از فضای کسب و کار و به روز آوری پیوسته دانش، این گروه به قوی ترین مجموعه ارائه خدمات فنی و مدیریتی در سطح کشور تبدیل شده است.

خدمات مهندسی

- بازرسی های صنعتی
- بازرسی های مبتنی بر ریسک
- بازرسی های دریایی و کالا
- تایید و گواهی ایمنی فنی
- استاندارد سازی و ارزیابی انطباق
- رده بندی کشتی
- کنترل و تایید طراحی صنایع نفت و گاز
- مشاوره و مهندسی پیشرفته

خدمات مدیریتی

- مشاوره مدیریت
- پیاده سازی سیستم های مدیریت کیفیت (کیفیت، ایمنی، بهداشت و محیط زیست)
- توسعه استراتژی مدیریت
- ارزیابی عملکرد سازمانی
- ارزیابی ریسک و تعدیل خسارت
- مدیریت دعاوی
- تحقیق، آموزش و نشر
- راهکارهای نرم افزاری و توسعه ای



... تحول در نشریه کیفیت و مدیریت

نشریه کیفیت و مدیریت در دوره فعالیت‌های خود تلاش نمود تا در راستای ترویج کیفیت (به معنای قابل درک و عمیق آن)، به سهم خویش این ابزار مهم توسعه اقتصاد ملی را در سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی کشور جاری سازد.

«کیفیت» یا بهتر بگوییم مدیریت کیفیت، دانش نوین و رو به گسترشی است که قواعد بنگاه داری، موفقیت پایدار سازمان‌ها و توسعه آنها را تبیین می‌نماید، بنابراین در توسعه اقتصاد ملی و تقویت تولید ملی، نقشی متمایز دارد.

طی ۵ سال فعالیت نشریه کیفیت و مدیریت از تابستان ۱۳۸۶ لغایت پاییز ۱۳۹۱ تلاش‌های زیادی طی همکاری با مراکز گوناگون، دامنه اثربخشی خود را گسترش دهد، از این رو همکاری‌هایی نیز با سازمان ملی استاندارد ایران، خانه صنعت و معدن ایران، کنفدراسیون صنعت ایران، پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، دبیرخانه‌های جوایز ملی کیفیت ایران و... داشت، براساس این مشارکت، مراکز همکار در برگزاری میزگردهای تخصصی و همچنین توزیع نشریه کیفیت و مدیریت نقش مهمی را ایفا نمودند.

همچنین در ۵ سال انتشار نشریه کیفیت و مدیریت دارای ۴ بخش مجزا بوده که عبارت است از: پیام‌ها، تحریریه، علمی و معرفی واحدهای اقتصادی، در بخش پیام‌ها خلاصه دیدگاه‌های مسوولان ارشد، صنعتگران و کارشناسان منعکس گردید و در بخش تحریریه نیز میزگردهای کارشناسی و مصاحبه‌های اختصاصی با مقام‌های بلند پایه و کارشناسان تراز اول، درج گردید.

بخش علمی نشریه نیز انعکاس دهنده سلسله مقالات هدفمندی نظیر استانداردسازی، قوانین حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و اخلاق کسب و کار از یک سو و ترجمه مقالات روز منتشر شده در مجلات معتبر و تخصصی کیفیت از سوی دیگر بود.

طی این چند سال انتشار صدها شرکت علاقمند به موضوع کیفیت، با معرفی خود در این نشریه در واقع نقش حامیان انتشار این نشریه تخصصی را نیز بر عهده داشتند که جای قدردانی از همه آنها باقی است.

اما اینک فصل تحولات سازنده در آن فرا رسیده است.

انجمن مدیریت کیفیت ایران در آستانه بیستمین سال فعالیت خود برای انتشار مجدد نشریه کیفیت و مدیریت بعنوان متولی تمام اهتمام خود را به کار گرفته است تا بتواند جهت انجام رسالت ذاتی و اجتماعی خود در حوزه مدیریت کیفیت از این ابزار رسانه‌ای به بهترین نحو ممکن اطلاع‌رسانی نماید.

بر همین اساس تلاش می‌شود دامنه مطالب موضوعی به بررسی‌های فنی و تخصصی حول کیفیت محصولات اعم از کالا و خدمات تعمیم یابد و همچنین سعی خواهیم نمود از مقالات کارشناسان داخلی و تجربیات آنها بیشتر بهره‌مند گردیم.

فرزین انتصاریان

مدیر مسئول / صاحب امتیاز نشریه

کیفیت و مدیریت





دعوت به عضویت در کارگروه های تخصصی انجمن مدیریت کیفیت ایران
انجمن مدیریت کیفیت ایران در نظر دارد، مجموعه کارگروه های تخصصی را با هدف توسعه دانش و توانمندی های کارشناسان و مدیران بخش ها به منظور دستیابی به مشارکت حداکثری اعضاء در فعالیتهای مختلف انجمن با همکاری و همفکری اعضاء در پیشبرد سیاستهای انجمن در جهت حفظ و صیانت از منافع اعضاء و ارتقاء جایگاه کیفیت در کشور طراحی و پیاده سازی نماید. بر همین اساس از کلیه متخصصین کیفیت که تمایل به عضویت در این کارگروه های تخصصی را دارند دعوت به عمل می آید.

آمادگی خود را نسبت به عضویت در کارگروه های پیشنهادی ذیل اعلام نمایند.

■ صنایع غذایی

■ خودرو و زنجیره تامین

■ توسعه سیستم های کیفیت

■ نفت، گاز و پتروشیمی

جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت فرم عضویت با دبیرخانه انجمن شماره ۸۸۱۰۱۱۹۲ تماس حاصل فرمایید.

هدف از تشکیل کارگروه های تخصصی

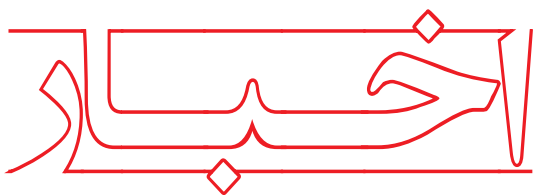
- کارگروه های تخصصی انجمن مدیریت کیفیت ایران با اهداف زیر تشکیل شده است:
- شناسائی متخصصین حوزه های متعدد مدیریتی و مهندسی مورد نیاز اعضای حقوقی انجمن
- معرفی ابزارها، سیستمها و رویکردهای نوین مدیریتی و مهندسی که قابلیت حل مسئله سازمانی برای اعضای انجمن را دارند.
- شناسائی تجربیات موفق سازمان ها
- انتقال تجربیات موفق سازمان ها به یکدیگر
- ارتقا توانمندیهای کارشناسان و مدیران سازمان های عضو انجمن برای حل مسئله سازمانی
- ارتقا قابلیت کارگروهی و تیمی میان اعضای کارگروه های تخصصی
- تولید محتوای علمی و تخصصی با توجه ضرورت های ملی

نحوه عضویت در کارگروه های تخصصی

کارشناسان و مدیران اعضای حقیقی و حقوقی انجمن مدیریت کیفیت ایران با تکمیل فرم عضویت می توانند در این کارگروه ها مشارکت داشته باشند.

ویژگی های کارگروه های تخصصی

- △ کارگروه های تخصصی انجمن مدیریت کیفیت ایران با ویژگی های زیر شکل گرفته اند:
- △ کارگروه ها متشکل از کارشناسان و مدیرانی است که دارای مسئولیتهای، وظایف و چالش های کاری یکسانی هستند.
- △ کارگروه ها متشکل از کارشناسان و مدیرانی است که دارای زبان مشترکی هستند.
- △ کارگروه ها با رویکرد شناسائی مسئله و حل مسئله تشکیل شده اند.
- △ از متخصصین دارای تجربه (داخلی و خارجی) بعنوان مشاور در این کارگروه ها استفاده می شود.
- △ ساختار و فرایندهای کارگروه ها، نتیجه گرا هستند.
- △ حضور فعال و تاثیر گذار از ویژگی اعضای کارگروه ها می باشد.
- △ کارگروه ها با ساختار تیمی مدیریت می گردند.
- △ توجه: ۱- زمان و مکان برگزاری متعاقبا به اطلاع خواهد رسید
- △ ۲- هرگونه تغییر در تاریخ برنامه کارگروه ها به اطلاع خواهد رسید.



فرآیند ثبت نام پانزدهمین دوره



آغاز شد

ها و الزامات اقتصادی حال و آینده کشور و لزوم افزایش کیفیت محصولات و خدمات سازمان در جهت حضور در فضای ملی و بین المللی از برنامه های دبیرخانه جایزه ملی کیفیت ایران است. لازم به ذکر است متولی برگزاری جایزه ملی کیفیت ایران سازمان ملی استاندارد ایران می باشد که انجمن مدیریت کیفیت ایران مجری برگزاری آن بوده و مانند سنوات گذشته در آبان ماه سال

به گزارش روابط عمومی انجمن مدیریت کیفیت ایران؛ ثبت نام شرکت ها و سازمانهای متقاضی حضور در فرآیند پانزدهمین دوره جایزه ملی کیفیت ایران از دی ماه ۹۶ آغاز شده است و تا تاریخ ۳۱ تیر ماه سال ۱۳۹۷ ادامه می یابد.

در این راستا از تمامی واحدهای صنعتی، تولیدی، فولاد، غذایی و دارویی، ارتباطات، پتروشیمی و... کشور که حائز شرایط می باشند،

دعوت بعمل می آید تا در پانزدهمین دوره فرآیند ارزیابی عملکرد کیفیت ایران، با حضور فعال خود در فرآیند این جایزه، به سمت مدیریت کیفیت محصول در مسیر موفقیت پایدار سازمانی مشارکت و بسوی بهبود مستمر و رشد و تعالی سازمانی حرکت نمایند. هدف از برگزاری این جایزه ارتقای کیفیت ارائه خدمات زیر



۱۳۹۷ پانزدهمین دوره جایزه ملی کیفیت ایران بر اساس مدل ارزیابی INQA در سه سطح گواهی اتمام به کیفیت، تقدیرنامه اشتها به کیفیت و تندیس برگزار می گردد. متقاضیان با مراجعه به سایت www.inqa.org نسبت به ثبت نام خود اقدام نمایند.

بنایی و انتقال دانش و نهادینه سازی فرهنگ مدیریت کیفیت و خود ارزیابی به واحدهای متقاضی و افزایش توان رقابت پذیری سازمان های کشور در سطح ملی و همچنین افزایش سازگاری آن ها با بازارهای منطقه ای و بین المللی و توجه ویژه به ویژگی

انجمن مدیریت کیفیت



در یک نگاه



با توجه به حساسیت امروز لزوم شکل‌گیری نهادهای که با هویت حقوقی عهده‌دار نهادینه سازی موضوع کیفیت باشد، انجمن مدیریت کیفیت ایران در سال ۱۳۷۶ بعنوان یک تشکل حرفه‌ای غیرانتفاعی بصورت کاملاً مستقل با هدف ارتقاء و گسترش دانش و فرهنگ مدیریت کیفیت و نهادینه نمودن روش‌های تحقق فرهنگ مدیریت کیفیت در صنعت و خدمات در اتاق بازرگانی، صنایع، کشاورزی و معادن ایران به ثبت قانونی رسید.

انجمن مدیریت کیفیت ایران به عنوان یک نهاد غیردولتی متشکل از سازمان‌ها و افراد متخصص، تلاشی می‌نماید ضمن ارتقاء جایگاه کیفیت، صدای کیفیت نیز در کشور بوده و مفاهیم و ابزارهای آن را برای زندگی بهتر توسعه بخشد.

ماموریت‌های انجمن

- انجام مطالعات علمی، تحقیقاتی و بررسی‌های اجتماعی در زمینه مسائل مربوط به بررسی مشکلات و نیازهای مدیریتی در زمینه کیفیت
- ایجاد ارتباط با مراکز و سازمان‌های دولتی و خصوصی مرتبط با مدیریت کیفیت برای انعکاس مسائل و مشکلات اعضاء و آگاهی مدیران نسبت به آخرین تصمیمات و اطلاعات
- ایجاد ارتباط با مراکز و سازمان‌های تخصصی و انجمن‌های مشابه داخلی و خارجی جهت تبادل اطلاعات و توسعه فرهنگ مدیریت کیفیت
- معرفی، ترغیب و تشویق پژوهشگران و مدیران سازمان‌های تولیدی و خدماتی موفق در بهبود و ارتقاء کیفیت سیستم مدیریت، محصول یا خدمات و توسعه بازار داخلی و بین‌المللی خود
- ساماندهی مشاورین سیستم‌های مدیریت کیفیت جهت ارائه منسجم و مؤثر خدمات مشاوره‌ای، آموزشی و پژوهشی مرتبط
- تشکیل گردهم‌آیی‌های علمی مرتبط با مدیریت کیفیت در سطح ملی و بین‌المللی و اعزام نماینده به نشست‌های مشابه ملی و بین‌المللی
- تشکیل بانک‌های اطلاعاتی از آخرین استانداردها و دست‌آوردها و پیشرفت‌های علمی و اقتصادی بین‌المللی در زمینه نظام‌های مدیریت کیفیت
- پاسداری از ارزش و اعتبار گواهینامه‌های صادره و پیگیری موارد تخلف از طریق مراجع قانونی
- مشارکت در انتشار نشریات و کتب علمی مرتبط
- مشارکت در توسعه و ارتقاء استانداردسازی در کشور
- مشارکت در استقرار نظام مدیریت کیفیت در سطح سازمان‌ها و نهادهای دولتی
- توسعه فعالیت‌های انجمن در استانها
- مشارکت در توسعه جوایز کیفیت در حوزه‌های تخصصی
- مشارکت در تدوین نظام‌های ارزیابی کیفیت با توجه به استانداردهای بین‌المللی
- توسعه عضویت سازمان‌های توانمند در انجمن
- مشارکت در ارتقاء توانمندی مدیران امر کیفیت در کشور و مدیران سازمان‌های تولیدی و خدماتی
- مشارکت در توسعه آموزش‌های کوتاه مدت کیفیت برای کارکنان دستگاه‌های اجرایی
- مشارکت در شناساندن ابزارها و تکنیک‌های مناسب مدیریت کیفیت برای تولید و خدمات در واحدهای صنعتی، کشاورزی، خدمات دولتی و غیر دولتی
- ایجاد همسویی در برگزارکنندگان جوایز کیفیت در کشور
- گسترش همکاری‌ها با مراکز علمی و تخصصی داخلی و خارجی
- استفاده از پتانسیل نیروهای سازمان‌های عضو انجمن در کشور

اهداف کلان انجمن

■ قراردادن اخبار و اطلاعات اعضا بر روی سایت انجمن (www.iranqms.ir)
 ■ ارسال نشریه انجمن به صورت الکترونیکی برای اعضا
 ■ انجمن شامل مقالات و اخبار
 ■ برگزاری نشست های هم اندیشی با ارائه دستاوردهای جدید مدیریت کیفیت
 ■ اطلاع رسانی از برگزاری کنفرانس های مرتبط که برای اعضا انجمن دارای تخفیف می باشد.
 ■ طراحی شاخص رضایت مشتری و برنامه ریزی جهت تعیین نرخ رضایت مشتری برای سازمان ها.
 ■ حضور در کنفرانس های مرتبط در راستای بالا بردن فرهنگ کیفیت
 ■ تماس با تشکل های اتاق جهت توسعه نهضت ملی کیفیت ایران

■ مشارکت در طرح توسعه اخلاق کسب و کار در اتاق بازرگانی و صنایع معادن ایران
 ■ پیگیری طرح جامع مدیریت کیفیت صادرات با سازمان توسعه تجارت
 ■ مشارکت در بازنگری قانون و ساختار سازمان استاندارد در مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی
 ■ مشارکت و حضور در فراکسیون استاندارد و کیفیت در مجلس شورای اسلامی
 ■ برگزاری دو دوره کنفرانس توسعه کیفیت راهبردی فراگیر در سلامت غذا
 ■ تشکیل کارگروه های تخصصی در انجمن مدیریت کیفیت ایران:

انجمن مدیریت کیفیت ایران با هدف تسهیل اشتراک دانش بین صاحب نظران یک سازمان، ارائه و اجرای سیاست های نوین و به هنگام علمی در ترویج، انتشار و اشتراک گذاری کتب، مقالات و لینک های مفید و بازدید از شرکت های فعال حوزه های مختلف نسبت به تشکیل کارگروه هایی توانمند در حوزه کیفیت با همفکری مدیران، متخصصان کیفیت در خصوص چالش ها و مشکلات جاری و ارائه راهکار به نهادهای اجرایی، با حضور نمایندگان صنایع و شرکت های عضو انجمن اقدام نموده است.

- ۱- کارگروه تخصصی خودرو
- ۲- کارگروه تخصصی صنایع غذایی
- ۳- کارگروه تخصصی توسعه سیستم های مدیریت کیفیت
- ۴- کارگروه تخصصی مدیریت دانش
- ۵- کارگروه تخصصی اخلاق حرفه ای ارزیابان

■ ارتقاء و گسترش دانش و فرهنگ مدیریت کیفیت
 ■ نهادینه نمودن روش های تحقق فرهنگ مدیریت کیفیت در صنعت و خدمات
 ■ رسالت وجودی
 ■ به عنوان یک نهاد غیردولتی متشکل از سازمان ها و افراد، تلاش می نماید ضمن ارتقاء جایگاه کیفیت، صدای کیفیت نیز در کشور بوده و مفاهیم و ابزارهای آن را برای زندگی بهتر توسعه بخشد.
 ■ چشم انداز
 ■ چشم انداز انجمن مدیریت کیفیت ایران به شرح ذیل تدوین شده است: ایرانی بهتر از طریق افزودن کیفیت به زندگی و کسب و کار

اهم اقدامات انجام شده

■ مشارکت در طرح های ملی از جمله «طرح مدیریت کیفیت صادرات»، «طرح مدیریت اخلاق کسب و کار»، «تعیین روز ملی کیفیت»، «طرح سامان دهی تشکل های اقتصادی»، «طرح نهضت ملی کیفیت» و...
 ■ مشارکت در پروژه بازنگری قانون و ساختار مؤسسه استاندارد در مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی
 ■ طراحی مدل نوین جایزه ملی کیفیت ایران و مجری برگزاری چهارده دوره جایزه ملی کیفیت ایران با متولی گری سازمان ملی استاندارد www.inqa.org
 ■ مجری برگزاری جایزه ملی کیفیت صنعت خودرو با متولی گری وزارت صنعت، معدن و تجارت www.ainqa.ir
 ■ مجری برگزاری جایزه ملی کیفیت کشاورزی با متولی گری وزارت جهاد کشاورزی www.agnqa.ir
 ■ آماده سازی طرح اعتبارسنجی
 ■ برگزاری چندین سمینار، کنفرانس گردهمایی در توسعه مباحث مدیریت کیفیت
 ■ انتشار چندین جلد کتاب و تنظیم مستمر خبرنامه داخلی انجمن جهت ارائه به اعضا
 ■ حضور فعال و ارائه مقاله در بسیاری کنفرانس ها و مجامع ملی
 ■ شرکت در جلسات رسمی تصمیم گیری کشوری در زمینه های مدیریت و کیفیت و ارائه نظرات و رهنمودها در راستای سیاست گذاری ها
 ■ برگزاری پنج دوره کنفرانس بین المللی مدیریت کیفیت با موضوع "نهضت کیفیت، موفقیت پایدار و رقابت پذیری" (www.qmconf.com)
 ■ تعامل با اتاق بازرگانی برای اعطای ۴ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز مدل رتبه بندی برای اعضای حقوقی انجمن
 ■ عضویت حقیقی رایگان مدیران معرفی شده از طرف سازمان های عضو.
 ■ برگزاری تورهای تعالی و بازدیدهای دوره ای از کارخانجات و شرکت های عضو انجمن جهت تبادل تجربیات

جایگاه مدیریت کیفیت

و استانداردسازی در ایران



کیفیت به معنای انطباق با ویژگی‌ها که همان معنای استاندارد است تعریف می‌شود، اما نکته قابل تأمل این است که در استاندارد تنها بخشی از ویژگی‌های کیفیت مورد توجه قرار می‌گیرد

رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران یکی دیگر از تعریف‌های کیفیت را انجام تعهدات پذیرفته شده و رضایت مشتری عنوان کرد و گفت: در حال حاضر بسیاری از سازمان‌ها نشانه استاندارد ندارند و به طور کلی می‌توان گفت ضایعات نظام آموزشی وارد بازار کار می‌شود و آنچه که در مسیر اصلی است به بازار ارائه نمی‌شود.

انتصاریان کیفیت را با موفقیت پایدار مساوی دانست و گفت: این مساله به این معناست که سازمان باید رضایت متوازن کلیه ذی‌نفعان را در بر بگیرد.

رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران با اشاره به محدوده مدیریت کیفیت اظهار کرد: ارزش رقابتی سرعت خدمات و دوام و مرغوبیت از دید مشتری که موجب توسعه پایدار و رضایت عمومی می‌شود جزو محدوده مدیریت کیفیت است.

وی گفت: محورهای راهبرد ملی توسعه کیفیت که در مرکز آن خود راهبردها قرار دارند و در اطراف آن برنامه‌های افزایش صادرات و واردات است که تأثیر زیادی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور دارد.

رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران تبیین جایگاه مدیریت کیفیت و استانداردسازی در کلیات برنامه ششم را یکی از الزامات این برنامه عنوان کرد.

انتصاریان با اشاره به تبیین کیفیت در برنامه ششم دولت اظهار کرد: برای این امر موادی را در نظر گرفته‌ایم که تبیین مکانیزم‌های لازم برای آموزش و توسعه فرهنگ مدیریت و کیفیت، پیش‌بینی اصلاح قوانین و مقررات مورد نیاز برای توسعه کیفیت، تبیین اهداف توسعه مدیریت کیفیت در بخش اقتصادی و اجتماعی، تبیین برنامه توسعه به ارتقای کیفیت در حوزه‌های هدف در بخش اقتصادی و اجتماعی و تبیین شاخص‌ها و مکانیزم‌های ارزیابی عملیاتی دستگاه‌ها بخشی از آن است.

وی مفهوم کیفیت را در دو بعد خرد و کلان قابل تحلیل عنوان و اظهار کرد: کیفیت به معنای انطباق با ویژگی‌ها که همان معنای استاندارد است تعریف می‌شود، اما نکته قابل تأمل این است که در استاندارد تنها بخشی از ویژگی‌های کیفیت مورد توجه قرار می‌گیرد.

انجمن مدیریت کیفیت ایران به دنبال توسعه مدیریت کیفیت در صنعت و خدمات است

کیفیت عامل اصلی حمایت از تولید ملی

نشست مشترک انجمن مدیریت کیفیت ایران با معاونت ارزیابی کیفیت سازمان ملی استاندارد ایران



به گزارش روابط عمومی انجمن مدیریت کیفیت ایران؛ در تاریخ ۱۵ اردیبهشت ۹۷ با حضور نایب رئیس و دبیر انجمن مدیریت کیفیت ایران طی جلسه ای که با آقای مهندس بیات؛ معاونت ارزیابی کیفیت سازمان ملی استاندارد در محل معاونت مزبور داشتند دو طرف به منظور هم اندیشی و شکل گیری فصل جدید همکاری های مشترک در جهت برگزاری پانزدهمین دوره ارزیابی عملکرد کیفیت بنگاه ها که ۲۲ آبان ماه سال جاری برگزار می گردد اعلام آمادگی نمودند.

فرد یا بنگاه اقتصادی که موظف به بکارگیری استانداردهای کارخانه ای و همچنین استانداردهای ملی در راستای ارتقای بهره وری و کیفیت است کسی جز تولیدکننده و ارایه دهنده خدمات نیست.

بیات: صاحب نظران دانش کیفیت، کیفیت را حاصل یک فرآیند در قالب استقرار یک سیستم کیفیت مناسب و حاصل تمامی بخش های درگیر در تولید از جمله کنترل کیفیت می دانند. بنابراین واحد کنترل کیفیت فرآیند تولید صرفا بخشی از آن است نه همه آن؛ به عبارتی هر کدام از عوامل تاثیرگذار بر کیفیت، کارکرد خاص خود را دارند و اینطور نیست که اگر تکنولوژی و ماشین آلات تولید نامناسب باشد شما صرفا با کنترل کیفیت بتوانند به کیفیت مطلوب دسترسی پیدا کنید.

در ابتدای این جلسه مهندس مسلم بیات معاون ارزیابی کیفیت سازمان ملی استاندارد ایران با بیان اینکه کیفیت در فرایند شکل می گیرد و استاندارد حدی از کیفیت است بیان کرد؛ وظیفه اصلی سازمان ملی استاندارد ایران تهیه و تدوین استانداردهای مورد نیاز و همچنین ارزیابی کیفیت کالاها و خدمات براساس استانداردهای مرتبط است و سازمان ملی استاندارد ایران نقش مستقیمی در تامین مواد اولیه ماشین آلات بخش تولید، فناوری و دانش روز تولید، بکارگیری کارگران و مهندسان با مهارت مکفی و نحوه مدیریت ندارد.

وی افزود که صاحب نظران دانش کیفیت، کیفیت را حاصل یک فرآیند در قالب استقرار یک سیستم کیفیت مناسب و حاصل تمامی بخش های درگیر در تولید از جمله کنترل کیفیت می دانند.

بنابراین واحد کنترل کیفیت فرآیند تولید صرفا بخشی از آن است نه همه آن؛ به عبارتی هر کدام از عوامل تاثیرگذار بر کیفیت، کارکرد خاص خود را دارند و اینطور نیست که اگر تکنولوژی و ماشین آلات تولید نامناسب باشد شما صرفا با کنترل کیفیت بتوانند به کیفیت مطلوب دسترسی پیدا کنید.



شکرخدایی: 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

وی با تاکید بر اینکه تولید کنندگان برای ارتقای کیفیت باید سرمایه گذاری کنند، اظهار داشت: 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.

نائب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران گفت: تولید کنندگان 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.

وی با اشاره به این که در برنامه ششم توسعه، توجه ویژه ای به موضوعات استاندارد و کیفیت می شود، اظهار کرد: باید به منظور آگاهی عموم جامعه و برنامه ریزان نرخ کیفیت کالا و خدمات مشخص شود تا معلوم شود کشور در هر سال از نظر کیفیت رشد می کند یا نزول و لازم است که نهادهای بی طرف ملی نسبت به تعیین نرخ های کیفیت جهت توسعه رقابت و شفاف سازی بازارها اقدام نمایند.

در ماده ۱۶ قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد، دستگاههای اجرایی صادر کننده مجوز تولید و خدمات را مکلف و ملزم به رعایت استانداردها در صدور مجوز برای متقاضیان کرده است و در ماده ۴۷ حتی دارا بودن نشان استاندارد و یا هرگونه تاییدیه استاندارد کالا و یا خدمات را رافع مسئولیت تولید کننده و ارایه دهنده خدمات نمی داند و در نهایت ارزیابی کیفیت آنچه در بخش تولید یا خدمت انجام گرفته صورت می پذیرد.

شکرخدایی نائب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران با اعلام اینکه کیفیت عامل اصلی حمایت از تولید ملی است، گفت: کیفیت بالای تولیدات داخلی می تواند منجر به رقابت بیشتر و حتی ایجاد فرهنگ استفاده از کالاهای داخلی در بلند مدت شود.

گردهمایی

انجمن مدیریت کیفیت ایران

با حضور اعضای انجمن

در تاریخ ۱۸ اردیبهشت ۹۷



انجمن مدیریت کیفیت ایران؛ با هدف ارائه دستاوردهای نظام مدیریت کیفیت در سطح اعضا نشست رادر تاریخ ۱۸ اردیبهشت ۹۷ با حضور هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران و اعضای انجمن در ساختمان شکل های اتاق بازرگانی تهران برگزار نمود.

تغییرات در سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه ای بر اساس استاندارد ISO45001:2018 را ارائه نمودند.

در این مراسم در بخش اول آقای دکتر نوید خیبری عضو هیات علمی دانشگاه آزاد و مشاور سیستم های مدیریت کیفیت؛

تفاوت میان

OHSAS18001 & ISO 45001

از اولین سال انتشار ۱۸۰۰۱ OHSAS که به عنوان استاندارد سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت شغلی (occupational health and safety management system) به رسمیت شناخته شده بود، استاندارد ایزو جدیدی برای جایگزینی با استاندارد ۱۸۰۰۱ (OHSAS) توسعه یافته است، این استاندارد ایزو ۴۵۰۰۱ نام دارد.

استاندارد ایزو ۴۵۰۰۱ یک استاندارد OH&SMS است که توسط کمیته ایزو تدوین و منتشر شده است. از زمان انتشار آن، تفاوت هایی ما بین استاندارد ایزو ۱۸۰۰۱ (OHSAS) و ایزو ۴۵۰۰۱ مشاهده می شود.

برخی از تفاوت های اصلی بین این دو استاندارد به شرح ذیل می باشد:

اولین تفاوت به ساختار این استاندارد مربوط است. ایزو ۴۵۰۰۱ بر اساس راهنمای ۸۳ ایزو (Annex SL) که ساختار، متن و اصطلاحات و تعاریف مشترکی سطح بالای مشترکی را برای نسل بعدی سیستم های مدیریت کیفیت (مانند ایزو ۹۰۰۱، ایزو ۱۴۰۰۱ و غیره) تعریف می کنند، پایه گذاری شده است.

ایزو ISO45001 یک استاندارد بین المللی است که برای آنکه سازمان را قادر سازد که بطور کنشگرایانه عملکرد سلامت و ایمنی شغلی خود را با هدف پیشگیری از آسیب و بیماری بهبود بخشد، نیازمندی ها و الزاماتی را برای سیستم مدیریت سلامت و ایمنی شغلی مشخص می نماید

چرا جهان به ISO45001 نیاز دارد؟

هر روز در سراسر جهان، آمار وحشتناک حوادث بهداشت و ایمنی، حوادث و هزینه های مربوط به آنها ثبت می شود. اگر چه شرکت ها تمایل به استفاده از دستورالعمل های بهداشت و ایمنی عمومی یا استانداردهای ملی هستند، هیچ یک از اینها نشان دهنده انطباق جهانی نمی باشد. نظر سنجی های اخیر از استاندارد OHSAS و گواهینامه ها، نشان دهنده ی افزایش سریع در استفاده از OHSAS ۱۸۰۰۱ و استاندارد های معادل آن در دهه گذشته است. در حال حاضر بیش از ۱۲۷ کشور از این استانداردها استفاده می کنند و در سراسر جهان این نیاز جهت هماهنگ کردن سیستم های مدیریت ایمنی و بهداشت با استفاده از یک استاندارد بین المللی و به اشتراک گذاری بهترین شیوه ها وجود دارد.



بنابراین در استاندارد جدید اصطلاح مدیریت، به نقش قوی رهبری با حفظ سیستم مدیریت OH&SMS ارتقاء یافت. ایزو ۴۵۰۰۱ همچنین به شناسایی و کنترل ریسک‌ها به جای خطرات که در ایزو ۱۸۰۰۱ (OHSAS) ذکر شده، تأکید دارد. ایزو ۴۵۰۰۱ سازمان‌ها را ملزم می‌کند که چگونه ریسک‌های احتمالی تأمین‌کنندگان و پیمانکارانشان را نیز مدیریت کنند. در استاندارد ایزو ۴۵۰۰۱ برخی از مفاهیم اساسی مانند ریسک، کارگر و محیط کار تغییر نموده است. همچنین تعریف جدیدی برای واژه‌هایی مانند نظارت، اندازه‌گیری، اثربخشی، فرایندها و عملکرد OH&SMS مشاهده می‌شود. با وجود تغییرات بوجود آمده، هدف کلی ایزو ۴۵۰۰۱ همانند ایزو ۱۸۰۰۱ (OHSAS)، که کاهش ریسک‌های غیر قابل قبول و اطمینان از ایمنی و سلامت همه افرادی که در فعالیت‌های سازمان شرکت دارند، می‌باشد.

در بخش دوم نشست: موضوع مدیریت اقتصادی بنگاه توسط آقای مهندس عباس صادقی مدیرعامل مرکز مدیریت بهره‌وری ایران ارائه شد.

برخی از علل ریشه‌ای ناکامی‌ها در موضوع بهره‌وری

- پر هزینه و طولانی بودن فرآیند جمع‌آوری اطلاعات و محاسبه شاخص‌های بهره‌وری در سطح دستگاه‌ها و سازمان‌های دولتی و خصوصی
- ضعف جدی در استفاده از ابزارهای تجزیه و تحلیل آماری برای دستیابی به علل ریشه‌ای رفتار شاخص‌های بهره‌وری

- عدم تمرکز بر محاسبه و اندازه‌گیری شاخص‌ها به تفکیک بنگاه‌ها و انتشار سالنامه‌ها بر اساس سرجمع‌های تقریبی و بدون پشتوانه دقیق علمی و بی‌توجهی نسبت به نتایج گزارشات

- عدم وجود یک نهاد ملی با اختیارات و شرح وظایف روشن برای ایجاد هماهنگی در سطوح عالی تصمیم‌گیری به گونه‌ای که از دوباره‌کاری‌ها و یا اجرای پروژه‌های ضعیف و ناکارآمد جلوگیری نماید و جمع‌آوری اطلاعات سازمانها را با هدف یکپارچه‌سازی و ایجاد قابلیت مقایسه و تجزیه و تحلیل علمی و منطقی را فراهم آورد

- عدم تمرکز بر تربیت مشاورین دانشمند و توانا برای ارائه مشاوره به سطوح مختلف دستگاه‌ها و سازمانهای دولتی و خصوصی

این ساختار با هدف تسهیل روند اجرا و یکپارچه‌سازی سیستم‌های مدیریت کیفیت گوناگون به صورت هماهنگ، سازمان یافته و کارآمد برقرار شده است. این ساختار به شرح زیر است:

△ دامنه

△ مراجع

△ اصطلاحات و تعاریف

△ محیط سازمان

△ رهبری

△ برنامه‌ریزی

△ پشتیبانی

△ عملیات

△ ارزیابی عملکرد

△ بهبود

در استاندارد جدید تأکید زیادی بر "محیط سازمان" وجود



دارد. با پیاده‌سازی ایزو ۴۵۰۰۱ سازمان می‌تواند نگاهی فراتر از مسائل بهداشتی و ایمنی داشته و آنچه جامعه در ارتباط با مسائل مربوط به بهداشت و ایمنی دارد در نظر بگیرد. برخی از سازمان‌هایی که با پیاده‌سازی ایزو ۱۸۰۰۱ (OHSAS)، نماینده‌ای از بهداشت و مسئولیت ایمنی برای یک مدیر ایمنی ایجاد می‌کنند، نسبت به یکپارچه‌سازی عملیات در سازمان مسئولیتی نخواهند داشت. پیاده‌سازی ایزو ۴۵۰۰۱ به ادغام جنبه‌های ایمنی و بهداشت در سیستم مدیریت کلی سازمان نیازمند است.

در گفت‌وگوی ویژه خبری شبکه دو مطرح شد؛

کیفیت، ضامن حمایت از کالا

موجب شده است سطح و اجرای استانداردهای ما در واحدهای تولیدی و عرضه‌کننده‌های خدمت، بالاتر رود و این ارتقای کیفیت موجب شده است در بسیاری از موارد در بازارهای صادراتی جایگاه خوبی داشته باشیم.

حمیدرضا فولادگر رئیس کمیسیون حمایت از تولید ملی مجلس شورای اسلامی هم با حضور در این برنامه گفت: مردم به نشان

استاندارد اعتماد دارند اما رضایت آن‌ها نسبی است و در برخی موارد رضایت کامل دارند و در برخی موارد رضایت آنها کم است. وی با اشاره به اینکه میزان رضایت مردم به روند توسعه مدیریت کیفیت کشور بستگی دارد، افزود: هر کالایی که اعماد بیشتری را جلب کند رضایت مردم هم بیشتر می‌شود.

فرشید شکرخدایی نایب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز در ارتباط تصویری با این برنامه گفت: تولیدکنندگان و کسانی که با سازمان ملی استاندارد به طور

مستقیم کار می‌کنند مقداری در زمینه ساز و کارهای نظارتی و کنترل‌هایی که وجود دارد نگران هستند و در بسیاری از مواقع موارد مدنظرشان رعایت نمی‌شود و به نظر می‌رسد در چگونگی تعامل سازمان ملی استاندارد با آن‌ها باید بازنگری شود. وی افزود: اعتماد عمومی به سازمان ملی و نشان استاندارد با توجه به قدمت ۸۰ ساله این سازمان، خوب است.

رئیس سازمان ملی استاندارد گفت: ایمنی و سلامت مردم، خط قرمز سازمان ملی استاندارد است بنابراین در هر جایی که سلامت و ایمنی مردم در میان باشد سختگیری می‌کنیم. نیره پیروزبخت در ادامه افزود: سازمان ملی استاندارد، کالاهای مشمول استاندارد اجباری را پایش و نظارت می‌کند اما این موضوع شاید در بخش استانداردهای اختیاری یا تشویقی تسری نیافته باشد.

وی افزود: تدوین استاندارد با اجماع نظر همه ذینفعان و زیربطان است و این گونه نیست که سازمان ملی استاندارد به تنهایی همه استانداردها را تدوین کند.

کیفیت، ضامن حمایت از کالای ایرانی موضوع گفت‌وگوی ویژه خبری ۱۰ اردیبهشت ماه ۹۷ بود که با حضور نیره سادات پیروزبخت رئیس سازمان ملی استاندارد و حمیدرضا فولادگر عضو کمیسیون ویژه حمایت از تولید مجلس شورای اسلامی، فرشید شکرخدایی نایب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران برگزار شد.



رئیس سازمان ملی استاندارد با بیان اینکه در زمینه استاندارد از نظر تعداد و هم سطح کیفیت استانداردها در تراز بین‌المللی و مطابق با استاندارد های روز اروپا و بین‌المللی ایزو هستیم، گفت: از این نظر در عرصه منطقه‌ای سرآمد هستیم.

نیره پیروزبخت با حضور در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری افزود: با توجه به اینکه استانداردهای اجباری، کالاهای محدودی را در بر می‌گیرد بنابراین نشان استاندارد در بسیاری از کالاها وجود ندارد اما در مواردی که نشان استاندارد وجود دارد در نظر سنجی‌های سال‌های ۹۵ و ۹۶ مردم نسبتاً راضی بودند اما سازمان ملی استاندارد هنوز رضایت ندارد و امیدواریم بتوانیم دامنه استاندارد کالاها را بیشتر گسترش دهیم.

وی افزود: کشور ما دستخوش تحولات مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بوده است و در برخی موارد تولیدکنندگان تلاش می‌کردند فقط خود را سراپا نگه دارند و در پی استاندارد نبودند.

پیروزبخت اضافه کرد: شکوفایی اقتصادی چند سال اخیر



وی اضافه کرد: در بسیاری از تولیدات نوین، هنوز استاندارد تدوین نشده و این موضوع مشکلاتی را ایجاد کرده است و در زمینه برخی کسب و کارهای صادراتی هم دچار چالش هستیم زیرا در برخی موارد استانداردهای داخلی ما با استانداردهای خارجی هماهنگی ندارند و در بسیاری از مواقع هم استانداردهای داخلی ما در مقایسه با استانداردهای خارجی سختگیرانه تر عمل می کند. شکر خدایی با اشاره به تعامل سازمان ملی استاندارد با بخش خصوصی و تولیدکننده ها گفت: قانون جدید استاندارد نرخ کیفیت را مطرح کرده است که امیدواریم سازمان ملی استاندارد در نقش رگلاتور ظاهر شود و خودش را سا این کار را انجام ندهد و تعیین نرخ کیفیت را به تشکل های بخش خصوصی واگذار کند. وی افزود: یکی از نگرانی های بخش خصوصی این است، دوباره کنترل و سخت گیری های جدیدی بر تولید اعمال شود. عباس سقایی کارشناس اقتصادی نیز در ارتباط تلفنی با این برنامه گفت: واژه استاندارد یعنی حداقل قابل قبول اما کیفیت، مفهومی فراتر از آن دارد یعنی اینکه مشتری را وادار به خرید محصول کند.

وی افزود: مواردی مانند آزمایش در باره دوام و مصرف انرژی، استانداردهای سختی برای تولیدکنندگان داخلی در نظر گرفته شده است. این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه متأسفانه شاهد محصولات بی کیفیت وارداتی هستیم، اضافه کرد: نظارت بر کالاهایی که می تواند بر مردم موثر باشد وظیفه سازمان ملی استاندارد است و سازمان های مرتبط هم باید در این مسیر کمک کنند.

علی اژدری کارشناس اقتصادی نیز در ارتباط تلفنی با این برنامه گفت: کیفیت در درجه اول، موضوع فنی و بنگاهی است تا استاندارد یعنی موضوع داخلی بنگاه است که باید بحث کیفی کالا را رعایت کند.

وی با بیان اینکه بحث استاندارد را هم می توانیم به عنوان شاخص کیفیت مطرح کنیم، افزود: با توجه به نوع علائم استاندارد کالا مصرف کننده متوجه شود که کالا از نظر کیفی در چه حدی است. اژدری از سازمان ملی استاندارد خواست مجموعه ای از استانداردها را در مورد یک کالای خاص تعریف کند تا از این طریق رتبه بندی در مورد آن کالا انجام شود.

پیروز بخت گفت: قرار است از امسال با توجه به تعاملی که این سازمان با سازمان هایی مانند سازمان دامپزشکی و غذا و دارو انجام می دهد موازی کاری ها در زمینه استاندارد حذف و فرآیندها کوتاه شود.

رئیس سازمان ملی استاندارد با اشاره به اینکه با بسیاری از کشورها، برای تبادل تجاری تفاهم نامه امضاء کردیم گفت: یکی از مواردی که همیشه در این زمینه به آن توجه می شود مقوله استاندارد چه برای واردات و چه برای صادرات است و هر کشوری بر اساس نیازهای خود استانداردهایش را تعریف می کند.

پیروز بخت با بیان اینکه در پی کیفیت بیشتر و قیمت مناسب تر کالا هستیم، افزود: در ۵ سال اخیر در پی استقلال رویکرد نوین استاندارد در کشورمان هستیم در این رویکرد بیشتر بحث کیفیت مطرح می شود و اینکه رضایت بیشتری وجود داشته باشد.

وی اضافه کرد: استانداردها به استانداردهای بین المللی، منطقه ای، ملی و کارخانه ای تقسیم بندی می شود و هر تولیدکننده ای که استاندارد سختگیرانه تری را رعایت کند کیفیت کالای تولیدی اش بالاتر است.

وی با هشدار به خودروسازان داخلی مبنی بر لزوم رعایت استانداردهای لازم گفت: استانداردهای ما با استانداردهای روز اروپا منطبق است و با توجه به برنامه ریزی که در شورای سیاستگذاری خودرو داشتیم پنجاه و پنج استاندارد از یکم دی سال ۱۳۹۶ به ۶۱ استاندارد رسید و از یکم تیر سال ۱۳۹۷ به ۶۳ استاندارد و از یکم دی ۱۳۹۷ به ۸۵ استاندارد خواهد رسید.

پیروز بخت تاکید کرد: از این تاریخ هر خودرویی که این استاندارد را پاس کند ادامه کارش را تایید می کنیم در غیر این صورت تولیدش باید متوقف شود و این هم مطالبه مردم و هم دولت است.

رئیس کمیسیون حمایت از تولید ملی مجلس شورای اسلامی هم گفت: استاندارد را نباید ترمز و مانع بدانیم بلکه استاندارد باید یاور همراه و کمک تولیدکننده باشد.

حمیدرضا فولادگر افزود: با قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد تلاش کردیم موازی کاری ها را در زمینه استاندارد کاهش دهیم و بر اساس این قانون، سازمان ملی استاندارد مرجع تدوین استانداردها و به روز رسانی آن است و فقط در برخی موارد از جمله استاندارد داورپی، استثنایی را برای وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی قرار داریم.

نایب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران هم گفت: بسیاری از استانداردهای ما از کشورهای دیگر مانند آمریکا، انگلیس، ژاپن و کره جنوبی گرفته و تدوین می شود اما در بسیاری از مواقع، زیرساخت های لازم برای پیاده سازی آن استانداردها را نداریم. شکر خدایی با اشاره به اینکه در بسیاری از موارد استانداردهای چندگانه داریم افزود: سازمان ملی استاندارد سازمان اصلی متولی استاندارد است اما سازمان هایی مانند سازمان غذا و دارو و سازمان دامپزشکی هم مجموعه ای از استانداردها را تعریف می کنند.

با کیفیت ✓ کمپین مصرف کالای ایرانی

عضو هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران گفت: همزمان با تشویق مردم به مصرف کالاهای ایرانی باید تولید کالای باکیفیت ایرانی هم مورد نظر قرار گیرد و مردم نه به صورت عمومی به مصرف کالاهای ایرانی بلکه به مصرف کالاهای باکیفیت ایرانی تشویق شوند.

مدتی است که در شبکه های تلویزیونی و فضاهای مجازی شاهد شکل گیری کمپین هایی برای تشویق مردم به مصرف کالاهای ایرانی و حمایت از تولیدات داخلی هستیم؛ کمپین هایی که در این دوره رکود می توانند جانی دوباره به تولید داخلی بدهند؛ اما در این بین سؤالاتی هم وجود دارد مبنی بر اینکه این کمپین ها چقدر می توانند موثر باشند؟ آیا مصرف کنندگان داخلی با توجه به آن ها تشویق به مصرف کالاهای ایرانی می شوند؟ و آیا این کمپین ها روی ارتقاء کیفیت کالاهای ایرانی و تولیدات داخلی هم تاثیر خواهند داشت؟ با حسن فروزان فرد عضو هیات نمایندگان اتاق تهران و عضو هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران در این زمینه گفت و گو کرده ایم:



◀ شاهد شکل گیری کمپین هایی برای حمایت از تولیدات داخلی هستیم؛ به اعتقاد بسیاری این موضوع و تشویق مردم می تواند به افزایش مصرف کالاهای داخلی منجر شود؛ نظر شما در این باره چیست؟

ببینید مردم کشور ما از نظر فرهنگی مردمانی احساسی هستند و این کمپین ها می تواند روی آن ها تاثیرگذار باشد ولی نکته مهم این است که این تاثیرات می تواند تنها کوتاه مدت باشد و حتی در طولانی مدت اثرات مخربی به همراه داشته باشد و اعتماد عمومی را خدشه دار کند؛ به اعتقاد من راه اندازی این کمپین ها و حرکت های اجتماعی برای تشویق مردم به حمایت از تولیدات داخلی و مصرف کالای ایرانی موضوعی دولیه است، اگر این دولیه با هم دیده نشوند و تنها موضوع جنبه و شکل

شعاری داشته باشد تاثیر آنچنانی نخواهد داشت ولی اگر دولیه آن همزمان دیده شوند مثل قیچی عمل می کند و موثر خواهد بود.

◀ این دولیه که به آن اشاره می کنید، چیست؟

همزمان با تشویق مردم به مصرف کالاهای ایرانی باید تولید کالای باکیفیت ایرانی هم مورد نظر قرار گیرد و مردم نه به صورت عمومی به مصرف کالاهای ایرانی بلکه به مصرف کالاهای باکیفیت ایرانی تشویق شوند.



**اگر کالاهای با کیفیت مورد حمایت
قرار گیرند علاوه بر اینکه مردم به
مصرف تشویق می شوند و بعد
از مصرف اعتماد بیشتری پیدا می
کنند بین تولیدکنندگان هم رقابت
مثبتی برای ارتقای کیفیت کالاهای
تولیدیشان شکل می گیرد**

کمی از کالاهای ما در کلاس A هستند از همین رو افراد دهک های بالا که به دنبال کالاهایی با کلاس بالا هستند کمتر تحت تاثیر این کمپین ها قرار خواهند گرفت ولی خب طبقه متوسط و دهک های پایین می توانند هدف این کمپین ها و حرکت های اجتماعی باشند و تحریک شوند ولی اتفاق مهم این است که همزمان با تشویق افراد به مصرف کالاهای ایرانی کیفیت مدنظر قرار گیرد و به تولید کالای با کیفیت از سوی تولیدکننده کشورمان هم تاکید شود و حرکت ما صرفا به دلیل شرایط اقتصادی و رکود کنونی که تولیدکنندگان را دچار مشکلات زیاد کرده است نباشد؛ بلکه به این فکر کنیم که مصرف کنندگان کشورمان سرمایه های اجتماعی عظیم و ارزشمندی هستند که باید حفظ شوند و بیش از گذشته به

❖ یعنی شما می گوید شعار این کمپین ها از حمایت از تولیدات ایرانی و مصرف کالای ایرانی به حمایت از تولیدات با کیفیت ایرانی و مصرف کالای با کیفیت ایرانی تغییر کند؟

بله این نکته بسیار مهمی است؛ توجه داشته باشید اگر مردم شعار زده شوند حتما این کمپین ها اثرات عکس خواهد داشت؛ این کمپین ها به دنبال آن هستند که عادات مشتری ها را تغییر دهند ولی اگر این کار صرفا احساسی باشد و با استفاده از هیجانات عمومی تاثیراتش کوتاه مدت خواهد بود؛ بخشی از مردم اعتماد خواهند کرد و به مصرف کالاهای ایرانی تشویق خواهند شد ولی بعد که کیفیت محصولات به صورت کلی آن ها را جذب نکرد اعتمادشان را از دست خواهند داد و این می تواند تاثیرات بدی داشته باشد؛ حالا در این بین اگر کالاهای با کیفیت مورد حمایت قرار گیرند علاوه بر اینکه مردم به مصرف تشویق می شوند و بعد از مصرف اعتماد بیشتری پیدا می کنند بین تولیدکنندگان هم رقابت مثبتی برای ارتقای کیفیت کالاهای تولیدیشان شکل می گیرد.

❖ به نظر شما این کمپین ها چه بخشی از جامعه را می تواند تحت تاثیر خود قرار دهد؟

من فکر می کنم این کمپین ها بیشترین تاثیر را روی طبقه متوسط و دهک های میانی جامعه خواهد داشت و کمترین تاثیر را روی دهک ها بالا و افراد با درآمدهای بالا خواهد گذاشت؛ توجه داشته باشید که بخش مهمی از کالاهای تولیدات داخلی در کلاس B و C تولید می شوند و تنها بخش



**مردم اگر با صداقت رو به رو شوند
همراهی خواهند کرد ولی اگر خلاف
این باشد و تنها با شعار رو به رو
شوند زده خواهند شد**

◀ فکر می کنید در این بین انتظارات مردم به عنوان مصرف کنندگان چیست؟

ارائه خدمات مناسب و تولید کالاهای با کیفیت و حرکت به سمت استانداردهای جهانی و تولید محصولات درجه یک خواسته اصلی مردم است و البته در این راه باید با مردم صادق باشیم؛ اعتماد عمومی چیزی نیست که به یکباره به وجود بیاید و اگر شکسته شد و از بین رفت به راحتی ترمیم شود پس باید ارزش سرمایه های عمومی و اجتماعی را بدانیم؛ به جای شعار باید مصرف کنندگان را با واقعیت ها رو به رو کنیم؛ توجه داشته باشیم که مردم اگر با صداقت رو به رو شوند همراهی خواهند کرد ولی اگر خلاف این باشد و تنها با شعار رو به رو شوند زده خواهند شد.

ما باید در نظر بگیریم که در کشور کالاهای خوب ایرانی، متوسط و ضعیف وجود دارد؛ تولید کننده خوب، متوسط و ضعیف هست و نباید فضای شعاری را شکل بدهیم. به اعتقاد من که سال های بسیاری است در تولید هستیم باید رقابتی در کشور شکل بگیرد برای افزایش ارتقاء کیفیت محصولات و شکل گیری زنجیره های تولید و در این بین نه تنها بر مرغوبیت کالا و کیفیت تاکید شود بلکه بهینه کاوی، نوآوری، خلاقیت، مدیریت به روز و... هم مورد توجه قرار گیرند.

منبع: اتاق تهران

تولید محصولات با کیفیت ایرانی تشویق شوند. از طرف دیگر بازار رقابتی هم در داخل برای تولیدات بهتر به وجود بیاید.

◀ به نظر شما چه نهادهایی باید کالاهای با کیفیت و محصولات با کیفیت را به مردم معرفی کند؟ و نقش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی و تشکل های بخش خصوصی در این بین چیست؟

کار و نقش اصلی معرفی کالاهای با کیفیت و نمونه ایرانی با نهادهایی مانند اتاق های سراسر کشور و به صورت مشخص اتاق ایران و تشکل هاست، آن ها باید با توجه به رتبه بندی شرکت های موفق ایرانی و تولیداتشان کالاهای با کیفیت داخلی را توصیه و معرفی کنند و اجازه ندهند که از فرصت به وجود آمده خدای نکرده سوء استفاده شود. اتاق ها و تشکل ها نباید اجازه بدهند که به صورت عمومی حرف زده شود زیرا آن ها با واقعیت های تولیدات شرکت های مختلف آشنایی کامل دارند و حالا که فرصت مناسبی برای تشویق مردم به حمایت از کالاهای ایرانی به وجود آمده آن ها باید نقش پذیرند و کالاهای با کیفیت را معرفی کنند.

در کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران مورد تاکید قرار گرفت

چالش‌های صنایع احصا شود

فرشید شکر خدایی درباره چالش قیمت‌گذاری فلزات اساسی گفت: فولاد و زنجیره‌های پایین دستی آن همچنان نسبت به نحوه قیمت‌گذاری فلزات اساسی نقدهایی دارند. از این رو، برای نیمه نخست سال ۹۷ باید بررسی ارزش زنجیره فلزات اساسی را در دستور کار قرار دهیم.

این فعال اقتصادی در ادامه تصریح کرد: باید برای چالش‌های زنجیره پایین دستی فولاد نظر کارشناسان را در بُعد‌های مختلف جویا شویم. متأسفانه باید اشاره کرد که نظام اقتصادی ما از رگولاتوری بی‌بهره است. به گفته شکر خدایی؛ ساختارهای اقتصادی ایران نیازمند یک بخش رگولاتوری هستند که در این باره باید گام‌های مهم و اساسی برداشته شود.

از سوی دیگر، رییس کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران در محور نخست سخنان خود درباره رقابت‌پذیری صنایع گفت: رویکرد کمیسیون حل مساله چالش‌های پیشرو صاحبان صنایع نیست، رویکرد ماموریت‌محور است.

عدم رقابت‌پذیری صنایع کشور، را می‌توان به عنوان مهم‌ترین دغدغه فعالان اقتصادی نام برد، اما غفلت از این موضوع موجب شده، تا صنایع کوچک و متوسط در بازارهای جهانی، نتوانند حرفی برای گفتن داشته باشند. برخی کنشگران اقتصادی برای باورند، بی‌توجهی به رقابت‌پذیری صنایع جنگ اقتصادی را برای کشور به دنبال خواهد داشت.

از همین رو، اعضای کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران در نشست ماهانه خود، به «راهبرد ملی کیفیت و نقش آن در توسعه رقابت‌پذیری در کشور و بنگاه‌های اقتصادی» پرداختند. رییس کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران، تنها راه مبارزه با این جنگ اقتصادی را حرکت به سمت رقابت‌پذیری صنایع کوچک و متوسط عنوان می‌کنند، تا راه نفوذ در بازارهای جهانی تسهیل شود. این فعال اقتصادی همچنین بر این موضوع تاکید کرد که چالش‌های صنایع مختلف احصا شود.



نبود نظام رگولاتوری

در نشست کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران ضمن تاکید بر نقش راهبرد ملی کیفیت در توسعه رقابت‌پذیری در کشور و بنگاه‌های اقتصادی، چند محور دیگر از جمله «ضرورت بر اجرای برنامه‌های از پیش تعریف شده»، «ارائه راهکار برای خصوصی سازی» و «فسادزایی» را مورد بررسی قرار دادند.

در همین حال، رییس کارگروه رقابت کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران در نشست تخصصی این کارگروه، به ارائه برنامه‌های آتی این کمیسیون پرداخت.

است. مامی خواهیم نشان دهیم که چه زیرساخت‌هایی سبب شده تا صنایع کشور در زمینه رقابت‌پذیری فاصله بگیرند. هدف ما طرح دقیق موضوع است. حسن فروزان فرد افزود: در این بازه زمانی همه با هیجان مشکلاتشان را مطرح می‌کنند، اما همین افراد این پرسش را که چرا ما به اینجا رسیده‌ایم و ساختارها از چه اشکالات و ایراداتی برخوردار هستند، تا به سمت برطرف سازی ریشه‌یی آن قدم برداریم؟ را مطرح نمی‌کنند.

این فعال اقتصادی بر این باور است که چالش‌های صنایع مختلف احصا شود تا در سال جدید بتوان برای برطرف سازی این



افزود: در سال ۹۵ موضوع خصوصی سازی پیگیری و گزارشاتی در این باره به صاحب نظران و فعالان اقتصادی اعطا و راهکارهای مهمی تبیین شد. در ادامه راه گزارش را در مسیر تخصصی تر قرار خواهیم داد؛ بطوری که قرار است از تمام صاحب نظران در اتاق، مجلس شورای اسلامی و دولت دعوت به عمل آید تا در این فرایند ما را همراهی کنند.

او در بخش دیگری از سخنان خود گفت: به نظر می رسد چنین رویکردهایی در بخش های اجرای ارگان ها دنبال نشده و از این رو، پیگیری بی پرده خصوصی سازی می تواند کمک شایانی در این بخش داشته باشد.

به گفته اولیایی؛ طی دهه های اخیر، متأسفانه رویکرد کشور بیشتر رهاسازی بخش خصوصی بوده تا خصوصی سازی. او ادامه داد: در این چند سال اخیر کسی جهت خصوصی سازی گامی برنداشته همین موضوع باعث شده تا این موضوع با واقعیت و برنامه ها فاصله زیادی داشته باشد. بر همین اساس، قرار است در سال ۹۷ این برنامه را در دستور کار قرار دهیم؛ چراکه خصوصی سازی تقویت بخش خصوصی کشور را به دنبال خواهد داشت. این فعال بخش خصوصی درباره موضوع فساد نیز گفت:

چالش ها با سازمان های مختلف وارد گود مذاکره شده و آنها را از پیش رو برچید.

فروزان در بخش دیگری از سخنان خود درباره خصوصی سازی نیز گفت: یکی از برنامه های اتاق، برای سال آینده پیگیری موضوع خصوصی سازی است، که برای این موضوع اقدام هایی نیز انجام شده، اما رضایت بخش نبوده است. همچنین به گفته او، قرار است طرحی با عنوان «طرح ارتقا سلامت» در اتاق کلید بخورد. از سوی دیگر، سازکارهای طرح «پایش دولت» هم تعریف شده که امیدواریم به جمع بندی های خوبی در این زمینه دست یابیم.

معمای خصوصی سازی

رئیس کارگروه خصوصی سازی کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران هم سومین سخنران این گردهمایی بود. محمود اولیایی درباره برنامه سال آتی فعالان بخش خصوصی برای برطرف سازی موانع گفت: متأسفانه سال گذشته در حوزه خصوصی سازی اقدامی نشد، از این رو، قرار است نشست در این باره با کارشناسان حوزه های مختلف برگزار کنیم تا چالش های این مسیر نیز برچیده شود.

واکاوای قرار می‌دهیم. این در حالی است که گاهی، گزارش‌های نهادبین‌المللی در خصوص رتبه ایران در زمینه فساد را نیز قبول نداریم، یا به آنها توجه نمی‌کنیم. از سوی دیگر، انتقادی که به ساختار ما وارد می‌شود، اینکه برخورد قاطعانه‌ای با پدیده فساد در کشور صورت نمی‌گیرد.

رئیس کارگروه سلامت اداری کمیسیون رقابت، خصوصی‌سازی و سلامت اداری اتاق ایران تصریح کرد: برای مبارزه با فساد نکته‌یی که وجود دارد این است که فراتر از برخی گفتمان‌ها پیشنهاد جدی نیز ارائه ندادیم؛ چراکه می‌دانیم دوستان آمادگی پذیرش این نوع برنامه‌ها را ندارند. هرچند که فقدان‌های زیادی در مسیر مبارزه با فساد داریم، اما مبارزه با چنین پدیده‌ای، یک عزم ملی می‌طلبد. به گفته عابدی جعفری؛ دولت به تنهایی نمی‌تواند در مسیر مبارزه با فساد گام جدی بردارد، بلکه در چنین شرایطی، باید اقدامات مقابله‌گرایانه‌یی از سوی حاکمیت نیز در دستور کار قرار گیرد.

تاثیر فساد و کاهش بهره‌وری

از آنسو، رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران که میهمان این نشست بود درباره راهبردهای ملی کیفیت سخن گفت. فرزین انتصاریان با اشاره به تعریف اقتصاد گفت: اقتصاد در تعریف لغوی به معنای ارتباط تولید، تجارت و پول است. این سه بخش لایه‌های از بالا به پایین یعنی از حاکمیت به سمت جامعه را در برمی‌گیرد. در مقابل دو ارگان متفاوت نیز عهده‌دار اقتصاد کشور هستند. نخست ارگان‌هایی چون بخش خصوصی یا همان اتاق‌ها را شامل می‌شود و دوم بانک‌ها و بیمه‌ها.

او با اشاره به موضوع نفوذ فساد در لایه‌های درونی اقتصاد اظهار کرد: آنچه که منجر به توقف فعالیت‌های اقتصادی در جامعه می‌شود، بی‌حرکی است که این مقوله نیز فساد را در بخش‌های مختلف به همراه دارد. به گفته انتصاریان، متأسفانه موضوع کیفیت و بهره‌وری در برنامه‌های توسعه‌یی شفاف نیست و باید در خصوص، بطور واضح سخن نشست و تعیین تکلیف کرد.

او در بخش دیگری از سخنان خود درباره بهره‌وری نیروی انسانی اظهار کرد که افراد مختلف از ۶ تا ۳۰ سالگی در اختیار این نظام هستند که خروجی آن بتواند به صنعت کشور، ادارات دولتی و... کمک کند. هزینه کاهش قابلیت‌ها، افزایش مشکلات در همه ارگان‌های کشور است و زمانی که در این بخش ضعف داشته باشیم تاثیر آن را در همه بخش‌های دیگر می‌توان دید. انتصاریان با بیان اینکه نظام آموزشی مشتری خود را نمی‌شناسد، گفت: نظام آموزشی در کشورهای پیشرفته متمرکز بر بازار کار است و از همان سنین کم افراد را در اختیار بازار کار قرار می‌دهند، اما در کشور ما بسیاری از افراد پس از فارغ‌التحصیلی کار بلد نیستند و همین موضوع سبب می‌شود که نظام آموزشی را بی‌کیفیت‌ترین بخش کشور بدانیم و در نتیجه شاهد کاهش بهره‌وری در نیروی کار باشیم. منبع: روزنامه تعادل

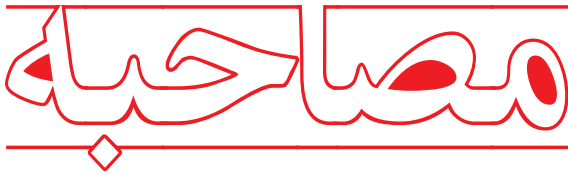


متأسفانه در کشورمان موضوعی همچون فساد ۱۰ قدم از ما جلوتر است. بنابراین باید الگوهای را فراهم کنیم که بحث مبارزه با فساد جدی‌تر از گذشته دنبال شود. به واقع مطالبه بخش خصوصی این است که حاکمیت مبارزه با فساد را در اولویت امور قرار دهد. اولیایی با اشاره به مراحل مبارزه با فساد اظهار کرد: مبارزه با فساد سه مرحله دارد؛ ابتدا ارائه برنامه در زمینه پیش بینی از فساد، در مرحله بعد، اقداماتی را جهت پایش آن صورت خواهد گرفت و در گام سوم، با وقوع فساد برخورد خواهیم کرد.

فقدان شاخص سنجش فساد

رئیس کارگروه سلامت اداری کمیسیون رقابت، خصوصی‌سازی و سلامت اداری اتاق ایران نیز درباره اقدام‌های دولت و بخش خصوصی جهت مبارزه با فساد گفت: خوشبختانه اقداماتی برای مبارزه با فساد در ارگان‌های همچون بانک‌ها در حال رخ دادن است و این موضوع بخش به بخش در حال انجام است. او تاکید کرد که هدف از اینکار بررسی خلاهای موجود عنوان کرد.

حسن عابدی جعفری با اشاره به شاخص سنجش فساد افزود: متأسفانه شاخصی برای اندازه‌گیری فساد وجود ندارد. از این رو، فساد در ایران را بر اساس شاخص‌های بین‌المللی مورد



«راضیه زمانی دهکردی»

انجمن مدیریت کیفیت ایران

به دنبال توسعه مدیریت کیفیت در صنعت و خدمات است

کارگروه‌های انجمن بر اساس موضوعات مختلف، طیف اعضای شرکتی و نیازها شکل میگیرند اما برخی از کارگروهها نظیر توسعه سیستم‌های مدیریت کیفیت، صنایع خودروسازی و صنایع غذایی، مدیریت دانش، مدیریت کسب و کار به دلیل فعالیت زیاد به صورت کارگروه دائمی درآمده‌اند. هدف اصلی این انجمن توسعه مدیریت کیفیت در کشور، توسعه از طریق شناسایی شرکت‌های حرفه‌ای در زمینه مدیریت کیفیت و کمک به سازمانها و شرکتها در زمینه درک مفاهیم مدیریت کیفیت است.

«حق عضویت اعضای انجمن مدیریت چه میزان است؟»

انجمن یک ورودی چهار تا هفت میلیون ریالی و یک حق عضویت سه تا ۱۰ میلیون ریالی دارد که این تعرفه با توجه به تعداد اعضای شرکت تعیین میشود و از طرف هر شرکت یک نفر به عنوان نماینده مدیریت کیفیت در جلسات و کارگروه‌های انجمن شرکت میکند. اعضای ویژه نظیر اساتید دانشگاه عضو افتخاری انجمن هستند و از آنها حق عضویت گرفته نمیشود.

«این انجمن با کدام یک از انجمن‌های مدیریت کیفیت در دنیا در ارتباط است؟»

انجمن‌های مدیریت کیفیت در یک صد کشور نظیر ایران، آمریکا، آلمان و انگلستان به صورت یک شبکه با هم در ارتباط هستند و در راستای ارتقاء مدیریت کیفیت خدمات و تولیدات میکوشند. انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز با انجمن‌های مدیریت کیفیت کشورهای مختلف از جمله ترکیه، انگلستان، پاکستان، امارات و قطر ارتباطات تنگاتنگ دارد و تاکنون نشست‌ها و جلسات مختلفی را با این کشورها در راستای توسعه مدیریت کیفیت برگزار کرده است.

انجمن مدیریت کیفیت ایران تشکلی حرفه‌ای و غیرانتفاعی است که برای نهادینه کردن فرهنگ مدیریت کیفیت در صنعت و خدمات تلاش میکند. این انجمن در سال ۷۶ با هدف ارتقاء و گسترش دانش و فرهنگ مدیریت کیفیت در اتاق بازرگانی، صنایع و معادن ایران به ثبت قانونی رسید. انجمن مدیریت کیفیت به عنوان یک نهاد غیردولتی متشکل از سازمانها و افراد در تلاش است ضمن ارتقاء جایگاه کیفیت، مفاهیم و ابزارهای آن را برای زندگی بهتر توسعه بخشد. برای تبیین جایگاه انجمن مدیریت کیفیت و نقش این نهاد در ارتقاء مدیریت کیفیت در کشور با فرشید شکر خدایی نایب رییس این انجمن قرار گرفته که همکاری خود را همزمان با بحث جایزه ملی کیفیت در سال ۸۲ با این مجموعه آغاز کرده است به گفتگو نشستیم:

«انجمن مدیریت کیفیت ایران دارای چه تعداد عضو و کارگروه است و چه اهدافی را دنبال میکند؟»

انجمن مدیریت کیفیت ایران ۲۰ سال قبل یعنی در سال ۷۶ به بهانه ایزو ۹۰۰۱ تاسیس شد و اکنون دارای ۴۰۰ عضو است و اعضای آن را شرکتها تشکیل میدهند ۹۰ درصد این شرکتها دارای سیستم مدیریت کیفیت مطلوب هستند. اعضای حقوقی انجمن متشکل از شرکتها و حدود هزار نفر شخص حقیقی شامل متخصصان کیفیت، استادان، متخصصان سیستم‌های مدیریت کیفیت و کارشناسان شرکتها در بخش مدیریت کیفیت و استاندارد است. جامعه هزار نفری متخصصان مدیریت کیفیت و استاندارد پشتوانه علمی و عملیاتی این انجمن هستند.

پشتوانه علمی و عملیاتی این انجمن هستند

استاندارد در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، مجری برگزاری جایزه ملی کیفیت صنعت خودرو و جایزه ملی کیفیت در بخش کشاورزی، آماده‌سازی طرح اعتبارسنجی، برگزاری چندین سمینار، کنفرانس و گردهمایی در توسعه مباحث مدیریت کیفیت، انتشار چندین جلد کتاب و تنظیم مستمر خبرنامه داخلی انجمن جهت آرایه به اعضا، حضور فعال و آرایه مقاله در بسیاری کنفرانس‌ها و مجامع ملی و شرکت در جلسات رسمی تصمیم‌گیری کشوری در زمینه‌های مدیریت و کیفیت و آرایه نظرات و رهنمودها در راستای سیاست‌گذاری‌ها از دیگر اقدامهای انجمن مدیریت کیفیت ایران به شمار می‌آید.

◀ برگزاری کنفرانس‌ها تا چه حد در ارتقاء سطح علمی اصناف و رفع چالشهای موجود در مبحث مدیریت کیفیت موثر است؟

انجمن مدیریت کیفیت ایران هر دو سال یکبار با برگزاری کنفرانسهای علمی و دعوت از متخصصان درجه یک دنیا در زمینه مدیریت کیفیت میکوشد علاقمندان به حوزه مدیریت کیفیت را با جدیدترین دستاوردهای علمی دنیا آشنا کند و دانش و اطلاعات اعضای خود و فعالان اصناف را ارتقاء دهد. در همین راستا سال گذشته پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت کیفیت را با موضوع "راهبرد ملی کیفیت" و با حضور پنج نفر از متخصصان بین‌المللی مطرح دنیا که متن استاندارد را نوشته بودند برگزار نمودیم و در آن کنفرانس از اساتید خارجی خواسته شد به تشریح متن استاندارد برای مدیران کیفیت ایران بپردازند. پس از آن نیز اعضای کارگروههای تخصصی انجمن تلاش کردند مشکلات مدیریت کیفیت در بخشهای مختلف را برای یافتن راهبرد مناسب در پنل های تخصصی مطرح کنند.



◀ انجمن مدیریت کیفیت ایران برای رفع موانع پیش روی اصناف چه اقداماتی انجام میدهد؟

پس از آنکه طرح راهبرد ملی کیفیت برای برون رفت از چالشهای پیش رو و ارتقاء کیفیت توسط انجمنهای صنفی تدوین و در اختیار انجمن قرار گرفت انجمن مدیریت کیفیت ایران پس از ارسال طرح به سازمان ملی استاندارد پیگیریهای لازم برای کسب تاییدیه طرح مورد نظر و اخذ مجوزهای لازم را انجام می‌دهد.

◀ کیفیت و مدیریت کیفیت از لحاظ معنی و مفهوم با هم چه تفاوتی دارند؟

رضایت تمامی زنجیره عرضه یا استفاده‌کننده از محصول را کیفیت میگویند. در صورتی که به عواملی که باعث ایجاد کیفیت میشود مدیریت کیفیت میگویند یا به بیان دیگر ساز و کاری که بنگاه‌ها باید برای حصول رضایت مردم رعایت کنند را مدیریت کیفیت می‌نامند.

◀ سیستم مدیریت کیفیت در ایران و دنیا به چه شکل است؟

سیستمهای مدیریت کیفیت در دنیا بینالمللی و دارای سیستمهای متنوعی هستند که جوایز کیفیت در دنیا بر مبنای آن شکل گرفته است. سیستمهای مدیریت کیفیت هر پنج سال یکبار توسط افراد متخصص که عمدتاً متخصصان سیستمهای مدیریت کیفیت هستند، بازنگری می‌شود. این مبحث ۲۵ سال قبل با ورود ایزو ۹۰۰۱ در کشور مطرح شد و با تاسیس انجمن مدیریت کیفیت ایران از ۲۰ سال گذشته تاکنون مباحث مدیریت کیفیت توسط متخصصان و کارشناسان آن دنبال میشود. اگر بخواهیم سیر تاریخی مباحث کیفیت و استاندارد را بررسی کنیم درمی‌یابیم که مباحث کیفیت و استاندارد دارای قدمتی ۱۰ هزار ساله و موضوع مدیریت کیفیت دارای ۶۰ تا ۷۰ سال قدمت است اما علم سیستمهای مدیریت کیفیت با حدود ۱۵ سال سابقه یک علم نو به شمار می‌رود.

◀ تاکنون این انجمن برای ارتقاء مدیریت کیفیت چه اقداماتی انجام داده است؟

یکی از مهمترین اقدامهای این انجمن تعیین و ثبت تاریخ ۱۸ آبان بعنوان «روز ملی کیفیت» در تقویم رسمی کشور می‌باشد و همچنین «طراحی مدل نوین جایزه ملی کیفیت ایران» که در سال ۸۲ به تصویب رسیده یکی دیگر از اقدامهای مهم این انجمن است که سازمان ملی استاندارد ایران بعنوان متولی این جایزه و انجمن مدیریت کیفیت ایران مجری برگزاری مراسم می‌باشد و تاکنون ۱۴ دوره از آن را برگزار کرده است. این جایزه بزرگترین ارزیابی ملی کیفیت ایران است که تندیس طلایی آن توسط شخص رئیس جمهوری به شرکت منتخب و حائز شرایط اهدا میشود و تاکنون هیچ شرکت ایرانی موفق به کسب آن نشده است. مشارکت در طرح‌های ملی نظیر طرح مدیریت اخلاق کسب و کار، طرح ساماندهی تشکلهای اقتصادی و طرح نهضت ملی کیفیت، مشارکت در پروژه بازنگری قانون و ساختار مؤسسه



آن چیزی که ما را در زندگی خرسند می کند کیفیت است و مفهوم توسعه نیز در قرن بیست و یکم کیفیت در نظر گرفته شده است. مهمترین مشکل کشور در زمینه توسعه، نوشتن برنامه توسعه توسط اقتصاددانان و توجه نکردن آنها به کیفیت است

انجمن مدیریت کیفیت ایران تربیون مدافعان مدیریت کیفیت در کشور است. اصناف، ارگانها و نهادهای دولتی و خصوصی با عضویت در انجمن به دنبال دستیابی به سیستمی هستند که منجر به رضایتمندی مشتری شود. آنها یا خود دارای این سیستم هستند و از ما میخواهند نقاط قوت و ضعف آنها را ارزیاب کنیم یا از انجمن میخواهند به آنها در دستیابی به



سیستم مدیریت کیفیت شناسایی شده که در زمینه صدور گواهی فعالیت می‌کردند و گواهی آنان مورد تایید سازمان ملی استاندارد، نیست.

ما در انجمن مدیریت کیفیت همچون شمشیر دو لبه هستیم و علاوه بر اعضای انجمن، مردم نیز از ما انتظار دارند مدافع حقوق آنها باشیم. تاکنون تلاش کرده‌ایم نظر مردم را نسبت به کیفیت جلب کنیم و نقش خود را در این خصوص از دست ندهیم. رویکرد انجمن، ارتقاء کیفیت است و ما برخی اوقات بر علیه اعضای خود حرف می‌زنیم به دلیل اینکه خود را مدافع مدیریت کیفیت معرفی می‌کنیم نه اعضا و تفاوت ما با انجمن صنفی در همین موضوع است. آن چیزی که ما را در زندگی خرسند می‌کند کیفیت است و مفهوم توسعه نیز در قرن بیست و یکم کیفیت در نظر گرفته شده است. مهمترین مشکل کشور در زمینه توسعه، نوشتن برنامه توسعه توسط اقتصاددانان و توجه نکردن آنها به کیفیت است در صورتی که توسعه در گروه ارتقاء کیفیت است. ۱۰ سال است که اعضای انجمن در جلسه‌هایی که با دولتمردان دارند از آنها می‌خواهند که از نقطه نظر ات متخصصان کیفیت در نوشتن برنامه توسعه

مدیریت کیفیت مبنا و پایه توسعه

◀ آقای شیروانی شما به عنوان دبیر انجمن مدیریت کیفیت ایران بفرمائید ما در مقایسه با دیگر کشورهای دنیا در بحث کیفیت چه جایگاهی داریم؟

کشورهای توسعه یافته دنیا الان در بحث کیفیت بسیار پیشرفته هستند. چرا که مدیریت کیفیت مبنا و پایه توسعه است، ما در ایران به لحاظ توانمندی فردی کمبود نداریم و افراد متخصصی در هر زمینه در حال فعالیت هستند، اما بعلت هایی همچون نداشتن استراتژی، نداشتن زیرساخت ها سطح ما از حد انتظار مان پایین تر است.

یکی از مسائل دیگر حرفه ای گری است. یک فرد حرفه ای باید بسیار متعهد باشد و در امور محوله مسئولیت پذیری هر فرد بسیار مهم است، به عنوان مثال در کانادا یک تعمیرکار و متخصص برق خانگی بیمه نامه ای دارد که مدرک فنی اوست و اگر در پروژه ای اشتباه و خسارتی به مشتری وارد شود، شرکت بیمه خسارت مشتری را از جانب تعمیرکار می دهد. آنجا کسی که بیمه دارد متخصص است و قابل اعتماد، نکته قابل تامل دیگر تفکیک امور و اقدامات است. هر کس به تخصص خود متعهد و پاسخگو است و در امور دیگر دخالت

در ایران در نظام کیفیت گاهی یک کارخانه و آزمایشگاه را در اختیار افراد کم توان و نامطمئن میگذارند، کیفیت ارکان و لایه هایی دارد که باید آنها رعایت شود



◀ چه اقداماتی باید انجام میدادیم یا انجام بدهیم تا بتوانیم خود را بروز کنیم؟

کشورهای پیشرفته جهان مثل کانادا و یا آلمان به موضوع کیفیت، حرفه ای نگاه میکنند. برنامه ریزی زیادی داشته اند، استراتژی ها را از پیش تعیین کرده اند و سالها وقت صرف کردند. ما باید با آنها مذاکره کنیم و اصول را یاد بگیریم و اقداماتی که منجر به توسعه کیفیت می شود را بیاموزیم و آموزش دهیم.

البته انجمن اقداماتی در زمینه برگزاری کنفرانس بین المللی، مشاوره، آموزش، بازدید و... در ارتباط با اعضای انجمن داشته است و خواهیم داشت. اما باید اقدامات گسترده تری در سطح بین المللی داشته باشیم.

◀ دیدگاه شما در راستای ارتقای کیفیت فردی در کشورمان چیست؟

نمیکند. حال اینکه ما می بینیم در ایران در نظام کیفیت گاهی یک کارخانه و آزمایشگاه را در اختیار افراد کم توان و نامطمئن میگذارند، کیفیت ارکان و لایه هایی دارد که باید آنها رعایت شود.

◀ شما در انجمن مدیریت کیفیت ایران ارکان مدیریتی در کیفیت را چه میدانید؟

برای پاسخ این سوال در ابتدا باید بگویم وظیفه اصلی انجمن مدیریت کیفیت، اصلاح کیفیت و نقد بی برنامه گی و نبود کیفیت است، در بحث مدیریتی هر عضو در هیئت مدیره، اعضای حقوقی و حقیقی انجمن باید اصول کیفیت را بشناسند و مباحث تضمین کیفیت را بدانند و از برنامه های انجمن در حال حاضر و آینده آگاه باشند. برای اعضا صرفا دارا بودن گواهینامه کیفیت کافی نیست. با

خوبی انجام شده است. اما پیش نیاز ما این است که در جامعه ما همه افراد باید به اهمیت کیفیت و جای خالی آن در همه ابعاد پی ببرند و احساس نیاز کنند در همه مشاغل و تخصص ها، مثلاً اگر برقکار و جوشکار ما دارای تخصص نباشد و جامعه نیز این نیاز به کیفیت را نشانسد ما ارتقا پیدا نمیکنیم. باز هم تاکید میکنم ما در حوزه فردی افراد متخصص و توانمند نسبت به دیگر کشورها کمبود نداریم، اما بدون داشتن استراتژی و حرکت همه فعالان در این چارچوب به موفقیت نمیرسیم.

باید بدانیم سیستم و استراتژی وابسته به فرد و یک شخص نیست. بلکه همه افراد باید در راستای سیستم حرکت کنند. عوض شدن یک شخص، مسئول یا حتی یک مدیر کیفی شرکت نباید باعث تغییر ماهیت استراتژی شود.

وجود اینکه شرکت ها از حضور در برنامه ها و کارگروه های کیفیت استقبال میکنند، نیازمند ارتباط بیشتر و تنگاتنگ هستیم.

ما برای بالا بردن ظرفیت کیفیت باید به موانع و مسائل پیش روی باکیفیت شدن بیاندیشیم، اما نباید تمام وقتمان را صرف برطرف کردن ایراد های گذشته کنیم. نیز باید طرح مسئله کنیم و فعالان را با موضوعات تخصصی کیفیت آگاه کنیم.

با توجه به اهمیت منابع انسانی چطور میشود در بحث نیروی انسانی کیفیت را بالا برد؟

ما باید ابتدا مفهوم شایسته سالاری را بدانیم و با معنی این واژه در جهان به نقطه مشترکی برسیم، آیا فرد شایسته فردی است که به خوبی اهداف سازمان را میداند و تخصص دارد؟ این ها کافی نیست. فرد شایسته سیستم را میشناسد و سازمان را به سمت هدف سوق میدهد.



اقدامات جاری که در انجمن انجام میشود چیست؟

ما در جایزه ملی کیفیت قدم هایی مهمی را برداشته ایم و موفق بوده ایم. انتظار ما همراهی بیشتر سازمان ملی استاندارد است. امسال پانزدهمین دوره مراسم جایزه ملی کیفیت به خاطر تقارن با عزاداری محرم در ۲۲ آبان برگزار میشود. در این خصوص ارزیابی های جایزه ملی کیفیت ایران طی بازه زمانی مشخص شده انجام و تا ۳۰ مهر به پایان خواهد رسید.

به اعتقاد ما کیفیت عامل اصلی پیشرفت در کشور ما خواهد بود و با همکاری و اتحاد همه افراد می توانیم به اهداف عالی خود برسیم.

متولی کیفیت در ایران کیست؟

ما در انجمن مدیریت کیفیت به عنوان بالاترین سطح در این تخصص با توجه به دانش محدود داخلی و با امید به بسیج همگانی و همچنین در نظر گرفتن سطوح بین المللی امور را پیش می بریم. ما بر این باوریم که سازمان ملی استاندارد در راستای رسالتش حرکت میکند، اما این مسیر رسیدن به کیفیت نیست. بلکه ما نیاز به همکاری و عزم جدی همه مسئولان، تصمیم گیران و فعالان کشورمان داریم.

ما به عنوان یک انجمن مسئول در حوزه مدیریت کیفیت جلساتی را با مدیران و معاونین محترم سازمان ملی استاندارد و وزارت صنعت، معدن و تجارت داشته ایم، ارتباط انجمن با اتاق بازرگانی ایران و تهران نیز مثبت بوده و برنامه ریزی



بررسی چالش‌های خودروسازی

دنیای اقتصاد

است، به‌طوری‌که برخی از خودروسازان ما هم اکنون مونتاژکننده بسیاری از محصولات چینی، کره‌ای یا فرانسوی شده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد که خودروساز شدن به معنای آنچه در کشور کره اتفاق افتاد الزاماتی دارد که متأسفانه دولت‌ها قادر به پذیرش ریسک آن نیستند. یکی از این الزامات تحقق خصوصی سازی به معنای واقعی در شرکت‌های خودروساز است که دولت‌ها خیلی به این امر تمکین نمی‌کنند و علاقه‌مند به سیاست‌گذاری در صنعت یادشده هستند. اما چالش دیگری که دولت‌ها در صنعت خودرو با آن مواجه هستند تولید محصولات عمدتاً قدیمی است که از کیفیت جهانی نیز برخوردار نیستند، همین مساله منجر به آن شده که تولیدات داخلی تنها مصرف داخلی داشته باشند و صادرات محور نباشند. در این مورد دولت‌ها به دلیل کمبود منابع مالی واحدهای تولیدکننده خودرو، تلاشی برای خروج این خودروها از خطوط تولید خودروسازها نمی‌کنند چرا که نگران تبعات حذف آنها هستند.

اما کیفیت محصولات داخلی همیشه جزو انتقادات مصرف‌کنندگان بوده حال آنکه به دلیل انحصار صنعت خودرو، مشتریان در ایران چاره‌ای جز پذیرش آن ندارند، بنابراین چالش کیفیت همراه دولت بعدی نیز خواهد بود. از سویی حمایت دولت از خودروسازان چه در قالب حمایت‌های تعرفه‌ای یا ارائه تسهیلات به مشتریان برای خرید محصولات داخلی مشکلاتی را برای دولت‌ها ایجاد کرده و مانع از توسعه این صنعت و تولید

در حالی صنعت خودرو توانست در چهار سال دولت یازدهم به واسطه استفاده از ظرفیت‌های برجام، مشارکت با خودروسازان خارجی را کلید بزند و خودروسازی کشور را در جاده توسعه قرار دهد که بررسی تحولات آینده صنعت خودرو نشان می‌دهد، دولت آینده با چالش‌های دیگری در تحقق مسیر توسعه مواجه است.

هر چند به واسطه توافق هسته‌ای و لغو تحریم‌ها بزرگ‌ترین مانع توسعه صنعت خودرو در کشور هموار شد اما به نظر می‌رسد که برخی از چالش‌های این صنعت، ریشه‌ای و همراه تمامی دولت‌ها بوده و چاره‌ای نیز برای آنها اندیشیده نشده است. به گفته برخی از کارشناسان صنعت خودرو ایران از ابتدا بر پایه خودروساز شدن بنا نشده بود بلکه هدف صرفاً مونتاژ بوده است، این در شرایطی است که حرکت به سمت خودروساز شدن یا تولید خودروهای رقابت‌پذیر در عرصه جهانی از جمله آمال و آرزوهای دست‌اندرکاران یا مسوولان صنعتی در هر دوره‌ای از دولت بوده است. اما این آرزو همیشه در همین حد باقی مانده چرا که رسیدن به این آرزو هیچ‌گاه با عملکرد سیاست‌گذاران این صنعت همخوانی نداشته است. نتیجه عملکردها نیز مشخص

منظور از خصوصی سازی واقعی این است که سهام دو خودروساز بزرگ واقعا در اختیار بخش خصوصی قرار بگیرد و مدیر و هیات مدیره بر اساس مجامع سهامداران انتخاب شوند. بنابراین واگذاری کامل صنعت خودرو به معنی واگذاری مالکیت، مدیریت و سرمایه گذاری است. چرا که خصوصی سازی واقعی منجر به اصلاح ساختار مدیریتی و مالی خودروسازان می شود، اما تا زمانی که این حالت نیمه دولتی در خودروسازی وجود دارد نمی توان امیدی به حل مشکلات خودروسازان داشت، مشکلاتی که با گذشت زمان هر روز بر پیچیدگی آنها اضافه می شود. این موضوع در شرایطی است که بسیاری از کارشناسان حمایت بیش از حد دولت از صنعت خودرو را به دلیل سهامداری در مالکیت و مدیریت دولت عنوان می کنند. بنابراین چالش دولت بعدی با خصوصی سازی صنعت خودرو همچنان برقرار خواهد بود. چالش مشکلات ساختاری و مدیریتی

در ایران با توجه به اینکه صنعت خودرو تحت حمایت و سرپرستی دولت اداره می شوند بنابراین برداشت ها و هزینه های جانبی که جزو هزینه تولید خودرو نیست نیز به خودروساز تحمیل می شود. در این بین خودروساز ناگزیر است این هزینه ها را در قیمت تمام شده خودرو به مشتری تحمیل کند که در نهایت موجب تولید محصولاتی با قیمت تمام شده بالاتر و کیفیت پایین تر می شود. رقابتی نبودن، دارا نبودن تکنولوژی مدرن، پایین بودن تکنولوژی شرکت های تولیدکننده قطعات، و انتصاب مدیران با تخصص کم، همه مواردی هستند که در بالا بودن قیمت تمام شده خودرو تاثیرگذار هستند. در این بین نبود تفکر استراتژیک و عدم ثبات مدیریتی نیز به دلیل دولتی بودن این شرکت ها موجب می شود که تصمیمات لحظه ای متاثر از تغییر دولت ها صورت بگیرد و در این میان برنامه ریزی بلندمدت براساس یک استراتژی مشخص شکل نگیرد. براین اساس یکی از چالش های اساسی دولت بعدی حل مشکل ساختاری و مدیریتی صنعت خودرو است که یکی از موضوعات اساسی آن حذف هزینه های زائد تولید و مدیریت های سیاسی و غیرتخصصی است که لطمات بسیاری را طی سال های گذشته به این صنعت وارد کرده است.

چالش صنعت قطعه کشور

در خودروسازی، نقش قطعه سازان نقشی بی بدیل است، اما این بخش از صنعت خودرو با مشکلات زیادی درگیر است که مهم ترین آنها مسائل مالی است. برای نمونه بالا بودن سود بانکی و از طرفی مراحل سخت و طولانی پروسه دریافت وام، بوروکراسی زائد اداری، همگی باعث شده اند که واحدهای تولیدی کوچک و متوسط در سرمایه گذاری، تامین مواد اولیه مناسب، پرداخت حقوق و دستمزد و... دارای مشکل باشند و در نتیجه دستیابی به کیفیت بهتر و هزینه پایین تر امکان پذیر نباشد.

محصولات رقابت پذیر شده است بنابراین باید در دولت بعدی مرز این حمایت ها مشخص شده تا به مانعی برای پیشرفت صنعت خودرو تبدیل نشود. اما تداوم سرمایه گذاری خارجی در بخش خودرو که با روی کار آمدن دولت یازدهم کلید خورد نیز از جمله چالش های دولت بعدی است چرا که مشخص نیست این سرمایه گذاری همچنان ادامه دار باشد.

بررسی صنعت خودرو طی سال های گذشته نشان می دهد که تولیدکنندگان خودرو به دلیل اعمال تحریم ها و تشدید آنها در سال ۱۳۹۱ با چالش های جدی مواجه بود که یکی از عمده ترین چالش ها، خروج شرکت های خودروساز خارجی از کشور و آسیب دیدن خطوط تولید به دلیل نبود قطعات مورد نیاز بود. با وجود این دولت یازدهم توانست از طریق جایگزین کردن منابع جدید بار دیگر خطوط تولید شرکت های خودروساز را راه اندازی کند؛ به طوری که همین موضوع موجب شد تولید خودرو در سال ۱۳۹۳ بار رشد ۵۰ درصد مواجه شود. در این بین حضور شرکت های خارجی نیز بسیار تاثیرگذار بود. بدین ترتیب در حالی دولت یازدهم گام های موثری در توسعه صنعت خودرو برداشت که برخی از چالش های این صنعت همچنان با دولت دوازدهم همراه خواهد بود. چالش هایی که باید به طور ریشه ای حل شود تا بتواند مسیر توسعه این صنعت را هموار کند.

چالش دولتی بودن

یکی از سوالاتی که همواره ذهن بسیاری را به خود درگیر کرده این است که در نهایت صنعت خودرو خصوصی است یا دولتی؛ در حالی این سوال مطرح است که بیش از ۵۰ درصد سهم دولتی ها در صنعت خودرو به بخش های غیردولتی، واگذار شده است. در ظاهر دولت در واگذاری سهم خود در صنعت خودرو به بخش های غیردولتی موفق بوده است اما در عمل صنعت خودرو به یک بنگاه اقتصادی نیمه خصوصی با مدیریت و بدنه ای دولتی تبدیل شده است. بر همین اساس خصوصی سازی کامل و واقعی یکی از اهداف بزرگی است که این روزها به یکی از چالش های اساسی صنعت خودرو تبدیل شده است.

بنابراین آنگونه که گفته شد یکی از چالش های اساسی دولت بعدی در صنعت خودرو واگذاری شرکت های خودروساز به بخش خصوصی واقعی است. براساس اصل ۴۴ قانون اساسی شرکت های اصلی خودروسازی یعنی ایران خودرو و سایپا جزو شرکت های مشمول واگذاری و در گروه یک ماده ۲ قانون اجرای سیاست های کلی اصل چهارم قرار داشتند. با وجود این براساس بند ۱ مصوبه هیات وزیران در تاریخ ۷ دی ماه ۱۳۹۰ این شرکت ها به گروه دو ماده ۲ منتقل شدند تا از این طریق حداقل ۲۰ درصد سهام این شرکت ها در اختیار دولت باقی بماند. حال در شرایطی که نزدیک به ۵ سال از مصوبه مذکور می گذرد اما کارشناسان تاکید دارند که این مصوبه باید اصلاح و به حالت اول برگردد تا حرکت به سمت خصوصی سازی واقعی در صنعت خودرو شکل بگیرد.



در شرایط کنونی به نظر می‌رسد یکی از چالش‌های دولت بعدی سیاست‌های تعرفه‌ای باشد. هر چند حمایت‌های تعرفه‌ای از بدو تاسیس شامل حال خودروسازی ایران بوده است و به دلیل وابستگی شدید خودروسازی ایران به حمایت‌های دولتی، بدیهی است که حذف ناگهانی تعرفه‌ها به یکباره می‌تواند وضعیت تولید در صنعت خودرو را با اخلال مواجه کند

بر همین اساس بسیاری از کارشناسان نیز با اشاره به مشکلات صنعت قطعه تاکید دارند که این صنعت باید سیاست تجمیع را در خود تقویت کند. از این رو مشخص است یکی از چالش‌های پیش روی دولت بعدی در صنعت خودرو به کارگیری سیاست‌های تقویت و ارتقای صنعت قطعه‌سازی و تجمیع آنها در سطح مقیاس‌های جهانی است تا از این طریق بتواند قوانین لازم برای تضمین سرمایه‌گذاری خارجی در قطعه‌سازی را وضع کند. هر چند به نظر می‌رسد تغییر رویکرد به توسعه قطعه‌سازی از طریق جذب و گسترش همکاری‌های خارجی همانند تجربه کشورهای هند و چین امر دشواری باشد اما دولت آینده می‌تواند از طریق تجمیع و جذب سرمایه خارجی مشکلات این بخش را مرتفع کند.

کاهش پلکانی تعرفه‌ها

یکی از مشکلات اساسی که روند توسعه صنعت خودرو را مختل کرده، حمایت‌های تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای دولت از این صنعت بوده است.

حمایت‌های بی حدی که موجب شد صنعت خودرو کشور همچون کودک نابالغی نتواند این روزها روی پاهای خود بایستد. در شرایطی که بنا به قانون مصوب دولت، از سال ۱۳۹۰ باید سالانه ۵ درصد از تعرفه واردات خودرو کاهش

پیدا می‌کرد تا خودروسازان به مرور بتوانند در بازاری رقابتی قرار بگیرند اما نه تنها این قانون اجرایی نشد بلکه موانع غیرتعرفه‌ای بسیاری بر واردات خودرو اعمال شد تا خودروسازان داخلی با خیال راحت تر به فعالیت در بازار بپردازند. موضوعی که بر انحصار شرکت‌های خودروساز در بازار افزود. بنابراین در شرایط کنونی به نظر می‌رسد یکی از چالش‌های دولت بعدی سیاست‌های تعرفه‌ای باشد. هر چند حمایت‌های تعرفه‌ای از بدو تاسیس شامل حال خودروسازی ایران بوده است و به دلیل وابستگی شدید خودروسازی ایران به حمایت‌های دولتی، بدیهی است که حذف ناگهانی تعرفه‌ها به یکباره می‌تواند وضعیت تولید در صنعت خودرو را با اختلال مواجه کند اما کارشناسان تاکید دارند که حذف تدریجی حمایت‌ها موجب می‌شود که صنعت خودرو بتواند بر توانمندی‌های خود بیفزاید.

تداوم سیاست جذب سرمایه خارجی

همانطور که گفته شد یکی از چالش‌های اساسی صنعت خودرو در ایران جذب سرمایه خارجی بوده است؛ تابویی که دولت یازدهم به واسطه توافق هسته‌ای توانست آن را بشکند. حال در شرایطی که خودروسازان داخلی در مسیر توسعه از طریق جلب مشارکت‌های خارجی قرار گرفته‌اند اما به باور کارشناسان و حتی تاکید پژوهش‌های دانشگاهی یکی از چالش‌های دولت بعدی تداوم سیاست دولت کنونی در جذب سرمایه خارجی است. چرا که دولت یازدهم بعد از برجام و طی فرصت باقی مانده‌اش توانست نزدیک به ۵ قرارداد و تفاهم‌نامه را نهایی کند. این در حالی است که خودروسازی کشور نیازمند ادامه این مسیر و جلب مشارکت‌های بیشتر به منظور توسعه بازار و تنوع محصولات تولیدی در محدوده‌های قیمتی بیشتر است. برای این اساس یکی از چالش‌های پیش روی دولت بعدی جذب سرمایه بیشتر خارجی در این بخش است.



به باور کارشناسان و حتی تاکید پژوهش‌های دانشگاهی یکی از چالش‌های دولت بعدی تداوم سیاست دولت کنونی در جذب سرمایه خارجی است. چرا که دولت یازدهم بعد از برجام و طی فرصت باقی مانده‌اش توانست نزدیک به ۵ قرارداد و تفاهم‌نامه را نهایی کند

تحلیل ابعاد

راهبرد ملی کیفیت

» فرزین انتصاریان؛
رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران



**استفاده از دانش پیشرفته
مدیریت کیفیت در یک صنعت،
تحولی مثبت در آن صنعت ایجاد
می‌کند و عدم استفاده از آن
موجب حذف یا رکود در آن صنعت
می‌شود.**

**نکته مهم اینکه جذب این روش‌ها
نیازمند استفاده از سیستم‌ها و
تکنیک‌های متنوع و فرهنگ‌سازی
مدیریت کیفیت در بدنه آن صنعت
است**

برای انجام هر تغییر و تحولی مشابه یک مسافرت، باید ابتدا مقصد و راه و نحوه رسیدن را مشخص کرده باشیم این امر در زمانی کامل می‌شود که در قالب راهبرد معلوم و مکتوب شده و برنامه‌های اجرایی نیز تدوین گردد. سپس باید با عزم راسخ اقدامات تعریف شده را طبق برنامه‌ها به اجرا گذاشت و میزان پیشرفت را نیز مستمرا رصد نمود و در صورت نیاز اصلاح مسیر کرد. متأسفانه ما در کشور تاکنون راهبردی در مورد توسعه کیفیت نداشته ایم و تنها در برنامه‌ها از جمله برنامه‌های پنج‌ساله تنها به ابعاد کمی امور توسعه‌ای پرداخته ایم. بررسی‌های انجام شده و همچنین تحلیلی که من در مورد قانون برنامه چهارم توسعه انجام داده‌ام و نتیجه آن را نیز در همان زمان منتشر کردم، نشان می‌دهد فرآیند تدوین برنامه‌ها، شامل مباحث **کیفیتی** و راه‌های دستیابی به جایگاه کیفی در بخش‌ها و صنایع مختلف نمی‌شود.

بطور خلاصه، اگر چه توسعه در بخش‌های مختلف نیازمند تدوین برنامه‌های با تعیین اهداف کمی است ولی لازم است در کنار آن، جایگاه کیفی نیز تعیین گردد. بعلاوه برنامه‌های توسعه‌ای باید علاوه بر پوشش دادن **"چه بشودها"** به **"چگونه بشودها"** نیز بپردازد که در مورد اهداف کیفی نیازمند تعریف نحوه مدیریت برنامه‌ها با رویکرد مدیریت کیفیت هستیم.

ابعاد راهبرد ملی کیفیت

زمانی که صحبت از راهبرد می‌شود در مرحله نخست، موظف به تحلیل وضعیت کیفیت موجود خواهیم بود. تحلیل وضعیت نیز باید در هر حوزه‌ای از صنعت یا خدمات با شناسایی امکانات و مزیت‌های نسبی در آن حوزه‌ها صورت گیرد تا در یک فضای رقابتی، بتوانیم مزیت‌های نسبی بالقوه را تبدیل به بالفعل نموده و در مرحله بعدی این مزیت‌ها را با استفاده از ابزارهای توسعه کیفیت به مزیت‌های رقابتی ارتقاء دهیم.

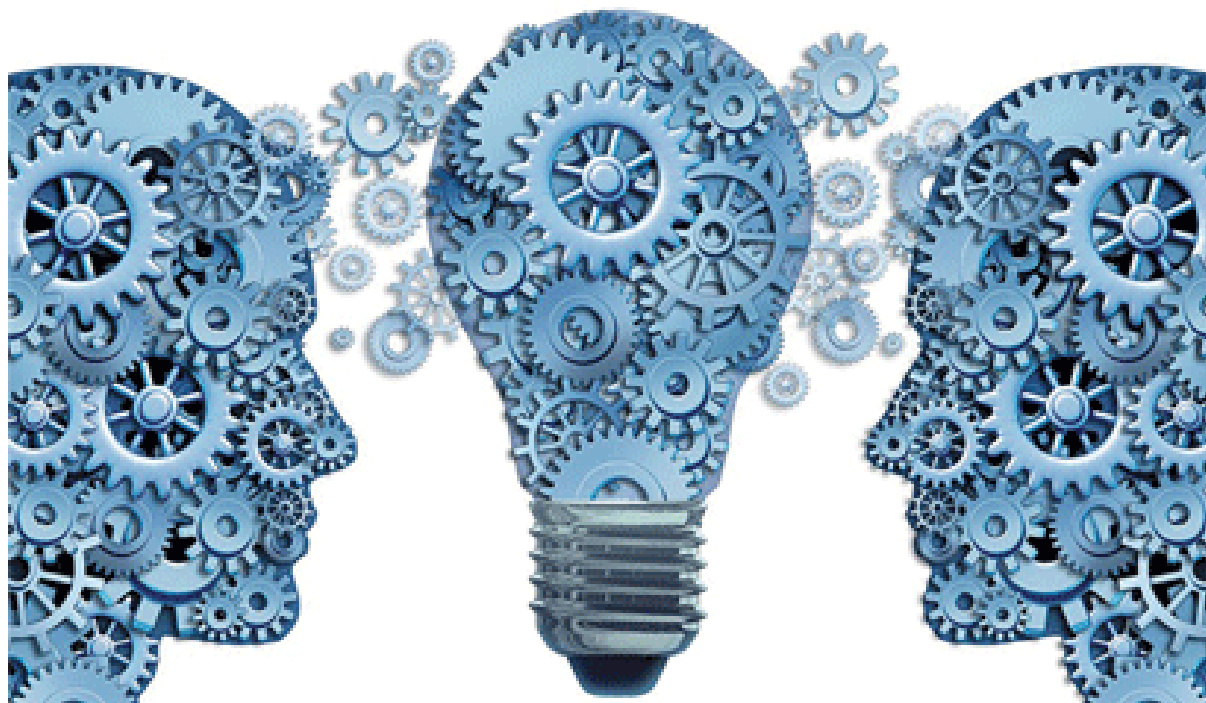
پس از مشخص شدن نتیجه تحلیل‌ها و جایگاه فعلی کیفیت در هر حوزه، فرایند تعیین چشم‌انداز در آغاز می‌شود. در این راستا، تحلیل‌ها و تعریف چشم‌اندازها باید برای مسائل زیربنایی نظیر آب و جاده و همچنین صنایع پایین دستی نظیر خودرو و ساختمان و غیره انجام شود. بر اساس این تحلیل‌ها باید جایگاه کشور از نظر **کیفیت** (شامل چهار محور مرغوبیت - قیمت - سرعت - نوآوری) در یک دوره ۱۰ یا ۲۰ ساله در قالب چشم‌انداز مشخص شود.

بر این اساس از سال ۲۰۰۸ تاکنون شاهد تحولات بسیار گسترده‌ای در صنعت خودرو آمریکا بوده‌ایم به طوری که جنرال موتورز با هدف بازسازی سیستم‌های مدیریتی نسبت به کاهش هزینه‌ها و بازسازی نیروی انسانی و جایگزینی فناوری‌هایی که بهرهوری لازم را نداشتند، اقدام کرد. حتی مجبور شد برای دستیابی به دانش عملی مدیریت کیفیت از طریق مشارکت با سازندگان آلمانی و ژاپنی و یا فروش و واگذاری کارخانه‌ها به آن‌ها اقدام نماید. برای نمونه آمریکا در شرایطی خاص به همان دلیل ناگزیر شد تا بخش‌های عمده‌ای از صنعت خودروسازی خود را به صنعت مونتاژ اتومبیل‌های خارجی تبدیل کند به طوری که در حال حاضر بسیاری از خودروهای آلمانی و ژاپنی، در آمریکا ساخته می‌شود. همین اقدامات بود باعث شد صنعت اتومبیل‌سازی آمریکا از ابعاد کیفی رشد کرده و در دنیا رقابت پذیر شود و همچنین بتواند اعتبارات وام‌هایی را که بانک‌ها به صورت مشروط در اختیار آن‌ها قرار دادند را باز پس دهد.

تجربه نشان داده است که استفاده از دانش پیشرفته مدیریت کیفیت در یک

راهبرد ملی کیفیت در کشورهای دیگر

در سال‌های اخیر شاهد تحولات گسترده‌ای در بعضی کشورهای اسلامی مثل ترکیه و مالزی و همچنین کشورهای آسیای جنوب شرقی مثل کره و چین بوده‌ایم. بررسی دلائل موفقیت این کشورها نشان می‌دهد که موفقیت‌های آن‌ها عمدتاً به دلیل تمرکز بر موضوع کیفیت بوده است. برای نمونه تحلیل صنعت خودرو ژاپن و کره نشان می‌دهد که این کشورها به موازات برنامه‌ریزی برای کمیت در تولیدات خود، به صورت ریشه‌ای در موضوع کیفیت برنامه‌ریزی داشته و به آن عمل کرده‌اند. به طوری که امروز شاهدیم اتومبیل‌های کره‌ای با خودروهای درجه یک ژاپنی و همچنین آلمانی قابلیت رقابت دارد و حتی اگر ابعاد کیفیت را به صورت گسترده تر دیده و مرغوبیت را با کیفیت و زمان ترکیب کرده و نوآوری و خلاقیت را در آن بگنجانیم، متوجه می‌شویم که حتی در برخی موارد، کره‌ای‌ها بر ژاپنی‌ها نیز پیشی گرفته‌اند. در چین هم موضوع به همین نحو است. این کشور با باز کردن فضای تولید خود به روی تولید کنندگان



صنعت، تحولی مثبت در آن صنعت ایجاد می‌کند و عدم استفاده از آن موجب حذف یا رکود در آن صنعت می‌شود. نکته مهم اینکه جذب این روش‌ها نیازمند استفاده از سیستم‌ها و تکنیک‌های متنوع و فرهنگ‌سازی مدیریت کیفیت در بدنه آن صنعت است.

در برنامه ۲۰۲۰ مالزی نیز شاهد چنین برنامه‌هایی هستیم. ماهاتیر محمد در یک برنامه زیربنایی که برنامه ۲۰۲۰ مالزی نام گرفته، برای نجات صنایع مالزی، محور قرار گرفتن اصول مدیریت کیفیت را مورد تاکید قرار داد. مشابه چنین موردی نیز در ترکیه اجرایی شد. به طوری که ترکیه، برنامه‌ریزی خود را بر اساس توسعه مدیریت کیفیت در راستای راهبرد کیفیت اتحادیه اروپا قرار داد.

رویکرد نوین استاندارد سازی در اتحادیه اروپا

با تشکیل اتحادیه اروپا و باز شدن مرزهای کشورهای عضو به روی تولیدات یکدیگر، مشکلات جدی از بابت اختلاف کیفیت و ایمنی محصولات و خدمات و همچنین استانداردهای مورد استفاده در کشورها نمایان شد. لذا اتحادیه مجبور

پیشرفته و با کیفیت خارجی در عمل تکنولوژی و روش‌های مدیریت کیفیت را به بدنه تولیدی و خدماتی خود تزریق کرد و ما اکنون شاهد هستیم که در صد بسیار بالایی از کالاهایی که در اروپا و آمریکا با مارک‌های معروف عرضه می‌شود ساخت چین است.

در همین حال بررسی صنعت خودرو در آمریکا نشان می‌دهد که این صنعت در سال ۲۰۰۸ به دلیل پایین بودن کیفیت و قیمت تمام شده بسیار بالا در آستانه ورشکستگی قرار گرفت به طوری که دو شرکت بزرگ خودروسازی آمریکا یعنی کرایسلر و جنرال موتورز کم و بیش در حالت اعلام ورشکستگی قرار گرفتند. این در حالی بود که صنعت اتومبیل آمریکا از نظر کمی و حجم تولید اتومبیل مشکلی نداشت ولی مشکل اصلی مسئله کیفیت اتومبیل‌ها بود که به هیچ وجه با اتومبیل‌های ساخت ژاپن و آلمان قابل مقایسه نبود. در این شرایط دولت آمریکا ناگزیر شد با پیش گرفتن سیاست‌هایی متمرکز بر کیفیت و بهره‌وری در این صنعت که صنعت بزرگی نیز در آمریکا به شمار می‌رفت، تسهیلات مالی زیادی تزریق کند تا بتواند چهار بعد کیفیت را در صنعت خودروسازی خود گسترش دهد.

شد که رویکرد جدیدی در نحوه استاندارد سازی و نظارت بر تولید و عرضه کالا و به موازات آن اصول و مبانی حمایت از حقوق مصرف کنندگان را در پیش بگیرد که این رویکرد با نام "رویکرد نوین استاندارد سازی" دنیا شناخته می شود. از جمله این موارد تصویب قانون جدید حمایت از حقوق مصرف کننده و تدوین برنامه های تضمین کیفیت مثل تدوین استانداردهای سری ایزو ۹۰۰۰ و متعاقب آن ده ها استاندارد تخصصی در صنایع مختلف و همچنین تشکیل کمیته CASCO در سازمان جهانی استاندارد ISO برای تدوین استانداردهای پایه که به سری ۱۷۰۰۰ معروف اند. همچنین تدوین مقررات فنی تولید کالاهای خاص که به EU Directives شناخته می شوند و مبنای صدور گواهی نامه CE هستند. رعایت این مقررات برای تولید و ورود و عرضه کالاها در اتحادیه اروپا ضروری است. مبنای همه این مقررات و استانداردها اصول شناخته شده مدیریت کیفیت است.

علاوه بر کشورهای عضو اتحادیه اروپا چند کشور دیگر از جمله ترکیه نیز رویکرد نوین استاندارد سازی را پذیرفته و مشابه کشورهای عضو اتحادیه اعم از قدیمی یا جدیدالورود به صورت یکپارچه به صورت قانونی ولی داوطلبانه به کار گرفتند. برای مثال کشور ترکیه بطور یکجا کلیه استانداردهای اتحادیه اروپا را پذیرفت و این استانداردها را به عنوان استانداردهای کشور خود اعلام کرد و در عین حال مکانیزمهای استاندارد سازی را مشابه اتحادیه اروپا به کار گرفت و زیر ساخت های مورد نیاز را مطابق بر ضوابط تعریف شده در رویکرد نوین استاندارد سازی ایجاد نمود. بر این اساس است که امروز برای صادرات کالا به ترکیه، کالای مورد نظر باید دارای گواهینامه CE باشد. این در حالیست که بسیاری از کالاهای ایرانی به دلیل عدم انطباق استانداردهای ایران با استانداردهای اروپایی و همچنین متفاوت بودن روش های تایید صلاحیت، امکان صادر شدن به ترکیه را ندارند. شرایط مشابهی نیز در کشورهای شمالی ما مثل گرجستان، آذربایجان و کشورهای از این دست که اعضای وابسته به اتحادیه اروپا هستند دیده می شود. روشن است که در صورت ادامه پیدا کردن چنین وضعیتی باید منتظر به وجود آمدن چنین تغییری در کشورهای دیگر مشابه بعضی کشورهای عربی هم باشیم.

کیفیت در مرکز رقابت پذیری پایدار

امروزه حضور کالاهایی نظیر خودرو، پوشاک، صنایع غذایی و حتی صنایع معدنی که دارای مزیت هستیم و یا سرمایه گذاری های سنگینی در آن ها انجام داده ایم، در بازارهای خارجی و حتی بازارهای داخلی وابسته به این موضوع است که و از نظر انطباق با استانداردها و مقررات تا چه اندازه توان حضور در بازارهای هدف را داریم و علاوه بر آن از ابعاد مختلف کیفیت شامل عوامل مرغوبیت، قیمت، زمان و نوآوری تا چه حد در مقایسه با رقبا دارای مزیت رقابتی هستیم.

بنا بر این یکی از مواردی که باید در راهبرد بر آن متمرکز باشیم این است که: در ابعاد کلان (قوانین و ساختار عوامل زیر بنایی) چه اقداماتی را باید انجام دهیم تا با اصول پذیرفته شده جهانی و بازارهای هدف مورد قبول قرار بگیریم و مشخص کنیم که کالاهای ما از باب "کیفیت و استانداردها" باید منطبق با چه مقرراتی باشند. همچنین اگر کالایی اجازه ورود به بازار هدف را هم داشته باشد، چگونه باید در این بازارها به صورت رقابتی ظاهر شود. این در حالیست که سیاست تولید و عرضه کالا در کشور ما برای بسیاری از کالاها در مبنای انحصار یا مزیت های دولتی مثل یارانه و یا وابسته به وجود مزیت های مالیاتی و گمرکی است. لذا باید بر اساس اصول رقابت پذیری با نگاه راهبردی منطبق بر اصول مدیریت کیفیت اصول زیربنایی و ساختاری نظام های هدایتی، حمایتی و نظارتی در عرصه های تولید و خدمات خود را بازسازی کنیم و از این طریق

بنگاه های اقتصادی ما بتوانند قابلیت حضور در کشورهایی که در استقرار نظام ها پیشرفته مدیریت کیفیت پیشگام بوده اند حضور پیدا کرده و در رقابت سالم با رقبای جهانی به موفقیت پایدار دست پیدا کنند.

در سطح بخش صنعت نیز باید تولیدات کالا و خدمات ما همواره از ابعاد کیفی منطبق با ویژگی های مورد نیاز مشتری، مصرف کننده و مقررات حاکم باشد. لذا راهبرد ملی کیفیت باید نیازهای رقابتی شدن و رقابتی ماندن در بازارهای هدف را تعریف کرده و سیاست های مناسب را تعیین و نحوه اجرای سیاست ها را مشخص نماید.

مسئله برای رقابتی بودن کالا یا خدمات در بازارها لازم است که قیمت تمام شده آن کاهش پیدا کند تا قابلیت رقابت در بازارهای هدف ایجاد شود. تحقق این موضوع، نیازمند برنامه ریزی گسترده ای است. بی شک، یکی از عوامل کاهش قیمت تمام شده کاهش مقررات بیهوده و دست و پا گیر و جلوگیری از اتلاف و اسراف به همراه افزایش حجم تولید و بهینه سازی نحوه عرضه کالا در بازارها است.

برای مثال ما در ایران در زمینه مواد غذایی، ده ها شرکت تولید کننده داریم که محصولات خود را با کیفیت متفاوت بدون هماهنگی با یکدیگر تولید می کنند و در رقابت با یکدیگر در بازارهای داخلی و خارجی کالاهای را خود با برند های مختلف عرضه می کنند. مسلم است که این تولید کنندگان در حجم و اندازه کوچک خود (در مقایسه با برندهای خارجی) و با امکانات کم خود قادر به رقابت با برندهای برتر جهانی در بازارهای خارجی و حتی داخلی نخواهند بود. لذا برای مقابله با چنین مشکلی، نیاز به تدوین و بکار گیری استراتژی جامعی برای بخش صنایع غذایی داریم که شامل اقداماتی برای کاهش قیمت تمام شده و رقابت پذیری در بازارهای جهانی است.

برای رقابت پذیری باید یکنواختی کیفیت محصول در زنجیره تولید و در جریان عرضه کالا رعایت شود و بدون عیب بودن آن برای مقطع تحویل و در مدت عمر آن تضمین گردد. این موضوع علاوه بر بکار گیری ابزار ها سیستم ها و تکنیک های مدیریت کیفیت مبتنی بر اصول "نقص صفر" نیازمند بکار گیری تکنولوژی روز رعایت سلیقه مصرف کننده است.

امروز برای صادرات کالا به ترکیه، کالای مورد نظر باید دارای گواهینامه CE باشد. این در حالیست که بسیاری از کالاهای ایرانی به دلیل عدم انطباق استانداردهای ایران با استانداردهای اروپایی و همچنین متفاوت بودن روش های تایید صلاحیت، امکان صادر شدن به ترکیه را ندارند

صنایع زمین گیر شده ما نشان می دهد که در اکثریت موارد، فقدان قدرت رقابت در بازارهای خارجی و حتی داخلی به دلایل کیفی برمی گردد.

نهضت ملی کیفیت

راهبرد ملی کیفیت جایگاه مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور دارد. مبانی توسعه کیفیت مشابَهت های زیادی با مبانی توسعه اقتصادی دارد. در علم اقتصاد دو فضای اقتصاد کلان و اقتصاد خرد وجود دارد بدین معنی که در اقتصاد کلان مباحث کلان کشوری مدنظر قرار می گیرد و برای توسعه در این حوزه سیاست گذاری ها در سطح کلان صورت می گیرد و عوامل آن شامل نرخ ارز و بهره، جذب سرمایه و سیاست های واردات و صادرات و مالیات است که بر مسائلی مثل تورم، اشتغال، رشد و توسعه بنگاه های اقتصادی اثر می گذارد. اما در اقتصاد خرد، بنگاه ها مورد توجه قرار می گیرند که توسعه آن ها متأثر از سیاست های اعمال شده در اقتصاد کلان است و عملکرد هماهنگ این دو است که توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور را ایجاد می کند. بی شک حوزه اقتصاد کلان حوزه حساسی است و تأثیر به سزایی در حوزه اقتصاد خرد دارد. این شرایط کاملاً مشابه حوزه کیفیت است. در کیفیت نیز مباحثی در سطح کلان کشوری وجود دارد که حاصل آن ها در حوزه های خرد مشاهده می شود. مسلماً بخشی از راهبرد ملی کیفیت مشخص میکند که در حوزه کلان چه اقداماتی باید صورت پذیرد که یکی از این موارد به استانداردسازی بر می گردد. همچنین قانون حمایت از حقوق مصرف کننده که تصویری کم رنگ از قانون مشابه در اتحادیه اروپا است نیز در چند سال گذشته تصویب و برای اجرا به دولت نیز ابلاغ شده است ولی متأسفانه به هیچ وجه اجرایی نشده است. قطعاً در تدوین راهبرد کیفیت در بعد کلان آن به این موضوع پرداخته خواهد شد.

همانطور که گفته شد در سطح صنعت و بخش هم مسئولیت هایی متوجه متولیان آن بخش و صنعت است.

در حوزه خرد که سطح بنگاه است نیز باید اقدامات بسیاری صورت پذیرد که نیازمند توجه و هدایت و حمایت مدیریت بنگاه است. متولیان بخشی است که مسئولیت توسعه آن بخش را دارد.

در سطح مصرف کنندگان نیز اقداماتی باید صورت گیرد تا آنها نیز به نیازهای واقعی و حقوق حقه خود آگاه شوند.

لذا چنانچه همه این موارد و عوامل درگیر آن ها را در نظر بگیریم این نکته مشخص می شود که اجرای همه این موارد و رسیدن به اهداف راهبرد کیفیت خود نیازمند عزمی همگانی در همه ابعاد جامعه است که آنرا میتوان در قالب یک جنبش همه گیر یا نهضت کیفیت تعریف و اجرا نمود. تبلور این موضوع می تواند در قانون برنامه ششم توسعه دیده شود.

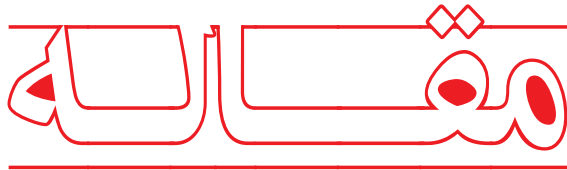
همان طور که قبلاً نیز ذکر کردم در برنامه های پنجساله گذشته کمتر به موضوع کیفیت پرداخته شده است. ما امیدواریم که برنامه نویسان در برنامه ششم توسعه به این موضوع حیاتی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور توجه نموده و در فرصت باقیمانده در جریان تدوین برنامه ششم، راهبرد ملی کیفیت را در دو سطح کلان در مورد اقدامات کشوری و سطح خرد برای بخش های اصلی صنعت و خدمات و محصولات اساسی و با اهمیت و تأثیر گذار بر تولید ناخالص ملی را به همراه برنامه های اجرایی مورد نیاز تدوین نموده و اجرای آن را در قالب "نهضت ملی کیفیت" از دستگاه های اجرایی و سازمان های مسئول خواستار شوند.

در حال حاضر یکی از بزرگترین واردکنندگان سنگ های ساختمانی از ایران، ایتالیا است. این کشور سنگ های ایرانی را وارد کشور خود کرده و با اعمال تغییراتی بر روی آن، نسبت به فروش محصولاتی با کیفیتی بهتر و با ارزش افزوده بیشتر اقدام می کند. یا اسپانیا زعفران ما را با قیمت های نازل خریداری کرده و با بسته بندی و برند جدید آن را در حجم گسترده تری در بازارهای انحصاری خود عرضه می کند

ابعاد راهبرد ملی کیفیت

اهداف و روش هایی که در راهبرد کیفیت مطرح می شود با راهبردهایی که در برنامه های توسعه ای قبلی مطرح شده این است تفاوت های اساسی دارد. بدین شکل که این راهبردها و برنامه های منظم به آن بر کیفیت متمرکز است. امری که تاکنون در کشور به آن پرداخته نشده است. برای نمونه در حال حاضر یکی از بزرگترین واردکنندگان سنگ های ساختمانی از ایران، ایتالیا است. این کشور سنگ های ایرانی را وارد کشور خود کرده و با اعمال تغییراتی بر روی آن، نسبت به فروش محصولاتی با کیفیتی بهتر و با ارزش افزوده بیشتر اقدام می کند. یا اسپانیا زعفران ما را با قیمت های نازل خریداری کرده و با بسته بندی و برند جدید آن را در حجم گسترده تری در بازارهای انحصاری خود عرضه می کند. مشابه این موضوع در بسیاری از محصولات دیگر هم جاری است.

بنابراین در راهبرد کیفیت در یک بخش یا صنعت باید ابتدا به وجود مزیت نسبی از زاویه کیفیت با همه ابعاد آن توجه کرد و ظرفیت های موجود و تحولات آینده را استخراج و سیاست های کلان را در مسیر استفاده حداکثری برای تبدیل این ارزش های نسبی به ارزش های رقابتی در راستای موفقیت پایدار به کار گرفت. این در حالیست که متأسفانه شاهد مواردی هستیم که در ایجاد کارخانه ها و تولید محصولات زیادی که سرمایه گذاری زیادی هم برای آن صورت و طرح توجیهی آن ها هم تصویب شده و برای آن مجوز هم صادر شده، تنها به عوامل کمی و مقطعی توجه شده و در زمان برنامه ریزی و حتی تهیه طرح توجیهی به موضوع کیفیت و تحولات فناوری آینده کم تر پرداخته شده است و متأسفانه پس از انجام سرمایه گذاری و وقتی کارخانه وارد مرحله تولید می شود به دلیل بی توجهی به رقابت پذیری از نگاه کیفی و به کار گیری اصول مدیریت کیفیت، قدرت رقابت با محصولات مشابه خارجی را نداشته و بنابراین رو به تعطیلی می رود. روشن است فشار اینگونه تعطیلی ها به دستگاه های اجرایی وارد شده و برای جلوگیری از تعطیلی کارخانه و بیکار شدن کارگران نسبت به ایجاد مزیت های مصنوعی اقدام می کنند که تنها مرگ تدریجی را با مدتی به تأخیر می اندازند. یک بررسی ساده در اغلب



نشان

CE MARKING

» محمود اکابر

مدیر تضمین کیفیت شرکت فولاد خوزستان

و عضو هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران

جهت کنترل فرایندهای تجاری می گردد. از نظر دامنه کاربرد این نشان باید اظهار داشت: محصولات آرایشی، مواد شیمیایی، داروها و مواد غذایی در محدوده نشان CE قرار ندارند. از جمله محصولاتی که نیازمند نشان CE می باشند عبارتند از: دستگاه ها و تجهیزات با ولتاژ پایین، ظروف تحت فشار ساده، اسباب بازی های مورد استفاده برای کودکان کمتر از ۱۴ سال، محصولات ساختمانی، تجهیزات سازگار با الکترومغناطیس، ماشین آلات به صورت قطعات مونتاژ شده دارای بخش های متحرک، تجهیزات حفاظتی شخصی، ابزار توزین غیر اتوماتیک، دستگاه های پزشکی پیوندی فعال مورد استفاده در تشخیص، معالجه یا تسکین جراحت که در بدن قرار می گیرند، تجهیزاتی که سوخت گازی مصرف میکنند، دیگ های آب گرم که با سوخت گاز و یا مایع کار میکنند، دستگاه های ترمینال مخابرات راه دور و دستگاه های زمینی و ماهواره ای، مواد منفجره برای استفاده های غیر نظامی، وسایل پزشکی که متعلقات آن برای انسان بکار گرفته میشوند، دستگاه های زمینی ماهواره ای، تجهیزاتی که در محیط منفجره استفاده می گردد از جمله در قسمت های زیرزمینی معادن یا در سطح زمین که ممکن است در اثر موج انفجار یا گرد و خاک صدمه ببینند، قایق های کوچک تفریحی بیش از ۲/۵ متر طول و قطعات مرتبط با قایق، دستگاه های تحت فشار، آسانسور هایی که بطور دائمی در ساختمان ها و ابنیه ها مورد استفاده قرار میگیرند، یخچالها و فریزر های خانگی و تجهیزات پزشکی تشخیص آزمایشگاهی به روش های مختلفی از جمله خود اظهاری، دریافت گواهینامه محصول، دریافت گواهینامه محصول همراه با گواهینامه تضمین کیفیت و یا برقراری ممیزی محصول میتوان نشان CE را بر محصولات الصاق کرد.

نشان CE باید به محصول و در پلاک مشخصات و یا بر روی بسته بندی یا محصول الصاق شود بطوریکه کاملاً قابل رویت، خوانا و پایدار بوده و از نظر ابعادی فقط به شکلی که در تصویر دیده می شود و بزرگتر از ۵ میلیمتر باشد اعتبار دارد. هرگونه نشان CE خارج از این چارچوب، غیر استاندارد و غیر قانونی است و در صورت مشاهده مورد پیگرد قانونی توسط مراجع ذیصلاح در اتحادیه اروپا قرار می گیرد.

استاندارد زبان مشترک میان کلیه فعالیت ها در فرایند ارزیابی تطابق با اهداف و برنامه ها در سطح بنگاه های صنعتی و تجاری دنیا می باشد. بر این اساس استانداردها در سطح بنگاه ها، در سطح ملی، منطقه ای و یا بین المللی کاربرد دارند.

نشان CE یک نشان اجباری در سطح اتحادیه اروپاست که برای گروه های شخصی از محصولات کاربرد دارد. این نشان استاندارد نشان میدهد که محصول با نیازمندی های ایمنی، بهداشت و زیست محیطی مشخص شده در جداول انطباق دارد و به معنی تطابق اروپایی می باشد. در صورتیکه یک محصول در دامنه کاربرد جداول قرار بگیرد بایستی بر روی محصولات الصاق شود، در غیر اینصورت محصول امکان ورود به بازارهای اتحادیه اروپا که شامل ۱۵ کشور می باشد از دست می دهد و در صورت انطباق محصولات با جداول استاندارد CE، هیچ یک از کشورهای عضو نمیتوانند در فرایند ورود این محصول به کشور، ممانعت یا محدودیت یا تاخیر در ورود کالا را اعمال نمایند. از این جهت میتوان نشان CE را به عنوان یکی از گذرنامه های تجاری اتحادیه اروپا نام برد. اگرچه نشان CE بیانگر کیفیت محصول نیست و بیشتر رویکرد ایمنی کالا را در بر دارد، در هر حال کسب این نشان بر اساس جداول اجباری استاندارد، ضمن کاهش هزینه های بازرسی انطباق محصول، فرایند تجارت محصولات را تسریع نموده، موجب افزایش کیفیت کالاها می گردد.

این نشان استاندارد بر اساس مصوبات کمیسیون اتحادیه اروپا در سال ۱۹۸۵ در معرفی انتشار و استفاده قرار گرفت و استانداردهای مربوط به هر محصول در صورت صحت گذاری بر فرایندها و فعالیت بنگاه های تجاری زمینه مجوز استفاده از نشان CE را فراهم می آورد. این استانداردها توسط مؤسسات استانداردهای اروپا از جمله EN ۴۵۰۰۰ تعیین می گردند و در دو مرحله اختیاری و اجباری قرار می گیرند. کلیات مرتبط با نشان CE در سال ۱۹۸۹ در سطح اتحادیه اروپا بعنوان اصول راهنمای سیاست گذاری اتحادیه اروپا در فرایند ارزیابی انطباق مورد تصویب جهت اجرا قرار گرفت. در این فرایند استفاده از مدل های تضمین کیفیت بر اساس استاندارد iso ۹۰۰۱ نیز مورد تصویب کمیسیون اتحادیه اروپا قرار گرفت.

استفاده از نشان CE که بصورت فرایندی خود اظهاری صورت می پذیرد باعث کاهش هزینه ها، افزایش ایمنی و یکنواختی

سیگما در عمل:

نگاهی به کسب و کار در اسکاتلند

نویسندگان: جیجو آنتونی-الن اوسک کریستیانس دوتیر
(Jiju Antony-Ellen Osk Kristjansdottir)

مترجم: آرزو ابراهیمی

تواند فقط منافع کوتاه مدت را تامین خواهد کرد. متدولوژی هایی از قبیل شش سیگما در تضمین چنین ابزارهایی که برای حل مشکلات سازمان مورد استفاده قرار می گیرند، بسیار قدرتمند عمل می کنند. این همان تلفیق ابزارها و فنون متعدد در متدولوژی شش سیگما می باشد که آن را در مقایسه با بسیاری از چارچوب های حل مسئله که در گذشته مورد استفاده قرار داده ایم، مفیدتر می سازد. در این مقاله، یافته های کلیدی مطالعه انجام شده در فاصله ماه های ژوئن و آگوست سال ۲۰۱۰ در کمپانی های تولیدی اسکاتلند به نمایش در می آید. در این مطالعه، ارزیابی استفاده از رویکردهای بهبود کیفیت مورد توجه قرار گرفته است که در آن ها، بررسی و درک استفاده و نقش فعلی ابزارها و فنون بهبود کیفیت در کمپانی های تولید اسکاتلند، از جمله شش سیگما تشریح شده است.

تعداد کل ۷۰ پاسخ نامه دریافت شد که نشان دهنده نرخ پاسخ ۱۴٪ بوده و مجریان پروژه پژوهشی دریافتند که مدیریت کیفیت

جیجو آنتونی، استاد مدیریت کیفیت در دانشگاه استراتکلاید (Strathclyde)، و الن اوسک کریستیانس دوتیر، در مورد مطالعه اخیر درباره استفاده از فنون مدیریت کیفیت در بخش تولید اسکاتلند گزارشی تهیه کرده اند که نشان می دهد شش سیگما هم چنان یک ابزار ارزشمند برای مدیران کیفیت امروزی به شمار می آید.

ضروری است به منظور توسعه و پایدار ساختن فرایند بهبود مداوم، هر سازمانی، مناسب ترین ابزار و فنون را انتخاب کند که در صورت کاربرد صحیح، می تواند به گونه ای موثر، با بخش اعظم مشکلات مربوط به کیفیت و فرایند دست و پنجه نرم کند. ابزارها و فنون برای مقاصد مختلفی به کار می روند و با توجه به فرایندهایی انتخاب می شوند که نیاز است بهبود پیدا کنند. هم چنین می تواند برای شناسایی مشکلات در کسب و کارهای مختلف از طریق خلق کیفیت در فرایندها و محصولات مورد استفاده قرار گیرد. با این حال، بدون وجود یک چارچوب مناسب، کاربرد آن ها می



از شرکت کنندگان سوال شد که نظر آن ها در مورد ارائه آموزش و تمرین به کارکنان در هنگام اجرای ابزارها یا فنون بهبود کیفیت در شرکت هایشان چیست. حدود ۴۷٪ از پاسخ دهندگان بر این باور بودند که آموزش های ارائه شده موثر بوده اند، ۴۰٪ این آموزش ها را موثر ندانسته و ۱۱/۵٪ نیز اظهار داشتند که چیزی در مورد موثر بودن یا نبودن این آموزش ها نمی دانند (۱/۵٪ نیز پاسخی به این سوال ندادند).

نتایج تحلیل (جدول ۲) نشان داد که بخش کثیری از شرکت کنندگان، پشتیبانی و تعهد مدیریت، درگیر ساختن کارکنان و آموزش های مناسب را به عنوان سه فاکتور اصلی موفقیت در هنگام کاربرد این ابزارها و فنون بهبود کیفیت به شمار می آورند. این تحلیل نشان داد که مهارت ها و تجربیات کارکنان و لزوم یک نیاز واقعی به ابزارها/فنون هنگام کاربرد ابزارها و فنون بهبود کیفیت در عرصه صنایع تولیدی اسکاتلند از کمترین اهمیت برخوردارند.

در یک مطالعه توصیفی، از شرکت کنندگان درخواست شد موانع اصلی برای کاربرد ابزارها و فنون کیفیت را که می تواند در بررسی مشکلات مربوط به کیفیت و فرایند مفید باشد، شناسایی نمایند. نتایج نشان داد که فقدان تعهد و پشتیبانی مدیریت، مهم ترین مانع به شمار آمده است.

دومین مانع مهم بعدی، نقص در انتقال نیاز به استفاده از ابزارها و فنون کیفیت بوده است. سایر موانع عبارتند از: فقدان اطلاع و آگاهی و پذیرش مدیریت، نگرش کارکنان نسبت به استفاده از ابزارها و فنون بهبود کیفیت و فقدان درک و آگاهی در مورد استفاده از ابزارها و فنون کیفیت. ذکر این نکته بسیار جالب است که اندازه سازمان، کمترین ارتباط را با کاربرد موفق ابزارها و فنون بهبود کیفیت داشته است.

بخش کثیری از شرکت کنندگان، پشتیبانی و تعهد مدیریت، درگیر ساختن کارکنان و آموزش های مناسب را به عنوان سه فاکتور اصلی موفقیت در هنگام کاربرد این ابزارها و فنون بهبود کیفیت به شمار می آورند.

فراگیر (TQM)، پرکاربردترین رویکرد برای دستیابی و حفظ کیفیت است (حدوداً ۳۷/۱٪ از کل پاسخ ها). با این وجود، ۲۱/۴٪ از سیستم ناب و حدوداً ۷/۱٪ از رویکرد شش سیگما به عنوان متدولوژی بهبود کیفیت استفاده کرده بودند. ذکر این نکته اهمیت دارد که شش سیگما فقط توسط شرکت های بزرگ مورد استفاده قرار گرفت اما سیستم ناب و TQM به میزان یکسان توسط شرکت های بزرگ و متوسط استفاده شد. تعجب برانگیز تر اینکه ۶ شرکت که متشکل از دو شرکت کوچک، دو شرکت متوسط و دو شرکت بزرگ بودند، از هیچ یک از استراتژی های بهبود کیفیت استفاده نکردند. مشخص شد که از میان کلیه ابزارهای بنیادین بهبود کیفیت، فلوچارت/ترسیم نقشه فرایند بیش از سایر ابزارها توسط شرکت ها مورد استفاده قرار می گیرد. ابزار بعدی که در رده دوم قرار دارد، تحلیل پارتو است و بعد از آن، تحلیل علت و اثر قرار می گیرد. ابزاری که کمتر از همه برای فعالیت های بهبود کیفیت استفاده می شود، ترسیم توزیعی است.

از میان هفت ابزار جدید مدیریت کیفیت (نمودار نزدیکی روابط، نمودار وابستگی، نمودار درختی، نمودار ماتریکس، نمودار برداری، تحلیل ماتریسی داده ها، و جدول برنامه تصمیم فرایند)، مشخص شد که روش تحلیل ماتریسی داده ها، نمودارهای ماتریسی، و نمودار نزدیکی روابط، پرکاربردترین ابزارها هستند در حالیکه نمودارهای برداری کمتر از سایرین مورد استفاده قرار می گیرند. هم چنین مشاهده شد که تعداد معدودی از شرکت متوسط و کوچک از ابزارهای هفتگانه جدید بهره می برند.

این سوال از شرکت ها مطرح شد که از کدامیک از فنون موجود برای بهبود کیفیت محصولات و فرایندهای خود استفاده می کنند. پرکاربردترین فنون عبارت بودند از: بهینه کاوی، تحلیل حالت و تاثیر شکست (FMEA)، هزینه کیفیت ضعیف، خطا ناپذیری و تبادل یک دقیقه ای ایده ها. روش هایی که کمتر از سایرین مورد استفاده قرار گرفته اند، روش جاری سازی تابع کیفیت و طراحی آزمایشات می باشند.

از کمپانی های شرکت کننده درخواست شد مهم ترین دلایل خود را برای استفاده از ابزارها و فنون کیفیت عنوان کنند. جدول ۱ نشان دهنده مهم ترین دلایل کاربرد این ابزارها و فنون می باشد. سایر دلایل مربوط به علت استفاده کمپانی ها از ابزارها و فنون بهبود کیفیت عبارت بودند از:

- △ بهبود کسب و کار به صورتی که تبدیل به یک کسب و کار رقابتی شود
- △ ارائه محصولی با کیفیت بهتر به مشتریان
- △ تقویت اهمیت و مزایای اجرا و معرفی فنون بهبود کیفیت برای مدیریت ارشد

△ پشتیبانی از پروژه های کمربند سیاه و سبز رویکرد شش سیگما
 شکل ۱: علل استفاده از ابزارها و فنون تضمین کیفیت

ردیف	علت
۱	کشف و درک مشکل / یافتن و حذف علت مشکل
۲	جمع آوری داده و ساختار بندی ایده ها
۳	پایش و حفظ کنترل
۴	ارزیابی همراه با اولویت بندی مشکل
۵	تقویت کار گروهی
۶	خلاصه کردن داده ها و سازماندهی نحوه نمایش آن
۷	شناسایی روابط
۸	سایر

کار گرفته شده و میزان موثر بودن آموزش چقدر در نظر گرفته شده است. بیشتر کمپانی ها از آموزش ضمن خدمت استفاده کرده اند. آموزش منظم نیز ارائه شده است اما به اندازه آموزش ضمن خدمت نبوده است. آموزش استقرایی کمتر از سایر انواع آموزش در میان کمپانی های شرکت کننده به کار گرفته شده است.

هم چنین مشخص شد که ترکیبی از آموزش در منزل و استفاده از مشاوران، پرکاربردترین روش آموزشی مورد استفاده بوده است که ۶۸٪ را به خود اختصاص داده است (بر اساس داده های بدست آمده از مطالعه ۴۳ کمپانی). هم چنین مشاهده شد که بیش از ۴۰٪ از پاسخ دهندگان، آموزش در خصوص ابزارها و فنون بهبود کیفیت را موثر تلقی کرده اند در حالیکه تقریباً ۳۳٪ از آنان، این آموزش ها را به اندازه کافی مناسب دانسته و ۲۷٪ احساس کرده اند که این آموزش ها کمترین اثربخشی را داشته است.

نتیجه گیری

کلیه داده های جمع آوری شده، تصویر واضحی از پرکاربردترین و کم کاربردترین ابزارها و فنون مورد استفاده ارائه داد. دلایل عمده استفاده از ابزارها و فنون بهبود کیفیت، کشف و درک مشکل و یافتن و حذف علت ایجاد آن مشکل، بر اساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه بود. با این وجود، دلایل اصلی ارائه شده برای استفاده از این ابزارها و فنون، بهبود کیفیت، راضی نگه داشتن مشتری، تضمین موفقیت کمپانی، پایین نگه داشتن هزینه ها و حفظ رقابتی بودن کمپانی عنوان شده است.

شرکت کنندگانی که مورد مصاحبه قرار گرفتند در مورد این نکته با هم متفق القول بودند که ابزارها و فنون بهبود کیفیت قرار است در کمپانی حفظ شده و آن ها به بهبود محل کار و بهتر کردن آن در آینده ادامه می دهند.

جیجو آنتونی استاد رشته مدیریت کیفیت و الن اوسک کریستیانس دوتیر دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت فرایندهای مهندسی است و هر دو در دانشگاه استراتکلاید فعالیت دارند.

شکل ۲: عوامل موفقیت برای کاربرد ابزارها و فنون بهبود کیفیت

رتبه بندی عوامل	عوامل موفقیت
۱	پشتیبانی و تعهد مدیریت
۲	درگیر نمودن کارکنان
۳	آموزش مناسب
۴	ارتباطات قوی
۵	درک ماهیت مسئله
۶	یک محیط کاری مشارکتی و همیارانه
۷	مهارت ها و تجربیات کارکنان
۸	ایجاد نیاز به ابزارها/فنون

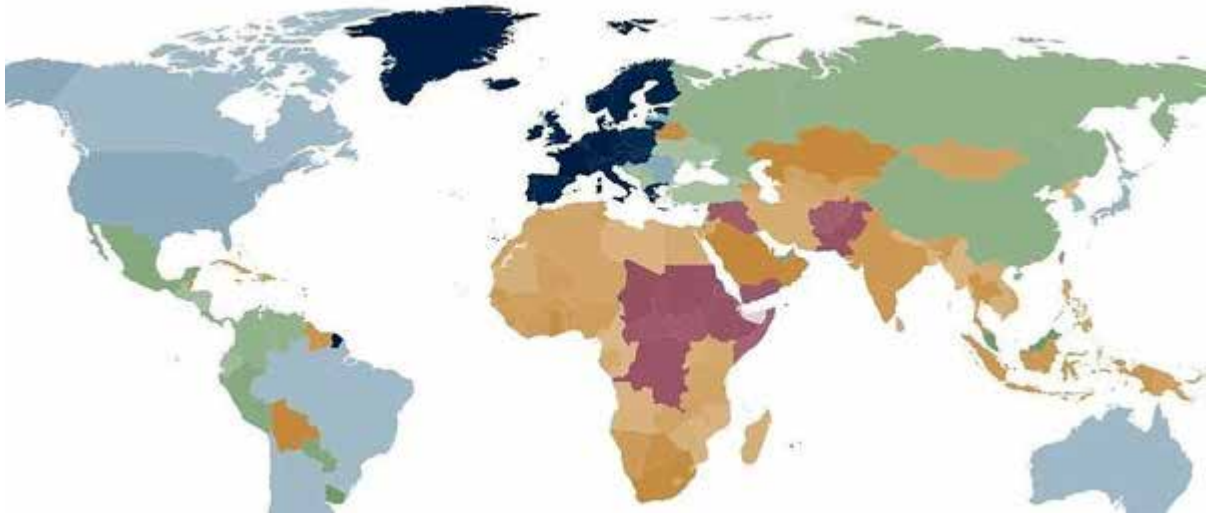
جدول ۳ نشان دهنده موانع اصلی بر سر راه استفاده از ابزارها و فنون بهبود کیفیت در کمپانی های تولیدی اسکاتلند می باشد. از شرکت کنندگان درخواست شد مزایای کلیدی حاصل از استفاده از ابزار و فنون بهبود کیفیت را به صورت یک فهرست نشان دهند. مزایای عمده استفاده از ابزارها و فنون کیفیت عبارتند از:

کاهش نرخ ضایعات
کاهش دوباره کاری و آزمون مجدد
بهبود کیفیت محصول
کاهش هزینه های عملیاتی
زمان پاسخ سریع تر
افزایش رضایتمندی مشتری
کاهش موجودی
افزایش بازده
بهبود بهداشت و ایمنی
بهبود روحیه کارکنان
بهبود جریان نقدینگی در کسب و کار
بهبود ارتباطات میان اعضای گروه
بهبود کار گروهی

شکل ۳: برخی از موانع اساسی هنگام کاربرد ابزارها و فنون بهبود کیفیت

رتبه بندی	موانع اساسی
۱	فقدان پشتیبانی و تعهد مدیریت
۲	نقص در اعلام نیاز به ابزارها و روش های کیفیت
۳	فقدان درک و پذیرش مدیریت
۴	نگرش کارکنان نسبت به استفاده از ابزارها و روش های بهبود کیفیت
۵	فقدان آگاهی و درک در مورد استفاده از ابزارها و فنون کیفیت
۶	فقدان آموزش موثر
۷	فقدان دانش مربوط به تحلیل و تفسیر داده های جمع آوری شده
۸	کاربرد ابزارها و فنون توسط افراد نامناسب

در آخرین بخش از پرسشنامه، از شرکت کنندگان درخواست شد که نوع آموزش مورد استفاده در کمپانی های خود را هنگام کاربرد ابزارها و فنون بهبود کیفیت مشخص کرده و ذکر کنند که کدامیک از روش های آموزشی به



بهترین کشورها برای زندگی معرفی شدند

افت ۸ پله‌ای ایران

در رده بندی

کیفیت زندگی و آزادی سفر

۸۱,۰۷ درصد عنوان «بهترین ملیت» را به دست آورده است. آلمان با امتیاز ۸۱,۰۶ درصد، ایسلند با ۸۱,۰۵ درصد و دانمارک با ۸۰,۰۹ درصد به ترتیب رتبه‌های دوم تا چهارم را از آن خود کرده‌اند.

رنگ آبی تیره برای ملیت‌های به شدت با کیفیت، رنگ آبی کم‌رنگ برای ملیت‌های بسیار با کیفیت، رنگ سبز برای ملیت‌های کشورهای با کیفیت، رنگ خردلی برای ملیت‌های با کیفیت متوسط و رنگ زرشکی برای کشورهای با کیفیت پایین

گزارش جدید «شاخص کیفیت ملیت‌ها» (کیوان.آی) منتشر شد که براساس آن فرانسه در رتبه اول و ایران با ۸ رتبه کاهش نسبت به رده‌بندی قبل در رتبه ۱۳۷ ایستاد.

شاخص کیفیت ملیت‌ها (QNI) شاخصی است که همه ساله کشورها را براساس رشد ظرفیت‌های شغلی، قدرت اقتصادی، توسعه انسانی، امکان زندگی و کار کردن در خارج بدون تشریفات طاقت‌فرسا، صلح، ثبات و تعداد بالای سفرهای بدون ویزا رده‌بندی می‌کند. این بدان معنی است که بهترین کشور در جهان جایی است که به رشد استعداد و کسب‌وکار شهروندانش کمک می‌کند. در رده‌بندی سال ۲۰۱۷ فرانسه با امتیاز





وضعیت ایران

ایران در این رده‌بندی با امتیاز ۲۳,۸ درصد در رتبه ۱۳۷ ایستاده و در طیف کشورهای با «کیفیت متوسط» قرار دارد. این رتبه در بخش «کیفیت کلی» در شرایطی به دست آمده که به نظر می‌رسد ایرانی‌ها در سال ۲۰۱۶ (۱۳۹۵) کیفیت ملیتی بهتری نسبت به سال ۲۰۱۷ (۱۳۹۶) داشته‌اند. زیرا امتیاز کشورمان در سال ۲۰۱۶ برابر با ۲۴,۲ درصد بود و در رتبه ۱۲۹ قرار داشت.

در بخش «ارزش خارجی ملیت» ایران با امتیاز ۱۰,۱ درصد در رتبه ۱۵۷ قرار دارد که این میزان در سال ۲۰۱۶ برابر با امتیاز ۱۰,۶ درصد و رتبه کشورمان ۱۴۸ بود. ارزش خارجی ملیت، به فرصت‌های متنوع و با کیفیتی گفته می‌شود که شهروندان به لطف ملیتشان می‌توانند خارج از کشور اصلی خودشان، آنها را دنبال کنند. در بخش «آزادی سفر» یا «تعداد بالای سفرهای بدون ویزا» امتیاز

وضعیت خاورمیانه

در منطقه خاورمیانه، امارات متحده عربی در سال ۲۰۱۷ با کسب امتیاز ۴۵,۸ درصد در رتبه ۴۶ ایستاده که نسبت به سال ۲۰۱۶ سه رتبه ارتقاء داشته است. این درحالی است که امتیاز عربستان در سال ۲۰۱۷ با وجود شروع اصلاحات مدنی ولیعهد سعودی برابر با ۳۳,۹ درصد است و این کشور در سکوی ۸۹ قرار گرفته درحالی که سال ۲۰۱۶ امتیاز آن ۳۴,۴ درصد بود و در رتبه ۸۲ قرار داشت.

یمن، سوریه، عراق که کشورهای درگیر جنگ در این منطقه‌اند به ترتیب در رتبه‌های ۱۶۱، ۱۶۲ و ۱۶۵ قرار دارند و در رده کشورهای کیفیت پایین هستند.

افغانستان هم با کسب امتیاز ۱۴,۵ درصد در رتبه ۱۶۶ ایستاده که نسبت به سال گذشته ۷ پله سقوط داشته است.



ملیت ایران در سال ۲۰۱۷ برابر با ۲۰.۲ درصد است که کشورمان را در رتبه ۱۶۱ قرار می‌دهد. این امتیاز در سال ۲۰۱۶ برابر با ۲۱.۲ درصد و رتبه آن برابر با ۱۴۵ بود. این مقایسه نشان می‌دهد که شرایط سفرهای بدون ویزا برای شهروندان ایرانی در سال ۱۳۹۵ به مراتب بهتر از سال ۱۳۹۶ بوده است. در بخش کیفیت عمومی، ایران در این رده‌بندی با امتیاز ۲۳.۰۸ درصد در رتبه ۱۳۷ ایستاده و در طیف کشورهای با «کیفیت متوسط» قرار دارد

در بخش «ارزش خارجی ملیت» ایران با امتیاز ۱۰.۱ درصد در رتبه ۱۵۷ قرار دارد که این میزان در سال ۲۰۱۶ برابر با امتیاز ۱۰.۶ درصد و رتبه کشورمان ۱۴۸ بود

در بخش «آزادی سفر» یا «تعداد بالای سفرهای بدون ویزا» امتیاز ملیت ایران در سال ۲۰۱۷ برابر با ۲۰.۲ درصد است که کشورمان



چرا ایران عقب ماند و کره جنوبی پیش رفت؟



خروج تکنسین‌های ژاپنی نیز بر وخامت اوضاع افزود. حاصل این جنگ خانمان سوز چیزی جز کشته شدن پنج میلیون نفر کره نبود! اوضاع اقتصادی بسیار اسفبار بود. فقر کره جنوبی در زمینه منابع طبیعی باعث شد که تأمین غذای مردم نیز با دشواری همراه باشد. درآمد سرانه اهالی این کشور در دهه ۱۹۶۰ حدود هفتاد دلار بود یعنی کمتر از درآمد سرانه کشورهای مانند هائیتی و اتیوپی. یعنی فقر مطلق!

اما چگونه کشوری اینچنین به درآمد سرانه ملی سی هزار دلار رسید؟ برای پیشرفت کره ریشه‌های متعددی برشمرده‌اند. در این نوشته کوتاه فقط می‌خواهم روی دو نکته تأکید کنم و برای ایران آینده درس بیاموزیم.

ما با هم شروع کردیم؛ حدود شصت سال پیش! اما کره جنوبی اکنون جزو قدرت‌های اقتصادی جهان و دارای کیفیت زندگی بالاتری است. این در حالی است که ایران با وجود داشتن منابع غنی تر و شرایط مناسب تر عقب ماند! شاید بلافاصله چالش‌های خاص پیش روی ایران را برشمردیم که از کنترل ما خارج بود. اما مشکلات پیش روی کره اگر از ما بیشتر نبود کمتر هم نبود.

کره جنوبی در عرض کمتر از بیست سال چهار بحران را تجربه کرد: استقلال از ژاپن، جنگ کره جنوبی و شمالی، انقلاب آوریل ۱۹۶۰ و کودتای نظامی. پس از جنگ دو کره و در نهایت جدایی این دو از یکدیگر، نود درصد برق شبه جزیره و هشتاد درصد تولیدات معدنی و شیمیایی و فلزی در بخش شمالی قرار گرفت و کره جنوبی از این امکانات محروم شد و



جهت فائق آمدن بر بحران جهان را
شگفت زده کردند!
با شیوع آنفلوآنزای خوکی از مکزیک
در سال ۲۰۰۹، کارکنان شرکت‌های
کره‌ای در مکزیک با پوشیدن ماسک
به کار خود ادامه دادند که نتیجه آن
افزایش نفوذ شرکت‌های کره‌ای در
آن بازار بود. این در حالی بود که
کارکنان سایر ملت‌ها ترجیح دادند
که برای حفظ سلامتی خود مکزیک
را ترک کنند.



۲- مهارت تبدیل کردن بحران‌های مالی به سکوهای پیشرفت

دومین متغیری که دوست دارم آن را
برجسته کنم، مهارت تبدیل بحران
به سکوی پرش است. چند مثال

فشرده را با هم مرور کنیم:

سال ۱۹۷۳ میلادی جنگی بین اعراب و اسرائیل شروع شد و
قیمت نفت بیش از سه برابر شد! این ضربه مهلکی بود به اقتصاد
کره که یک قطره نفت نداشت و تازه شروع به سرمایه‌گذاری در
صنایع مربوطه آن کرده بود. اما دولت کره یک تصمیم استراتژیک
گرفت: تمرکز روی فرصت رشد بالای ساخت و ساز در خاورمیانه
(به خاطر بالا رفتن قیمت نفت) و اعزام کارگران خود به منطقه و
احداث پروژه‌هایی به ارزش سالیانه ۱۰ میلیارد دلار.

حدود سال ۱۹۹۷ بحران مالی آسیا از تایلند آغاز شد و کشورهای
آسیای شرقی را فرا گرفت. شش شرکت از ده شرکت بزرگ کره
ای تا مرز سقوط رفتند. دولت کره تا مرز ورشکستگی پیش رفت
و زیر بار بزرگ‌ترین وام (قرض) تاریخ رفت. کره این وضعیت را به
یک فرصت اصلاحات عمیق تبدیل کرد: شرکت‌های ورشکسته
بسته و یا ادغام شدند و شرکت‌های بزرگ دست به تجدید ساختار
زدند. دولت کره این تحولات را با قاطعیت عملیاتی کرد. نتیجه
اصلاحات فوق العاده بود: ذخایر ارزی کره از چهار میلیارد دلار،
به صد میلیارد رسید و کره سه سال زودتر وامش را پس داد!
فقط این دو عامل باعث پیشرفت کره نیست! در تحلیل پیشرفت
کره به عوامل مختلفی از جمله تعامل پذیری بین المللی (دوستی
با جهان)، فرهنگ سخت کوشی و انضباط و نگرش استراتژیک
(انتخاب بخش بسیار محدودی از صنایع به عنوان صنایع
راهبردی و حمایت ویژه از آنان در هر مقطع زمانی) و اجماع ملی
را بر شمرده‌اند. اگر چرخ را از نو اختراع نکنیم و عصاره موفقیت
های جهانی را با تجربیات بومی ترکیب کنیم و واقعاً به آن پایبند
باشیم، آنگاه ایران نیز می‌تواند راه شادکامی و پیشرفت را سریع
تر طی کند. /مجتبی لشکر بلوکی

**طی بحران مالی ۱۹۹۷ ارزش پول
کره سقوط کرد و قیمت طلا سیر
صعودی سرسام‌آوری را آغاز
کرد. در پاسخ به این اوضاع،
مردم کره در کمپین ملی طلا
با بخشیدن داوطلبانه طلا به
دولت جهت فائق آمدن بر بحران
جهان را شگفت زده کردند!**

۱- جلب اعتماد عمیق ملی و همگام سازی ملت

هنر حاکمیت کره جنوبی آن بود که مردم را همراه خود کرد و
مناسبات ملی را به گونه‌ای چید که مردم، حاکمیت را باور کردند
و همراه او شدند و در زمان‌های حساس نه در برابر و نه در کنار
که در پشت حاکمیت ایستادند. بگذارید چند مثال کوچک بزنم:
دولت کره برای گرفتن وام‌های بین المللی به شدت در محاصره
افتاده بود. آمریکا آنان را پس زده بود. دولت کره هزاران کارگر
معدن و پرستار به سوی آلمان غربی اعزام کرد. مزیت کارگران
کره‌ای این بود که آنها از همه ملیت‌ها با سوادتر بودند. این
کارگران درآمدهای خود را به کره می‌فرستادند و دولت کره با
وجود کم بودن مقدار آن، با وثیقه گذاشتن این درآمدها به اخذ
وام از بانک‌های خارجی از جمله دویچه بانک آلمان موفق شد.
طی بحران مالی ۱۹۹۷ ارزش پول کره سقوط کرد و قیمت طلا
سیر صعودی سرسام‌آوری را آغاز کرد. در پاسخ به این اوضاع،
مردم کره در کمپین ملی طلا با بخشیدن داوطلبانه طلا به دولت

مقایسه کیفیت زندگی در تهران و اوتاوا



این شاخص در تهران بسیار پایین و در اوتاوا بسیار بالا است به این معنا که تهران در میان شهرهای دارای پایین‌ترین شاخص قدرت خرید در دنیا قرار دارد و اوتاوا در میان شهرهای دارای بالاترین شاخص قدرت خرید جای گرفته است.

شاخص امنیت در تهران در سطح متوسط و در اوتاوا در سطح بسیار بالا است، شاخص بهداشت و درمان و سلامت در تهران در سطح متوسط و برابر با ۵۲.۷۷ است در حالیکه در اوتاوا برابر با ۷۲.۸۰ و در سطح بسیار بالا قرار گرفته است. آب و هوای بهتر تهران در مقایسه با شهر سردسیر اوتاوا باعث شده است تا شاخص محیط زیست در تهران برابر با ۶۹.۵۴ و در سطح بسیار بالا باشد ولی در اوتاوا برابر با ۴۴.۴۶ و در سطح متوسط قرار داشته باشد.

جالب‌ترین تفاوت بین این شهر در شاخص آلودگی است. این شاخص ترکیبی از آلودگی‌ها شامل آلودگی هوا و آب و غذا را نشان می‌دهد. شاخص آلودگی در تهران بسیار بالا و برابر با ۸۵.۷۸ است و در اوتاوا بسیار پایین و برابر با ۱۴.۰۹ است. به معنا که سطح آلودگی به خصوص آلودگی هوا در تهران بسیار بالا و در اوتاوا بسیار پایین است.

شاخص کیفیت زندگی ترکیبی از عوامل مختلف است ولی مهمترین مسایل تاثیرگذار روی این شاخص را می‌توان مسایل اقتصادی و زیست محیطی دانست.

به نقل از وب سایت رتبه بندی نومبو، شاخص کیفیت زندگی در شهر تهران پایتخت کشور ایران برابر با ۸۲.۶۱ است ولی در شهر اوتاوا پایتخت کانادا این شاخص برابر با ۱۹۹.۸۲ است.

طبق این گزارش اجزای سازنده شاخص کیفیت زندگی را می‌توان شاخص قدرت خرید، شاخص امنیت، شاخص سلامت و بهداشت، شاخص محیط زیست، شاخص هزینه‌های زندگی، شاخص نسبت قیمت ملک به درآمد خانوارها، شاخص زمان صرف شده در ترافیک برای جابجایی و شاخص آلودگی دانست.

بر مبنای این گزارش که اطلاعات آن در انتهای سال ۲۰۱۷ میلادی تهیه شده است شاخص قدرت خرید در تهران ۴۳.۲۱ و در اوتاوا ۱۴۲.۵۲ است.



مقایسه شاخص کیفیت زندگی در تهران و اوتاوا				
زیر شاخص ها	شاخص برای تهران	سطح شاخص در دنیا	شاخص برای اوتاوا	سطح شاخص در دنیا
شاخص قدرت خرید	۴۳.۲۱	بسیار پایین	۱۴۲.۵۲	بسیار بالا
شاخص امنیت	۴۶.۱۱	متوسط	۷۵.۵۸	بالا
شاخص سلامت و بهداشت	۵۲.۷۷	متوسط	۷۲.۸۰	بالا
شاخص محیط زیست	۶۹.۵۴	بالا	۴۴.۴۶	متوسط
شاخص هزینه زندگی	۳۶.۵۴	بسیار پایین	۶۷.۷۰	متوسط
شاخص متوسط قیمت ملک به درآمد خانوار	۱۴.۱۱	بالا	۵.۳۶	پایین
شاخص ترافیک	۵۴.۰۷	بالا	۳۴.۸۲	پایین
شاخص آلودگی	۸۵.۷۸	بسیار بالا	۱۴.۰۹	بسیار پایین
شاخص کیفیت زندگی	۸۲.۶۱	متوسط	۱۹۹.۸۲	بسیار بالا

منبع: رتبه آنلاین



اَشْرَافُ نَشْرِيَه

نام شرکت/سازمان	نام نماینده شرکت
تلفن شرکت	تلفن همراه نماینده
آدرس شرکت/سازمان	
کد پستی ده رقمی	صندوق پستی

باتشکر از توجه شما در خصوص اشتراک نشریه کیفیت و مدیریت ، نکات زیر را به استحضار می‌رساند:

ضمن تکمیل فرم فوق و واریز وجه اشتراک به شماره حساب ۲۰۳۱۳۱۳۴۷۹ نزد بانک ملت شعبه شرکت نفت (شماره شباه ۲۰۳۱۳۱۳۴۷۹ به نام انجمن مدیریت کیفیت ایران خواهشمند است فرم و فیش مربوطه را از طریق نمابر ۸۸۷۲۵۹۴۴ دبیرخانه انجمن ارسال نمایید.

حق اشتراک سالیانه همراه با هزینه ارسال ۴۰۰/۰۰۰ ریال می‌باشد.

نام متقاضی	تلفن همراه	
تلفن	نمابر	
نشانی		
کد پستی ده رقمی		

باتشکر از توجه شما در خصوص اشتراک نشریه کیفیت و مدیریت ، نکات زیر را به استحضار می رساند:

ضمن تکمیل فرم فوق و واریز وجه اشتراک به شماره حساب ۲۰۳۱۳۱۳۴۷۹ نزد بانک ملت شعبه شرکت نفت (شماره شبای IR ۲۰۳۱۳۱۳۴۷۹ به نام انجمن مدیریت کیفیت ایران خواهشمند است فرم و فیش مربوطه را از طریق نمابر ۸۸۷۲۵۹۴۴ دبیرخانه انجمن ارسال نمایید.

حق اشتراک سالیانه همراه با هزینه ارسال ۴۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.



Kish Free Zone
Organization



Kish Investment &
Development Co.



پنجمین سال برگزاری



فرصتی برای گسترش
همکاری‌های داخلی و بین‌المللی

2018 kish InveX®

۲۲nd- 25th Oct. 2018 - Kish Island-Iran ۳۰ مهر ماه لغایت ۳ آبانماه ۱۳۹۷ - جزیره کیش

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی بورس،
بانک، بیمه و خصوصی سازی

5th International Exhibition of
Exchange, Banking, Insurance
& Privatization

دهمین نمایشگاه معرفی فرصت‌های
سرمایه‌گذاری کشور

10th Exhibition on Presenting
Iran's Investment Opportunities

Supporters



سازمان بورس و اوراق بهادار



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



وزارت امور خارجه
نمایشگاه بین‌المللی



سازمان خصوصی سازی



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



اتحادیه تعاونی‌های مصرف و خدمات
و خدمات شهری و خدمات



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش

Sponsors



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش



سازمان سرمایه‌گذاری و توسعه مالی
و اقتصادی و شهر کیش

ORGANIZER

بهاران تدبیر کیش
Baharan Tadbir Kish



تلفکس: (۱۵ خط) ۰۲۱-۸۸۱۷۹۷۹۰



نشانی: تهران، میدان آرژانتین، بلوار بهیقي،
خیابان چهاردهم شرقی، پلاک ۱۷، طبقه دوم

برگزار کننده نمایشگاه‌ها و همایش‌های بین‌المللی

www.kishinvex.ir



IWEX 2018

International Exhibition of
Waste Management,
Recycling, and the
Related Industry & machinery

Date : 5 - 8 Dec

Venue : Tehran Exhibition
Center of Aftab City

اولین نمایشگاه بین المللی مدیریت پسماند، بازیافت، ماشین آلات و تجهیزات وابسته

زمان : ۱۴ تا ۱۷ آذر ۱۳۹۷

مکان : تهران مرکز نمایشگاهی شهر آفتاب



جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت



وزارت شهرسازی و معماری



وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان ملی مدیریت پسماند



وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان ملی مدیریت پسماند



سازمان ملی مدیریت پسماند



ثبت نام و اطلاعات بیشتر:

وبسایت: www.iwex.nikatis.ir

تلفن: ۰۲۱-۸۸۶۹۵۶۲۴

موبایل: ۰۹۱۲۹۵۷۹۵۳۴

۵۰ سال کامبیز



۵۰ سال کیفیت ماندگار



روابط عمومی: ۰۲۱۶۶۲۲۸۵۳۶
www.kambizfood.com