

مدیریت و کیفیت Quality & Management نشریه

شماره ۳۲ سال هجدهم
زمستان ۱۴۰۰ قیمت ۳۰۰۰۰ تومان

چالش های کیفیت در ایران چیست؟
بررسی قوانین ناظر بر کیفیت در ایران
بررسی راهبرد ملی کیفیت
دنیای متاورس چیست و چه آینده ای دارد؟



به همراه مصاحبه های تخصصی در
حوزه راهبرد کیفیت /، مقالات علمی و
یادداشت های تخصصی



لایف سرویس

پشتیبان دنیای دیجیتال

گواهینامه ملی اهتمام به کیفیت

گواهینامه رعایت حقوق مصرف‌کننده



تأمین‌کننده کالای دیجیتال
ارائه‌دهنده خدمات پس از فروش
بازیابی اطلاعات و ریکاوری هارد
تأمین‌کننده تجهیزات شبکه
نصب و راه‌اندازی شبکه

۰۲۱-۵۴۳۳

www.lifeservice.co



یزد تایر
www.yrtic.com
YAZD TIRE



دقت، کیفیت، ایمنی

ما که به تولید تکیه می‌کنیم
مسئله‌ی مافقط انبوه‌سازی نیست
«کیفیت» مسئله‌ی اساسی است.
«کیفیت» تولید باید حتماً به عنوان یک اصل
مورد توجه باشد؛ این غیر قابل اغماض است.

حضرت آیت الله خامنه‌ای
در دیدار جمعی از تولید کنندگان و فعالان صنعتی

بخشی از مصاحبه فرزین انتصاریان؛ رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران

رهبر معظم انقلاب در تازه ترین تاکیدات خود، بر بی کیفیتی صنایعی همچون خودرو و لوازم خانگی تاکید کرده و حق را به مصرف کنندگان داده اند. در این شرایط این پرسش مطرح می شود که این تاکیدات که برای چندمین بار نیز مطرح شده تا چه اندازه می تواند راهگشای بهبود کیفیت در صنعت باشد

مساله کیفیت این روزها آنچنان در کشور مهم و دردآور شده که رهبر معظم انقلاب ناگزیر به ورود به مساله کیفیت صنایع خردی همچون خودرو و لوازم خانگی می شوند و به درستی احساسی که در جامعه وجود دارد را منتقل و خطاب به مسئولان اعلام می کنند که اقدامی عاجل انجام دهند. البته این موضوع از ابعاد مختلف جای شکر و تاسف دارد زیرا در زمانی که مسایل کلان و سیاسی کشور مطرح است، ذهن مسئولان عالی کشور به مسائلی معطوف شده که باید در سطوح اجرایی حل و فصل شود. هرچند نخستین بار نیست که رهبر معظم انقلاب و سایر مسئولان در سطوح مختلف و عالی کشور به مساله کیفیت می پردازند و ایراداتی از وضعیت موجود می گیرند. هرچند در این زمینه قوانین مختلفی تدوین شده اما موضوع بی کیفیتی محصولاتی که در کشور به تولید می رسد، آنچنان شفاف است که ضمن حساس شدن جامعه مصرف کننده، شاهد اثرپذیری صادرات و تحت تاثیر قرار گرفتن جامعه خارجی از این موضوع نیز هستیم به طوری که در بسیاری از موارد حتی توان صادرات با دوام به کشورهای همجوار وجود ندارد و تعاملات تجاری و صادرات انجام شده نیز تنها به صورت مقطعی و کوتاه مدت است.

حال سوال این است که چگونه می توان این فرمان مهم را اجرایی کرد؟ اقتصاد سالم و پیشرو زمانی محقق می شود که سه فاکتور اساسی **"تربخشی"، "کارایی"، "ایمنی"** با تولید محصولات از سوی تولیدکنندگان پوشش داده شود. بنابراین هرگونه صحبت از کیفیت شامل این سه حوزه خواهد شد. روشن است که موفقیت یک سازمان معطوف به حضور موفق محصول آن در بازار است که نیازمند اقدامات کافی در خصوص تدلوم کیفیت با رعایت فاکتورهای اثر بخشی و کارایی ایمنی محصول از مرحله طراحی تا پایان دوره کاردهی است.

صنعت خودرو و صنایع لوازم خانگی در ردیف صنایع بزرگ به شمار می روند که بخش عمده ای از نیروی شاغل را به خود اختصاص داده و سهم زیادی در تولید ارزش افزوده در اقتصاد کشور ما دارند اما با این حال در هر دو حوزه، دارای مشکلات عدیده ای هستیم که یکی از اشکالات پایه ای در صنعت خودرو را می توان از ابتدا تاکنون حاصل شناخت محدود مسئولان از ماهیت این صنعت بوده است به این معنی که صنعت خودرو را در خطوط مونتاژ آن شناسایی می کنند و لذا تمرکز بر توسعه شرکت های خودرو ساز و رفع مشکلات آنها بوده است. در حالی که قطعه سازی، بدنه اصلی صنعت خودرو به شمار می رود که هم سهم اشتغال بسیار بالاتر و هم ارزش افزوده بیشتری نسبت به خودرو سازی دارد. از جانب دیگر کیفیت خودرو ساخته شده نیز بسیار زیاد وابسته به کیفیت قطعات تشکیل دهنده آن است. خوشبختانه از مطالبی که این روزها در رسانه ها طرح می گردد استنباط میشود که مسئولان در دولت جدید متوجه این مهم شده اند و برای مثال وزیر صمت در تازه ترین اظهارات خود، ۷۰ درصد صنعت خودرو را صنعت قطعه سازی عنوان و بر توسعه و ارتقاء کیفیت در آن تاکید کرده اند.

صنعت خودرو زمانی می تواند تصویر ذهنی مثبتی در میان مصرف کننده داخلی داشته باشد که از طریق تولید وعرضه خودرو با کیفیت در طول زمان دارای هویت قابل قبولی بشود و با ارائه خدمات مناسب در زمان و قیمت مورد انتظار مشتری دید مثبتی نسبت به این صنعت بوجود آید. متأسفانه به دلیل مشکلاتی که در سال های گذشته به وجود آمده و همچنان نیز ادامه دارد هم اکنون صنعت خودرو هویت خاص و مثبتی ندارد و در نتیجه آن نما و تصویر ذهنی مشتری به اندازه ای منفی شده که مقامات عالی کشور نیز به این موضوع ورود کرده و بر ایجاد تحول در کیفیت آن تاکید دارند. شکی نیست که ادامه این روند اثر منفی بر صنعت به همراه خواهد داشت. باید توجه داشت، که حتی اظهارات اخیر در خصوص بی کیفیت بودن صنایع از جمله صنعت خودرو که نگاهی به صادرات نیز دارد، اظهاراتی از این دست می تواند ضربه سهمگینی به تصویر و نمای آن وارد کند. بنابراین انتقاد مسئولان عالی کشور نسبت به کیفیت محصولات در عین ضروری بودن اثرات کلان در برداشت مشتریان و دست اندرکاران بین المللی که ممکن است در آینده در آن مشارکت نمایند داشته و در نتیجه هویت صنعت را بیش از گذشته خدشه دار می کند.

انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز از دیرباز حساسیت بالایی نسبت به کیفیت صنعت خودرو داشته، از این رو **طرح**

راهبردی ارتقای کیفیت در صنعت خودرو با تمرکز بر زنجیره تامین آن توسط کارشناسان

انجمن با استفاده از روش هایی که سایر کشورهایی که با این مشکل دست به گریبان بوده و

راهکارهایی برای حل آن یافته اند، تهیه شده است. این طرح طی نامه هایی به وزارت

صمت و دیگر مسئولان صنعت خودرو در کشور ارسال شده و طی آن راهکارهای توسعه

و ارتقاء کیفیت در این صنعت مطرح شده. قابل ذکر اینکه کاربرد مدل راهبردی

مطرح شده در این طرح تنها محدود به صنعت خودرو نبوده و برای

سایر صنایع همچون صنعت لوازم خانگی و ساخت تجهیزات

نفتی و صنایع دیگری که وابسته به زنجیره تامین خود

هستند نیز قابل اجرا است.





دفتر مرکزی: تهران، میدان، ونک، خیابان، برزیل شرقی،
نیش بن بست نارنج، پلاک ۲/۴، طبقه دوم
تلفن: ۸۸۱۹۸۱۲۳

دفتر تحریریه و امور اجرایی: تهران، یوسف آباد، خیابان
ابن سینا، بین خیابان ۷ و ۹، پلاک ۴، طبقه دوم
تلفن: ۸۸۱۰۱۱۹۲ نمابر: ۸۸۷۲۵۹۴۴

مخاطبان فصلنامه کیفیت و مدیریت می توانند
یادداشت، مقالات و همچنین دیدگاه ها و
انتقادات خود را از طریق پست الکترونیک و
شماره تلفن های تحریریه با ما در میان بگذارند.

info@iranqms.com

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر: فرزین انتصاریان
مدیر اجرایی و دبیر تحریریه: امیر حیدری

اعضای تحریریه این شماره:
فرشید شکرخدایی، حسن فروزان فرد، سیده محبوبه
امینی، شهریار دبیریان، پیمان امینیان، نسرين وفایی،
میتراممسنی، سیاوش سیار ایرانی، امید اشکانی

طراحی و صفحه آرایی: شایان مصری
هماهنگی: فریبا محرمی، الهام بهرامیان، رضا مرادی
بازرگانی: عباس حجت انصاری
عکاس: سید محمد امینی

www.iranqms.com

Management
&
مدیریت
کیفیت
Quality
نشریه

شماره ۳۲
سال هجدهم
زمستان ۱۴۰۰

یادداشت

- جهش تولید و رفع موانع تولید همراه با جهش کیفی اثر بخشی پایدار دارد..... ۶
نقش کیفیت در توسعه پایدار ۸
چالش های کیفیت در ایران چیست؟ ۱۰
مبانی قانونی حمایت از حقوق مصرف کننده و بررسی قوانین ناظر بر کیفیت ۱۱

راهبرد ملی کیفیت

- راهبرد ملی کیفیت ایران چیست؟ ۱۴
کشور نیازمند حرکت زیر بنایی برای ارتقا و توسعه کیفیت است ۱۸
امکان صرفه جویی با کیفی سازی خدمات با مطالبه گری محقق می شود ۲۴
تدوین استاندارد سازی در حوزه انرژی، پیشرفته ترین مدل استاندارد سازی ۲۸
خودرو های قدیمی چالش جدی ارتقای کیفیت در صنعت خودرو ۳۲
ضریب کند نفوذ فناوری به صنعت ساختمان ۳۴
نقش استاندارد در توسعه راهبرد صنعت لوازم خانگی ۳۷
ایمنی و کیفیت صنایع غذایی در اولویت دوم ۳۸
نقش راهبرد ملی کیفیت خودرو در توسعه بازار ۴۰

مناورسی

- دنیای مناورس چیست و چه آینده ای دارد ؟ ۴۲
مناورس و نقش آن در کسب و کار ها ۴۸

مطالب علمه

- اصلی ترین ضعف های مدیریتی که نبارت مرتکل شد ۵۲
۵ گام برای مدیریت ریسک استراتژیک موثر ۵۳
۱۰ دیدگاه منحصر به فرد که رهبران بزرگ را می سازد ۵۴
۱۰ مهارت نرم مدیران در سال ۲۰۲۲ ۵۶

حامیان صنعت کیفیت

- دستاوردها و برنامه کیفی ایران خودرو ۵۸
درخشش فولاد مبارکه در همایش ملی تعالی سازمانی ۶۰

مقالات

- تضمین کیفیت مدرن و روش های ساده آماری ۶۴
شرکت های بازرسی و نقش آن در تصدیق کیفیت ۶۸

یادداشت

جهش تولید و رفع موانع تولید همراه با جهش کیفی اثربخشی پایدار دارد



دکتر مهدی اسلام پناه
رئیس سازمان ملی استاندارد ایران

سازمان ملی استاندارد وکیل مردم برای نظارت بر ادای حقوق اجتماع از جمله حق کیفیت، حق رضایت از خدمات، حق ایمنی، حق سلامت، حق محیط زیست سالم و حق کیفیت زندگی است این سازمان عهده‌دار سیاستگذاری، حسن نظارت و هدایت نظام استاندارد و اطمینان بخشی به کیفیت کالاها و خدماتی است که در داخل کشور تولید، وارد یا صادر می‌شود.

کیفیت کالا و خدمات یک مفهوم چند بعدی است که تأثیرات مهمی بر اقتصاد، اجتماع، رضایتمندی عمومی، محیط زیست، ایمنی، سلامت، فرهنگ و کیفیت زندگی دارد.

تولید به عنوان یکی از مولفه‌های مهم رشد اقتصادی درون‌زا باعث ایجاد ارزش افزوده و درآمد زیادی می‌شود و هیچ فرآیندی همچون تولید نمی‌تواند منجر به ایجاد

اشتغال و توانمندسازی اجتماعی شود. جهش تولید به معنای ایجاد و گسترش مشاغل جدید با تخصص‌های متنوع خواهد بود، پژوهش‌ها نشان داده است که جهش تولید نه تنها با رویه‌های ناتوانمندسازی عمومی مقابله کرده و قدرت خرید و انعطاف مردم در برابر فشار تورمی را افزایش می‌دهد بلکه خود به طور مستقیم باعث کاهش تورم می‌شود.

منظور از تولید را تولید با کیفیت و رقابتی می‌باشد و این موضوع مهم، مورد تأکید رهبر معظم و حکیم انقلاب اسلامی (مد ظله العالی) می‌باشد به طوری که معظم له در بیانات خود در جمع تولید کنندگان در سال ۱۳۹۹ مفهوم جهش کیفیت را مطرح می‌کنند و می‌فرمایند: «مسئله بعدی مسئله‌ی جهش کیفیت است که اشاره کردیم؛ این هم یک اصل مهم است. اگر ما جهش کمی داشته باشیم، [اما] جهش کیفی نداشته باشیم، پیش نخواهیم رفت». اگر جهش کیفی وجود نداشته باشد، در بحث مصرف داخلی هم درمی‌مانیم؛ یعنی مصرف‌کننده‌ی داخلی وقتی دید که محصول داخلی کیفیت ندارد، به طور طبیعی کشانده می‌شود به سمت محصول خارجی؛ به عبارت دیگر جهش تولید زمانی اثربخشی اقتصادی دارد که همراه با جهش کیفیتی باشد.

کالا و خدمات با کیفیت، ابزارهای موثر زندگی اجتماعی هستند

سطح کیفیت کالا و خدمات بر رضایتمندی اجتماعی و اعتماد عمومی اثر مستقیم دارد و یکی از مهمترین شاخص‌های میزان رضایتمندی عمومی، کیفیت خدمات ارائه شده است و در صورتیکه خدمات ارائه شده کیفیت بالاتری داشته باشند، رضایتمندی شهروندان بیشتر خواهد بود. ارائه خدمات با ویژگی‌های متعالی کیفی، هدف هر

نظام استاندارد است، و خدمات مهمی چون خدمات شهری، مالی، درمانی، سلامت، بانکی، بیمه‌ای، آموزشی، گردشگری و از این قبیل به طور مستقیم با شئون زندگی مردم جامعه ارتباط دارد.

استاندارد سازی بومی خدمات با تعیین الزامات و ویژگی‌های کیفی روزآمد و به روز رسانی مستمر آن مبتنی بر عواملی چون رشد فناوری و تغییر انتظارات از وظایف سازمان ملی استاندارد ایران است و وجود کالاهای ایمن در بازار هر کشور لازمه سلامت و رفاه عمومی شهروندان آن کشور می‌باشد، در همین راستا حق ایمنی و برخورداری از محصولات ایمن در زمره حقوق بشر و حقوق بنیادین هر مصرف کننده به شمار می‌رود.

کالا و خدمات دارای الزامات کیفی از مهمترین عوامل موثر بر سلامت اجتماع هستند.

وجود یک نظام استاندارد ساختاری موثر و کارآمد برای تدوین استانداردها، نظارت بر اجرا و ارزیابی کیفی تضمین کننده سلامت جامعه می‌باشد که در خصوص مواد غذایی تولید داخل و واردات هم صادق است. سازمان ملی استاندارد ایران بر اساس قانون، مسئول نظارت بر کیفیت تولید مواد غذایی داخلی و نظارت بر ورود مواد غذایی با کیفیت از خارج از کشور و غذا نیز یعنی یکی از مهمترین عوامل سلامت عمومی است که در قانون نیز به آن تاکید شده است.

نقش کیفیت در توسعه پایدار



دکتر فرشید شکرخدایی
نایب رئیس انجمن مدیریت کیفیت ایران

مهمترین تفاوت یک کشور توسعه یافته با یک کشور در حال توسعه و یا حتی بدتر از آن کشور توسعه نیافته چیست؟ این سوال بسیار مهم تاکنون موضوع بحث اقتصاددانان بوده و همواره خواهد بود، از منظر یک متخصص کیفیت، جواب یک نکته بیشتر نیست، کیفیت!

مهمترین چیزی که از یک کشور در نگاه اول توسط مردم درک می شود، کیفیت است که شامل بسیاری موارد مانند خدمات عمومی (مانند نظافت، پلیس، عوارض، مالیات، فرودگاه، کیفیت حمل و نقل شهری و مسایل بسیاری است که جنبه عمومی دارند) سطح خدمات (شامل رستوران ها، ورزشگاه ها، هتل ها، مکان های گردشگری، فروشگاه های زنجیره ای و) و در نهایت محصولات آن کشور است و در نگاه بعدی کیفیت حکمرانی، کیفیت دادگاه ها و کیفیت اقتصاد و سلامت اداری و کیفیت محیط کسب و کار، توجه به کیفیت حفاظت از محیط زیست و کیفیت قوانین مصوب در آن کشور مهم جلوه میکند، حال سوال مهم این است که اینها عوامل توسعه هستند یا ناشی از توسعه هستند، برخلاف نظر عمومی رایج در کشورمان که این امور را ناشی از توسعه می داند، با اطمینان می توان گفت که اینها موجب خلق ثروت می شوند نه برعکس!

سالمه است فکر می کنیم که مثلاً تامین اجتماعی موجب رفاه می شود ولی باید گفت که تامین اجتماعی با کیفیت موجب این امر می شود، سالمه است فکر میکنیم

تعداد خودروی تولیدی موجب توسعه میشود در حالی که تولید خودروی با کیفیت این امر را تضمین می کند نه فقط خودرو سازی، ما به شدت دچار بی کیفیتی شده ایم و این موضوع شگفت آور است! از هنگام ورود به کشور به کیفیت فرودگاه و بعد هم گیت بازرسی و در انتها به نحوه گرفتن تاکسی توجه کنید، مملو از بی کیفیتی است، هتل ها، دادگاه ها، خدمات شهری، دولت و مجلس ما در بی کیفیتی سرآمد هستند و بدون توجه به رضایت ذینفانشان که مردم هستند، محصولات و خدماتشان را به ما تحمیل می کنند، سرمایه های ملی هزینه می شوند و بی کیفیتی را برای ما به ارمغان می آورند، خودروی بی کیفیت، راه بی کیفیت و کشته های بیشمار!

سالمه است ارزیابی کیفیت در سطح ملی و با عنوان جایزه ملی کیفیت در حال انجام است و به عنوان یکی از صدها ارزیاب کیفیت در سطح ملی، سازمان و شرکت های خصوصی و عمومی و دولتی را ارزیابی کرده ام، نتیجه این ارزیابی ها نشانگر چند موضوع اساسی است که فقط میتوان به آنها اشاره کرد،

دانش مدیریت کیفیت در کشور در سطح بازرسی و کنترل کیفیت غیر حرفه ای باقی مانده است به جز چند ستاره پر فروغ، صنایع و خدمات ما کیفیت را یک امر تزئینی و شعاری میدانند سه قوه کشور دچار مشکلات کیفی عدیده هستند و باور ندارند که بی کیفیتی هزینه دارد و کیفیت را گران میدانند.

فرهنگ عمومی کشور به بی کیفیتی عادت کرده است.

متولی ارتقای کیفیت در کشور مشخص نیست با توجه به محدودیت نوشتار فقط به موضوع آخری نگاهی عمیق تر خواهیم داشت.

متولی کیفیت در کشور کیست؟

به راستی متولی کیفیت در کشور ما کیست؟ شاید در وهله اول سازمان ملی استاندارد به عنوان متولی اصلی دیده شود اما باید گفت جایگاه استاندارد و رویکرد آن ایمنی و سلامت محصولات و خدمات است نه کیفیت به معنای وسیع و عام آن که منجر به کیفیت زندگی مردم می شود، عدم وجود مسوول برای اندازه گیری، هدف گذاری و سیاست گذاری کیفیت در سطح ملی به شدت احساس می شود. یادمان باشد که وقتی از کیفیت صحبت می کنیم منظورمان فقط کیفیت در محصولات و خدمات تولیدی نیست، برای مثال کیفیت تدوین برنامه های توسعه کشور، کیفیت قوانین، کیفیت خدمات مالی و پولی، کیفیت آموزش و پرورش و آموزش عالی، کیفیت قوه قضاییه و قهریه، کیفیت امور فرهنگی، کیفیت انتخابات، کیفیت شهرداری ها و شوراهای، کیفیت اتاق های بازرگانی و اصناف و تعاون، کیفیت خدمات درمان و سلامت و همه جزو عواملی هستند که کیفیت زندگی را در جامعه می سازند.

عدم وجود یک نهاد سیاست گزار و پایشگر موجب شده است که ما نتوانیم درک درستی از نقاط قوت و ضعف خویش داشته باشیم و این موضوع واقعیت های جامعه را مستتر و پنهان میکند. جامعیت و فراگیری مفهوم کیفیت تعیین نهادی مشخص را برای سیاست گذاری در این امر غیر ممکن می نماید و این موضوع چالش اصلی تدوین برنامه های ارتقای کیفیت در کشور است

جامعه ما به دانش و رویکردی که کیفیت داشته باشد نیاز دارد. موضوع بعدی ایجاد فرصت یادگیری از تجربیات موفق در سایر ممالک دنیا است که سالمه است به اندازه کافی تجربه نکرده ایم، کشور ما به لمس و حس و درک سیستم های مدیریت کیفیت حرفه ای نیاز دارد.

برای مثال تاسیس فروشگاه هایپراستار موجب ارتقای کیفیت در فرایند ارائه خدمات فروشگاه های زنجیره ای کشور گردید و سیستم مدیریت کیفیت شرکتها بزرگ نفتی موجب تغییر نگرش شرکت های داخلی به مقوله تضمین کیفیت شد.

همه متخصصان کیفیت می دانند که رویکرد افزایش بازرسی و نظارت، موجب افزایش کیفیت نمی شود فقط به صرف هزینه بسیار کشف خطاها را تسریع خواهد کرد.. به نظر می رسد باید کیفیت ورودی ها و فرایندها را اصلاح نمود برای مثال باید مجوزهای زاید را حذف نمود تا رشوه از بین برود با افزایش بازرسی ها و کنترل ها رشوه فقط کشف میشود از بین نمی رود. فرایندها باید طوری طراحی شوند که خطاناپذیر باشند. این در حالی است که در کشور ما سیستم های بازرسی و نظارت به شدت در حال توسعه هستند و هر سال مکانیزم های کنترلی بیشتری طراحی و اجرا می کنیم که هیچکدام موجب افزایش کیفیت نخواهند شد.

در انتها ذکر یک نکته بسیار مهم است که کیفیت قوانین یک کشور، کیفیت در آن کشور را می سازد، طراحی ارزیابی کیفی قوانین در کشور باید مستقل از نهاد های حاکمیتی انجام شود و نظر جامعه در مورد قوانین به عنوان مشتری اصلی قوانین اندازه گیری و پایش گردد. تصویب مجوزهایی که فقط حاکمیت از آن راضی است به معنای کاهش شدید کیفیت قوانین است. مردم قوانین بی کیفیت را اجرا نمی کنند و حتی دولت و حاکمین هم برای انجام آن تلاشی نخواهند کرد.

ما مردم با کیفیت و با فرهنگی داریم که در دنیای قوانین با کیفیت، به سرعت رشد کرده و فرهیختگی خویش را به رخ می کشند، پیشنهاد می گردد با تاسیس «شورای عالی کیفیت» طرحی نو در اندازیم.



دکتر عباس سقایی
عضو هیات مؤسس انجمن مدیریت کیفیت ایران

موضوع اصلی که باید به آن پرداخته شود راهبرد کیفیت است و می‌خواهم از این فرصت استفاده کنم و این موضوع را مطرح کنم که با چه مشکلاتی روبه‌رو هستیم که در حال حاضر نیازمند راهبرد هستیم. وی با بیان اینکه قصد دارد بر دغدغه‌های کیفیت متمرکز شود، افزود: در کشورمان موقعیتی که مردم با کیفیت مواجه هستند، چالش‌هایی را ایجاد کرده است. در واقع خدمات و محصولاتی که مردم دریافت می‌کنند، برخی اوقات از حداقل‌های لازم برخوردار نیست و این یک چالش اساسی است. سقایی با اشاره به اینکه در فضای صنعتی کشورمان، بعضی از سازمان‌ها به شدت درگیر مشکلات کیفی هستند و به شکل خاص خودروسازان این درگیری را دارند. این استاد دانشگاه با بیان اینکه مشتریان به چند گروه تقسیم می‌شوند، گفت: مشتریان راضی، مشتریان ناراضی و مشتریان وفادار. اما نوع دیگری از مشتریان به نام مشتریان گروگان را هم داریم. وی در ادامه افزود: اگر کسی خرید را تکرار کند به او مشتری وفادار می‌گویند ولی اگر ناراضی باشد و خرید را تکرار کند به او مشتری گروگان می‌گویند. مشتری گروگان منتظر فرصتی است تا موقعیت خود را تلافی کند. سقایی با تأکید بر اینکه مردم از بخشی از محصولاتی که ارائه می‌شود، چندان راضی نیستند، عنوان کرد: نتیجه این موضوع آن است که انبارها از محصولات پر شده است و بخشی از واردات توانسته توان تولید ما را بگیرد. عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و تحقیقات با اشاره به اینکه کیفیت سپری قوی در مقابل واردات و شمشیری برنده در بازار صادرات است، گفت: این در حالی است که برخورد بخش صنعت در کشور ما با مقوله کیفیت، به گونه‌ای است که گواهینامه و جایزه جمع می‌کند. به عبارت دیگر اقداماتی در بخش صنعت انجام می‌شود که بیشتر از آنچه نتایج داشته باشد، نمایش به دنبال دارد.

وی اظهار داشت: در سازمان‌ها هم همین‌طور است و زمانی که از یک مدیر سوال می‌کنیم که در مورد کیفیت چه اقدامی انجام داده است، به جای اینکه بگوید به چه

چالش‌های کیفیت در ایران چیست ؟

کشورهایی صادرات انجام داده است و بگوید که توانسته به چه میزان از بازار را از دست چینی‌ها دریابورد، سعی می‌کند نتایجی که بیشتر شکل نمایش را دارد، ارائه کند. سقایی با اشاره به اینکه بخشی از متخصصان کیفیت در صنعت کارشان این است که مجری این نمایش باشند، تصریح کرد: در بسیاری از سازمان‌ها کیفیت به اجرای نمایش تبدیل شده است و اصلی‌ترین ابزارهای کیفیت به درستی اجرا نمی‌شود. وی در ادامه افزود: نظر من این است که راهبرد کیفیت محدود به صنعت نیست و قاعدتا محدود به سازمان استاندارد هم نیست. اصولاً یکی از ویژگی‌های کیفیت این است که نمی‌توان برای آن حد و اندازه تعریف کرد و سیال است و حرکت می‌کند و بنابراین کیفیت فقط نمی‌تواند در بخش صنعت باشد. سقایی با تأکید بر اینکه اصولاً هزینه بی‌کیفیتی باید پرداخت شود، گفت: در کشور ما مردم در حال پرداخت این هزینه‌ها هستند. وی یکی از نتایج بی‌کیفیتی در صنعت را حجم قابل توجهی از واردات دانست و اظهار داشت: این حجم از واردات جلوی کسب‌وکار ما را می‌گیرد. در گذشته متوسط تعداد افراد شاغل در بنگاه‌های اقتصادی ۲۶ نفر بود اما در حال حاضر این میزان به ۱۶ نفر رسیده است. سقایی با بیان اینکه در بخش ساختمان یک میلیون واحد مسکونی از کیفیت لازم برخوردار نیستند، تصریح کرد: اگر در تهران زلزله رخ بدهد، ۵۰ درصد خانه‌ها با مشکل مواجه می‌شوند، زیرا ۶۵ درصد مصالحی که در ساختمان‌ها استفاده می‌شود، از استاندارد لازم برخوردار نیست. وی اضافه کرد: عمر مفید ساختمان‌ها در کشورها ۲۰ تا ۳۰ سال است، اما در دنیا عمر مفید ساختمان‌ها ۱۰۰ تا ۱۵۰ سال است. عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و تحقیقات با اشاره به فقدان کیفیت در بخش کشاورزی نیز گفت: در بخش کشاورزی سالانه چهل میلیون تن ضایعات محصولات کشاورزی داریم و این در حالی است که مشکل تغذیه هم در کشور وجود دارد. سقایی با اشاره به وضعیت نه‌چندان خوشایند کیفیت در آموزش عالی عنوان کرد: یک فرد سال‌ها تحصیل می‌کند و مدارج بالای تحصیلی را طی می‌کند اما بخش صنعت چنین فردی را با کراهت استخدام می‌کند، در حالی که تمام تلاش این فرد تحصیل کرده آن است که خود را به جایی وصل کند و استخدام شود. در صورتی که باید بر عکس باشد و بخش صنعت با علاقه چنین فردی را استخدام کند. وی در ادامه افزود: در کشور ما آموزش و پرورش هم چندان در آماده‌سازی افراد برای مهارت‌های زندگی، مهارت‌های اجتماعی، مهارت‌های اقتصادی و مهارت‌های فنی موفق نیست. سقایی با تأکید بر اینکه کیفیت در کشور ما مهجور است، گفت: متأسفانه کیفیت تبدیل به یک سری کارهای اقتصادی بین مشاوران و کارشناسان است و نتیجه آن هم به تعدادی گواهینامه و قاب تبدیل شده است.



دکتر غلامرضا رفیعی
دبیر کارگروه حقوق مصرف‌کننده
انجمن مدیریت کیفیت ایران

مبانی قانونی حمایت از حقوق مصرف‌کننده و بررسی قوانین ناظر بر کیفیت در ایران

غلامرضا رفیعی، حقوقدان و وکیل پایه یک دادگستری با اشاره به اینکه قصد دارد برداشتی که در نظام حقوقی از واژه کیفیت وجود دارد را توضیح دهد، گفت: استانداردها و قوانین ناظر بر استانداردها و حقوق مصرف‌کننده مانند بقیه رشته‌های حقوق معلول پیشرفت و تکنولوژی هستند و علم حقوق هم بیان‌کننده رابطه بین حق و تکلیف است. وی با بیان اینکه از ابتدا نظام حقوق کیفیت تابع روابط خصوصی خریدار و فروشنده بوده است، عنوان کرد: در عالم حقوق برداشت واقعی از کیفیت این است که اگر شما محصول یا خدماتی را می‌فروشید یا می‌خرید

همان خصوصیات کمی و کیفی را داشته باشد که بنای عقل دوطرف بر آن قرار گرفته است. دولت‌ها بنا به دلایل عدیده‌ای وارد این حوزه شدند و از همین رو امروز دیگر نمی‌توان گفت که قوانین ناظر بر حقوق مصرف‌کننده در قلمروی حقوق خصوصی یا فقط در حریم حقوق عمومی است. زیرا امروزه این دو در کنار یکدیگر هستند و یک نظام حقوقی خاص را در سایر کشورها ایجاد کرده‌اند. رفیعی در ادامه افزود: در بسیاری از کشورها دولت‌ها وارد حقوق خصوصی مربوط به مقررات ناظر بر کیفیت شده‌اند و بر این موضوع تأکید کرده‌اند که فقط توافق فروشنده و خریدار منوط به اراده خصوصی نیست، زیرا ممکن است توافق اینها آثار زیست‌محیطی، مصرف انرژی، حفظ نظم عمومی و ... داشته باشد.

این حقوقدان با تأکید بر اینکه امروزه وضعیت نظام حقوقی ما برای تعیین تکلیف حقوق و تکالیف و الزامات متقابل بین تولیدکننده و مصرف‌کننده مناسب نیست، اظهار داشت: ما یک انباشتگی در قوانین و مقررات داریم که هم مصرف‌کننده و هم تولیدکننده به نوعی سرگردان هستند.

قانون استاندارد مصوب ۱۳۷۳ در زمینه حمایت از حقوق مصرف‌کننده به‌خصوص در مواردی که مربوط به استانداردهای اجباری است همچنان بی‌عیب و نقص‌ترین قانون است.

رفیعی اضافه کرد: فقط چون این قانون مربوط به پیش از ۲۰ سال پیش است باید در آن نوآوری‌هایی شود و قانونگذار دخالت بیشتری کند و تولیدکننده و عرضه‌کننده از موقعیت برتر خود به زیان مصرف‌کننده استفاده نکنند. وی خاطرنشان کرد: مقداری که جلوتر می‌آییم قانونگذار به دنبال این بود که مکانیزم‌های تعیین تکلیف دعاوی بین تولیدکننده و مصرف‌کننده را روشن کند.

در قانون استاندارد این موضوع در اختیار مراجع ذی‌صلاح قضایی قرار گرفته است، در قانون حمایت از مصرف‌کننده سعی شده انجمن‌ها تقویت شوند، در قانون تعزیرات ۱۳۷۳ یک سری اختیارات را برای شعب تعزیرات حکومتی تعیین کردند، در قانون دیوان عدالت اداری گفته شده که وقتی شعب تعزیرات حکم صادر می‌کنند، می‌توان از حکم آنها در دیوان عدالت اداری شکایت کرد. در قانون دیوان عدالت اداری هم ذکر شده که شاکای برای زیان‌ها و خساراتی که به وی وارد شده،



تعهد به کیفیت



دنيا گفته می شود که هر اندازه حقوق و تکلیف مصرف کننده را مشخص کنید در حقیقت از تولید کننده هم حمایت و او را مصون می کنید. اما به نظر من موضوع مهم این است که قوانین و مقررات ناظر بر کیفیت فقط در حوزه حقوق خصوصی و قراردادهای متعاملان خلاصه نمی شود. وی با تاکید بر ضرورت بازنگری در قوانین و مقررات موجود اظهار داشت: باید بر دو نکته تاکید کنم: اولین نکته این است که قانون گذار در ادامه دخالت های خود آمده تولید کنندگان و توزیع کنندگان را مکلف کرده که هر کس نفع و سود محصول یا خدمتی را می برد باید غرامت آن را هم پرداخت کند و می گوید که فقط کافی نیست که تولید کننده محصول با کیفیت تولید کند. زیرا محصول در جامعه توزیع و مصرف می شود و یکی از راه های تضمین حقوق عامه مردم الزام به این است که غرامت در مقابل سود داشته باشند. نکته دوم این است که در قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو، مصرف کننده اینقدر دانش فنی دارد که در دادگاه ثابت کند که این کالا معیوب بوده است. این حقوقدان اظهار داشت: قانون گذار باید در تجمیع و تنقیح قوانین پراکنده و برداشتهایی که متناسب با موازین حقوقی ما نیست، به گونه ای دقت کند که بار مسئولیت به صورت محض بر عهده تولید کننده نباشد.

باید در دادگستری و مراجع عمومی قضایی اقامه دعوا کند. رفیعی در ادامه با طرح این سوال که اگر کالای یک تولید کننده مشکل پیدا کرد و مصرف کننده یا خریدار خواست از آن شکایت کند باید به کجا مراجعه کند، گفت: طبق قانون نظام صنفی در ابتدا مصرف کننده در اتحادیه شکایت می کند و هیات حل اختلاف ظرف یک مدت زمانی در این رابطه نظر می دهد. اگر هیات حل اختلاف به این نتیجه رسید که تخلفی اتفاق افتاده به شعبه تعزیرات حکومتی می فرستد و در شعبه تعزیرات حکومتی در یک مدت زمان معین حکم صادر می شود. اما چنانچه حکم به زیان تولید کننده یا مصرف کننده باشد می تواند به دیوان عدالت اداری شکایت کند و اگر این دیوان شکایت مصرف کننده را وارد دانست، این فرد برای جبران خسارات خود می تواند به دادگستری مراجعه و به این آرا استناد و مطالبه خسارت کند. این وکیل پایه یک دادگستری در بخش دیگری از سخنان خود به طرح دو سوال پرداخت و گفت: یک سوال این است که آیا قانون حمایت از مصرف کنندگان خودرو بعد از یک دهه در جهت حمایت از حقوق مصرف کننده موثر و موفق بوده است یا خیر و ایراد کار کجاست؟ سوال دوم این است که آیا قوانین و مقررات حمایت از مصرف کننده فقط در جهت حمایت از حقوق مصرف کننده است؟ رفیعی در ادامه افزود: در اغلب نظام های حقوقی

فرزین انتصاریان، رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران؛

راهبرد ملی کیفیت ایران چیست



راهبرد ملی کیفیت برنامه‌ای است جامع برای ایجاد اجماع ملی بر روی اولویت‌های ملی کیفیت کشور به گونه‌ای که تلاش تمامی ذی‌نفعان همسو و هم‌راستا شود و منجر به نتایج حداکثری شود. همچنین ایجاد فرصتی به منظور هم‌راستا کردن اقداماتی که در زمینه بهبود کیفیت، اندازه‌گیری و ثبت داده‌های کیفی است.

در عین حال راهبرد ملی کیفیت چارچوبی برای تحول در زمینه استقرار سیستم‌ها، کیفیت فرآیندها، کالاها، خدمات و روش‌های انجام فعالیت‌ها است. همچنین راهبرد ملی کیفیت راهنمایی است برای شناسایی خلأهای اندازه‌گیری کیفیت، نحوه، اندازه‌گیری و بهبود آنها و در عین حال تلاشی همگانی برای ایجاد جامعه‌ای ایمن و سالم است.

راهبرد ملی کیفیت حرکتی به منظور بهبود کیفیت، موفقیت پایدار، رقابت‌پذیری و در راستای تقویت اقتصاد مقاومتی است، همچنین راهبرد ملی کیفیت، بهبود فرهنگ تولید و مصرف، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، اصلاح رفتار و شیوه‌های انجام کار و ارتقای سطح آگاهی و شناخت مردم برای انتخاب آگاهانه است.

چرا به راهبرد ملی کیفیت نیازمندیم

دلایل آن ترسیم افقی روشن در زمینه بهبود کیفی محصولات، استقرار سیستم‌ها و نظامات کیفی کشور، مراقبت موثرتر ایمنی و سلامتی جامعه و بهبود کیفیت زندگی مردم، شناسایی خلأهای اندازه‌گیری و هماهنگی و هم‌راستا کردن اندازه‌گیری‌ها و اقداماتی که در زمینه بهبود کیفیت صورت می‌پذیرد و همچنین بهبود ثبت داده‌های کیفی به منظور مانیتورینگ بهتر کیفیت کالاها و خدمات است.

پیشگیری از آسیب‌های احتمالی بالقوه، کاهش موازی‌کاری‌ها و هزینه‌های مترتب بر آن، بهبود فرهنگ تولید و مصرف و ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، رهبری کیفیت به صورت هماهنگ در مقیاس ملی، کاهش حوادث، اتفاقات ناگوار و آسیب‌پذیری اجتماعی در بخش تولید و ارائه خدمات، بهبود فضای کسب‌وکار، رقابت‌پذیری، ایجاد بستری به منظور موفقیت پایدار و تقویت اعتماد ملی به کالاها و خدمات از دیگر دلایلی است که به راهبرد ملی کیفیت نیازمندیم.

چالش‌ها و مسائل جامعه ایران در زمینه کیفیت

وجود چالش‌های جدی در صنایع خودرو، ساختمان، غذایی و کشاورزی، باقیمانده آفت‌کش‌ها و فلزات سنگین در سبزیجات، میوه‌جات، فرآورده‌های پروتئینی و عدم وجود راهبرد ملی کیفیت در هر کدام و یا هماهنگی و هم‌راستا نبودن آنها با یکدیگر و راهبرد ملی کیفیت و تهدیدهای بالقوه ناشی از آن، گزارشات متناقض کیفی در ارتباط با اندازه‌گیری کیفیت کالاها و خدمات داخلی و وارداتی، آلودگی آب و هوای کشور و لزوم بازنگری در کیفیت فرآورده‌های سوختی کشور و تدوین راهبرد مشترک با حضور تمامی ذی‌نفعان از جمله این چالش‌ها است.

موازی‌کاری‌های موجود در بخش کیفیت و استفاده از معیارهای چندگانه، پایین بودن سطح رقابت‌پذیری محصولات داخلی، ناهماهنگی و عدم همسویی و بعضا تقابل اقدامات در بخش و ارزیابی و همچنین اقدامات کیفی، آمار بالای تصادفات کشور و لزوم بازنگری در کیفیت صنعت خودروهای داخلی و صنایع وابسته و نبود پایگاه متمرکز ثبت داده‌های کیفی و پایش نامناسب آنها از دیگر چالش‌های موجود است.

در مدل راهبرد ملی کیفیت ایران پنج هدف کلان در نظر گرفته شده است:

برای دستیابی به این اهداف، هفت اولویت کیفیتی براساس چالش‌های پیش‌روی کشور انتخاب

و سپس با به‌کارگیری از ده ابزار سعی شده تا با لحاظ کردن اولویت‌های مذکور در راستای تحقق اهداف کلان کیفیت کشور حرکت کرد. اهداف کلانی که دیده شده استقرار سیستم‌ها و نظامات کیفی کالاها و خدمات و روش‌های انجام فعالیت‌ها، کاهش هزینه‌ها، افزایش رقابت‌پذیری، پیشگیری از آسیب‌های احتمالی و مراقبت بهتر از ایمنی و سلامتی افراد جامعه و همسو کردن اقدامات و ارزیابی‌های کیفی است که منجر به نتایج حداکثری می‌شود.

راهبرد ملی کیفیت چگونه کار می‌کند:

بهبود کیفیت زندگی و مراقبت بهتر از ایمنی و سلامتی مردم فقط هنگامی میسر است که همه افراد، خانواده‌ها، بخش‌ها، بنگاه‌های اقتصادی، دستگاه‌های اجرایی، جوامع و انجمن‌های علمی و تخصصی، ارائه‌دهندگان خدمات و کارکنان آن را بخشی از مأموریت خودشان تعریف کنند.

اولویت‌های ملی کیفی، بهبود فرهنگ تولید و مصرف، بهبود مراقبت از ایمنی و سلامتی افراد جامعه، توسعه زیرساخت‌های کیفیت، توسعه استانداردسازی در مفهوم عام، کاهش و بهبود مصرف انرژی، ایجاد بستر داده به منظور مانیتورینگ، اقدامات هماهنگ در گزارش‌دهی و تصمیم‌گیری و سیستم‌ها، نظامات و مدل‌های کیفی از جمله دیگر مواردی هستند که موجب کارکرد راهبرد ملی کیفیت می‌شوند.



اهداف تدوین سند جامع و نقشه راه تحول نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت کشور

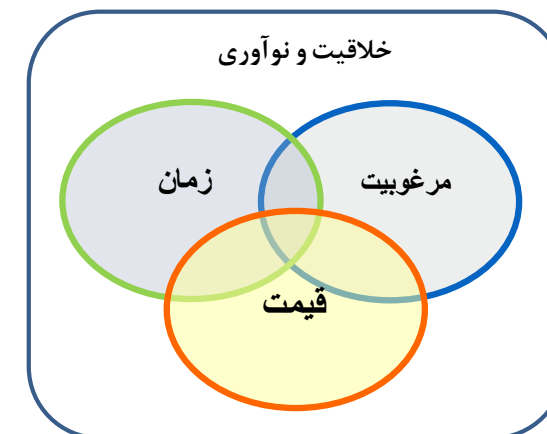
«سند جامع و نقشه راه تحول نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت کشور» سندی است که راهبردهای ملی و مشارکت ذینفعان را در حوزه استاندارد و مدیریت کیفیت کشور تعیین می نماید و به تحقق اهداف کلان دولت در زمینه هایی از جمله توسعه صنعتی، رقابت تجاری در بازارهای جهانی، استفاده کارآمد از منابع طبیعی و انسانی، ایمنی مواد غذایی، بهداشت، محیط زیست و تغییرات آب و هوایی به منظور توسعه پایدار، افزایش رفاه و رضایتمندی اجتماعی کمک می کند.

هدف از تدوین این سند، ارائه یک نقشه راه و برنامه برای هدایت و تحول در نظام استاندارد سازی و مدیریت کیفیت کشور، به عنوان فرصتی برای افزایش آگاهی از اهمیت و نقش آفرینی استاندارد و کیفیت در توسعه پایدار و چگونگی بهره مندی ذینفعان ملی از آن ها می باشد. مشارکت و نقش آفرینی کلیه ذینفعان نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت کشور و راهبردهای ملی کیفیت (National Quality Policy)، نیازهای کشور را برآورده می سازند و تحقق اهداف پایدار کشور را میسر می سازند.

همانگونه که پیش از این قید شد یکی از مهمترین محورهای رشد اقتصادی و توسعه بازار، ارتقاء کیفیت است. مفهوم کیفیت و ابعاد آن در شکل زیر ارائه شده است، کیفیت شامل سه مولفه و یک بستر است:

مرغوبیت (بازدهی در ابعاد مختلف آن) از دید مشتری و

مصرف کننده
قیمت (هزینه تهیه و استفاده)
زمان (زمان تهیه، تحویل و مدت دوام)
بستر نوآوری و خلاقیت و توسعه که شامل هر سه مولفه فوق می باشد.



مدیریت کیفیت، به مفهوم مدیریت سه مولفه فوق در بستر نوآوری و خلاقیت است. شکل زیر تصویری از ابعاد مدیریت کیفیت را از جنبه های فرایندی و محصولی مشخص مینماید. مدیریت کیفیت می تواند از دو جنبه بر نتایج عملکرد هر سازمانی تاثیر گذار باشد. ابتدا، کیفیت با ارائه کالا و خدمات متناسب با نیازهای مشتریان و برتر از سطح رقبا، نتایج مالی سازمان را بهبود بخشد، و دوم استمرار بی وقفه کیفیت منجر به ایجاد فرهنگی می شود که در نهایت به موفقیت پایدار سازمان می انجامد.

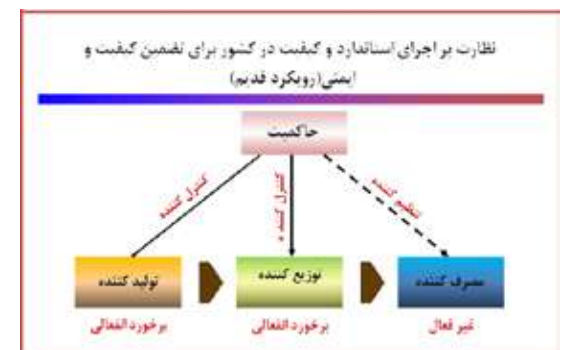
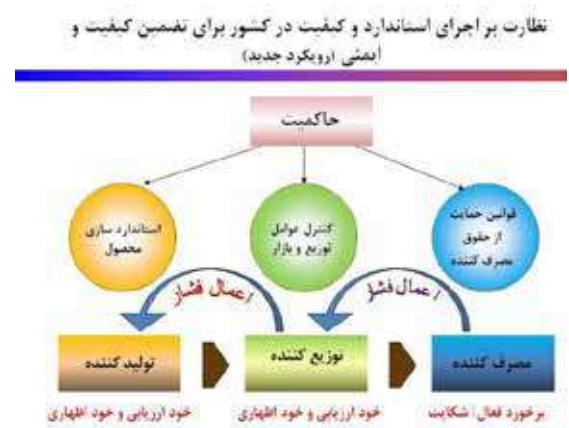
در بند ۲۱-۴ سیاست های کلی برنامه پنجساله پنجم توسعه و بند (و) ماده ۲۳۴ قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه به «تقویت و توسعه نظام استاندارد ملی» در بند ج سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی به «توسعه و ارتقاء استانداردهای ملی و انطباق نظام های ارزیابی کیفیت با استانداردهای بین المللی» و در بند ۳۰ سیاست های کلی برنامه پنجساله ششم توسعه و ماده ۳۰ قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد به «تدوین و اجرای سند جامع و نقشه راه تحول نظام استانداردسازی کشور و مدیریت کیفیت» تاکید شده است.

تحول در نظام استانداردسازی به منزله تغییر رویکرد قدیم به جدید در نظام استانداردسازی کشور است. از عمده ترین مراجع تعیین کننده ضرورت تحول می توان به تغییر در انتظارات حاکمیت در قالب سیاست های کلی نظام و رهنمودها، الزامات اسناد بالادستی، انتظارات شورای عالی استاندارد، انتظارات جامعه، الزامات تعاملات

بین المللی و تغییر در رویکرد استانداردسازی در جهان اشاره کرد.

در رویکرد قدیم، سازمان ملی استاندارد تنها رکن کنترل کننده و اهرم اعمال فشار برای حصول اطمینان از کیفیت و کالاها و خدمات تلقی می شد، در حالی که در رویکرد نوین کلیه ذینفعان نظام استانداردسازی اعم از تولیدکننده، توزیع کننده و مصرف کننده، نقش خود را ایفا خواهد نمود و سازمان ملی استاندارد به عنوان هماهنگ کننده بین ذی نفعان، عمل خواهد کرد و ارتقاء کیفیت و استاندارد در کشور با مشارکت کلیه ذینفعان نظام استاندارد سازی و مدیریت کیفیت کشور محقق می گردد. این موضوع به صورت شماتیک در شکل ها زیر نشان داده شده است.

مدل کلان و جامع ارکان نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت کشور منطبق بر قانون جدید و خطوط ارتباطی آن ها با یکدیگر در شکل زیر نشان داده می شود.



فرزین انتصاریان رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران
با تشریح چالش های کیفیت در صنایع تاکید کرد:

کشور نیازمند حرکت زیربنایی برای ارتقا و توسعه کیفیت است



از زمانی که انسان توانایی تولید محصول را پیدا کرد در تلاش برای مدیریت کیفیت آن محصول بوده و این اقدامات را می توان در ظرافت، دقت و هنرمندی خاصی که در آثار باستانی متعلق به زمان های دور وجود دارد، دید. با شروع انقلاب صنعتی در اواسط قرن هجدهم، ماشین آلات جایگزین ابزار و مهارت های فردی افراد هنرمند و صنعتگر شد و با پیدایش روش های جدید و پیچیده، اشتیاق به تولید نیز افزایش یافت و بدین ترتیب نیاز به کنترل کیفیت محصول نهایی، ابعاد تازه ای پیدا کرد. این روزها برداشت های مختلفی از کنترل کیفیت در صنعت وجود دارد اما به طور کلی علاوه بر ضرورت کنترل کیفیت، اقدامات سیستمی جهت رسیدن به سطح مطلوبی از کیفیت یک محصول یا یک فرآیند تولید و نگهداری آن با برنامه ریزی دقیق، استفاده از ماشین آلات مناسب، بازرسی مستمر و اقدامات اصلاحی است. با این حال امروز بیشتر صنایع درگیر سیستم های ارتقای کیفیت بوده و نتوانسته اند چندان اهداف پیش بینی شده و مورد انتظار مصرف کنندگان در این حوزه را برآورده کنند. فرزین انتصاریان، رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران در گفت و گو با خبرنگار نشریه کیفیت و مدیریت، ضمن تشریح چالش های کیفیت در صنایع مختلف، راهبردهای ملی کیفیت را مورد توجه قرار داده و از ضرورت حرکت زیربنایی توسعه کیفیت در کشور سخن می گوید:

رهبر معظم انقلاب در تازه ترین تاکیدات خود، بر بی کیفیتی صنایعی همچون خودرو و لوازم خانگی تاکید کرده و حق را به مصرف کنندگان داده اند. در این شرایط این پرسش مطرح می شود که این تاکیدات که برای چندمین بار نیز مطرح شده تا چه اندازه می تواند راهگشای بهبود کیفیت در صنعت باشد؟ مساله کیفیت این روزها آنچنان در کشور مهم و دردآور شده که رهبر معظم انقلاب ناگزیر به ورود به مساله کیفیت صنایع خردی همچون خودرو و لوازم خانگی می شوند و به درستی احساسی که در جامعه وجود دارد را منتقل و خطاب به مسئولان اعلام می کنند که اقدامی عاجل انجام دهند. البته این موضوع از ابعاد مختلف جای شکر و تاسف دارد زیرا در زمانی که مسایل کلان و سیاسی کشور مطرح است، ذهن مسئولان عالی کشور به مسائلی معطوف شده که باید در سطوح اجرایی حل و فصل شود. هرچند نخستین بار نیست که رهبر معظم انقلاب و سایر مسئولان در سطوح مختلف و عالی کشور به مساله کیفیت می پردازند و ایراداتی از وضعیت موجود می گیرند. هرچند در این زمینه قوانین مختلفی تدوین شده اما موضوع بی کیفیتی محصولاتی که در کشور به تولید می رسد، آنچنان شفاف است که ضمن حساس شدن جامعه مصرف کننده، شاهد اثرپذیری صادرات و تحت تاثیر قرار گرفتن جامعه خارجی از این موضوع نیز هستیم به طوری که در بسیاری از موارد حتی توان صادرات با دوام به کشورهای همجوار وجود ندارد و تعاملات تجاری و صادرات انجام شده نیز تنها به صورت مقطعی و کوتاه مدت است.

این در حالیست که کشوری همجوار ایران همچون ترکیه در بسیاری از حوزه ها محور و تولیدکننده اصلی بسیاری از تجهیزات و قطعات صادراتی از جمله صنعت خودرو به شمار می رود و در حالی که خودروساز مهمی نیست اما سال ها است که نسبت به تولید قطعات خودروهای اروپایی اقدام کرده و صنعت قطعه سازی قوی و قابل اتکایی ساخته است.

حال سؤال این است که چگونه می توان این فرمان مهم را اجرایی کرد؟ قبل از ورود به موضوع، باید توجه داشت که معمولا استنباط عمومی و منظور از «کیفیت» تنها «درجه مرغوبیت» یک کالا و محصول را شامل می شود و محدود به مشخصات کاربردی محصول است که در ادبیات مدیریت کیفیت، تحت عنوان «کیفیت کوچک» شناخته می شود. ولی مفهوم مورد نظر از «کیفیت» در مدیریت کیفیت از این موارد گسترده تر بوده و علاوه بر ابعاد مرغوبیت، ابعاد زمان و هزینه و تآوری را شامل می شود بنابراین به مفهوم علمی برای مدیریت کردن این سه حوزه «کیفیت» باید در کلیه امور طراحی و تولید و عرضه محصول همواره سه فاکتور اساسی را در نظر گرفت و آن ها را مدیریت کرد. اول فاکتور «اثربخشی» (Effectiveness) که حوزه ای است که به کسب رضایت مشتری می پردازد. در حقیقت توجه حوزه اثربخشی به مصرف کننده و مشتری است و بخشی از آن مرغوبیت محصول در مفهوم «کیفیت کوچک» شامل می شود. حوزه دوم «کارایی» (Efficiency) است که به ابعاد دیگر کیفیت شامل ابعاد زمانی در امورتولید و عرضه و کارکرد و ابعاد قیمت تمام شده برای مصرف کننده نیز می شود. به این معنا که با حذف هرگونه اتلاف زمان، مواد و هزینه در جریان طراحی، تولید و عرضه، محصول را با کمترین قیمت، سریع ترین زمان و بالاترین دوام تحویل مشتری و مصرف کننده شود. حوزه سوم «ایمنی» (Safety) است که جزئی از مفهوم «کیفیت» به شمار می رود و مستلزم عدم ایجاد ضرر و زیان است. این حوزه

محدود به مصرف کننده نبوده بلکه محیط زیست و بسیاری از جنبه اجتماعی را شامل می شود. اقتصاد سالم و پیشرو زمانی محقق می شود که هر سه حوزه با تولید محصولات از سوی تولیدکنندگان پوشش داده شود. بنابراین هرگونه صحبت از کیفیت شامل این سه حوزه خواهد شد. روشن است که موفقیت یک سازمان معطوف به حضور موفق محصول آن در بازار است که آن نیز نیازمند اقدامات کافی در خصوص تداوم کیفیت با رعایت فاکتورهای اثر بخشی و کارایی ایمنی محصول از مرحله طراحی تا پایان دوره کاردهی است.

صنعت خودرو و صنایع لوازم خانگی در ردیف صنایع بزرگ به شمار می روند که بخش عمده ای از نیروی شاغل را به خود اختصاص داده و سهم زیادی در تولید ارزش افزوده در اقتصاد کشور ما دارند اما با این حال در هر دو حوزه، دارای مشکلات عدیده ای هستیم که یکی از اشکالات پایه ای در صنعت خودرو را می توان از ابتدا تاکنون حاصل شناخت محدود مسئولان از ماهیت این صنعت بوده است به این معنی که صنعت خودرو را در خطوط مونتاژ آن شناسایی می کنند و لذا تمرکز بر توسعه شرکت های خودروساز و رفع مشکلات آنها بوده است. در حالی که قطعه سازی، بدنه اصلی صنعت خودرو به شمار می رود که هم سهم اشتغال بسیار بالاتر و هم ارزش افزوده بیشتری نسبت به خودروسازی دارد. از جانب دیگر کیفیت خودرو ساخته شده نیز بسیار زیاد وابسته به کیفیت قطعات تشکیل دهنده آن است. خوشبختانه از مطالبی که این روزها در رسانه ها طرح می گردد استنباط میشود که مسئولان در دولت جدید متوجه این مهم شده اند و برای مثال وزیر صمت در تازه ترین اظهارات خود، ۷۰ درصد صنعت خودرو را صنعت قطعه سازی عنوان و بر توسعه و ارتقاء کیفیت در آن تاکید کرده اند.

با توجه به تنوع و پراکندگی جغرافیایی صنعت قطعه سازی در صورت قابلیت بالا، امکان مونتاژ وجود خواهد داشت بنابراین تنها سازنده خوب بودن کفایت نمی کند زیرا کار به صورت یک زنجیره به یکدیگر متصل است و یک خودروساز زمانی وارد صنعت خودروسازی خواهد شد که همه امکانات وجود داشته باشد.

صنعت خودرو زمانی می تواند تصویر ذهنی مثبتی در میان مصرف کننده داخلی داشته باشد که از طریق تولید و عرضه خودرو با کیفیت در طول زمان دارای هویت قابل قبولی بشود و با ارائه خدمات مناسب در زمان و قیمت مورد انتظار مشتری دید مثبتی نسبت به آیین صنعت بوجود آید. متأسفانه به دلیل مشکلاتی که در سال های گذشته به وجود آمده و همچنان نیز ادامه دارد هم اکنون صنعت خودرو هویت خاص و مثبتی ندارد و در نتیجه آن نما و تصویر ذهنی مشتری به اندازه ای منفی شده که مقامات عالی کشور نیز به این موضوع ورود کرده و بر ایجاد تحول در کیفیت آن تاکید دارند. شکی نیست که ادامه این روند اثر منفی بر صنعت به همراه خواهد داشت. باید توجه داشت. که حتی اظهارات اخیر در خصوص بی کیفیت بودن صنایع از جمله صنعت خودرو که گاهی به صادرات نیز دارد، اظهاراتی از این دست می تواند ضربه سهمگینی به تصویر نمای آن وارد کند. بنابراین انتقاد مسئولان عالی کشور نسبت به کیفیت محصولات در عین ضروری بودن اثرات کلان در برداشت مشتریان و دست اندرکاران بین المللی که ممکن است در آینده در آن مشارکت نمایند داشته و در نتیجه هویت صنعت را بیش از گذشته خدشه دار می کند.

انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز از دیرباز حساسیت بالایی نسبت به کیفیت صنعت خودرو داشته، از این رو طرح راهبردی ارتقای کیفیت در صنعت خودر با تمرکز بر زنجیره تامین آن توسط کارشناسان انجمن با استفاده از روش هایی که سایر کشورهای که با این مشکل دست به گریبان بوده و راهکارهایی برای حل آن یافته اند، تهیه شده است. این طرح طی نامه هایی به وزارت صمت و دیگر مسئولان صنعت خودرو در کشور ارسال شده و طی آن راهکارهای توسعه و ارتقاء کیفیت در این صنعت مطرح شده. قابل ذکر اینکه کاربرد مدل راهبردی مطرح شده در این طرح تنها محدود به صنعت خودرو نبوده و برای سایر صنایع همچون صنعت لوازم خانگی و ساخت تجهیزات نفتی و صنایع دیگری که وابسته به زنجیره تامین خود هستند نیز قابل اجرا است.

نگاهی به صناعی که در سال های گذشته با مشکل بی کیفیتی و یا کم کیفیتی دست به گریبان بوده اند، نشان می دهد که همه این صنایع دارای استانداردهای اجباری و سندهایی با هدف ارتقای کیفیت بوده اند اما نتیجه آن همواره بی کیفیتی این صنایع بوده است. به اعتقاد شما آیا این اسناد دارای مشکل بوده اند و یا صنایع هنوز راهبرد مشخصی در زمینه ارتقای کیفیت ندارند؟

بسیار سوال خوبی است. همانطور که گفته شد، کیفیت تنها دارای یک بعد نیست بلکه باید همواره سه بعد آن مد نظر قرار گرفته و هرگونه اقدامات ارتقای کیفیت هر سه بعد را تحت پوشش قرار دهد. در حال حاضر تمرکز استانداردها عمدتاً بر «ایمنی» مصرف کننده و کسان دیگری که ممکن است بر اثر آن ضرر و زیانی متحمل شوند قرار دارد. بنابراین به جز استاندارد های مرتبط به مدیریت تضمین کیفیت مثل استاندارد های ISO ۹۰۰۱ و استاندارد ISO/TS ۱۶۹۴۹ که به دلیل کارایی کم آن به استاندارد IATF ۱۶۹۴۹ جایگزین شده و تا حدودی اثر بخشی را آن هم تنها در محدوده فرایند های تولید محصول تحت پوشش قرار میدهند و از دیر باز برای صنعت خودرو اجباری بوده و مبنای ارزیابی شرکت های تولید کننده قطعات خودرو استفاده میشود، بقیه استاندارد ها که ۸۵ تعداد استاندارد نیز اجباری اعلام شده، همگی مربوط به تجهیزات ایمنی سرنشین و آلودگی محیط زیست است. متأسفانه استفاده از استاندارد ISO ۹۰۰۴ که به طور جامع هر سه بعد کیفیت شامل اثر بخشی و کارایی و ایمنی را تحت پوشش قرار میدهد و کیفیت سازمان را در کنار محضول آن تحت پوشش قرار میدهد مورد استفاده قرار نمی گیرد. کمتر استاندارد وجود دارد که به حوزه کارایی وارد شود و اعلام کند که قیمت تمام شده از مبلغ مشخصی فراتر نرود.

همانطور که ذکر شد هم اکنون در صنعت خودرو ۸۵ استاندارد اجباری در زمینه ایمنی تعریف شده اند. متأسفانه الزام به اجرای این استاندارد ها و صدور گواهینامه انطباق برای آنها مشکل بی کیفیتی خودروها را حل نکرده است. بنابراین نباید از سازمان ملی استاندارد انتظار داشت که تنها با افزایش استانداردهای اجباری و الزام به دریافت گواهینامه انطباق بتوان تحول چشمگیری در کیفیت صنعت خودرو ایجاد کرد چرا که به طور کلی این امور در مسئولیت و ظرفیت این سازمان نیست. برای اثبات این موضوع کافیسث حادثه دلخراش اخیر تصادف بهبهان را مورد بررسی اجمالی قرار دهیم. بر اساس اطلاعات منتشر شده، دلیل کشته شدن افراد، باز نشدن کیسه های هوای خودروها اعلام شده. این در حالیست که همه کیسه های هوا چه وارداتی یا

تولید داخل که در خودروها نصب شده بوده اند همگی مشمول استاندارد اجباری بوده اند قاعدتاً دارای گواهینامه انطباق بوده و در حین ساخت اتومبیل ها نیز مورد انواع بازرسی ها قرار گرفته اند. شرکت های قطعه ساز و خودرو ساز نیز مشمول انطباق با استاندارد مدیریت تضمین کیفیت IATF ۱۶۹۴۹ بوده و برای آن نیز گواهینامه دریافت کرده اند. این امر نشان می دهد مشکل صنعت خودرو با الزام به داشتن گواهینامه انطباق با استاندارد های اجباری حل نمی شود بلکه باید تولید بر اساس اصول «نقص صفر» (Zero Defect) صورت گیرد. ارتقای کیفیت در حوزه اثربخشی با رویکرد نقص صفر بسیار عمیق و پیچیده است، زیرا برای یک خودرو که از هزاران قطعه تشکیل شده است باید تلاش کرد که اطمینان حاصل شود که در طول عمر خودرو هیچ قطعه ای خراب نمی شود. البته هیچ خودرو سازی نمی تواند چنین ادعایی داشته باشد ولی میتوان با استفاده از انواع سیستم های مدیریتی و ابزارهای کنترلی مدیریت کیفیت به این هدف نزدیک شد. با یک بررسی آمارهای اعلام شده در مورد نقائص و ایرادات اعلام شده از جانب مصرف کنندگان و مقایسه با تولید کنندگان شناخته شده جهان متوجه میشویم که صنعت خودرو سازی ما، مشکل زیربنایی دارد. در حوزه کارایی نیز وضعیت به همین صورت است. کافیسث میزان دوباره کاری ها و معطلی ها و ضایعات حین تولید و تحویل را تعیین کرد و رزش مالی آنها را محاسبه و تأثیر آن را بر قیمت تمام شده خودرو حساب کرد. از شواهد آن میتوان قیمت بالای خودرو همزمان با ضرر و زیان تولید کننده در بازار انحصاری ایران به همراه بد قولی های خودرو سازان را از آنرا آن شناسایی کرد.

عدم توجه به کیفیت تنها به صنایع خودرو و یا لوازم خانگی محدود نمی شود بلکه آن را می توان در صنایع کشاورزی و ساخت وساز و و بسیاری دیگر از جمله بخش های خدمات نیز مشاهده نمود. ضعف کیفیت را حتی در روند عملکرد بعضی سازمان های دولتی و تشکیلات شهری نیز میتوان دید. در عین اینکه ورود مقامات عالی کشور به موضوع کیفیت را باید به فال نیک گرفت اما روشن است که تنها با طرح مسائل و مشکلات و اعلام برنامه هایی که بعضاً فقط جنبه تبلیغاتی دارد و یا خطاب هایی که از سطوح عالی صورت می گیرد نمیتوان در حوزه ارتقای کیفیت که دارای پیچیدگی های بسیار است به نتیجه رسید چرا که این امر مهم نیازمند اقدامات زیربنایی و حرکت پر تلاش همگانی برای ارتقا و توسعه کیفیت در سطح کشور است. خوشبختانه یکی از اقداماتی که در این زمینه به صورت جدی به آن پرداخته شده، تدوین و تصویب «قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد» است که حدود دو سال از تصویب و ابلاغ آن می گذرد و هم اکنون پیاده سازی و انطباق با الزامات آن در سازمان ملی استاندارد مطرح است. اقدامات زیر بنایی و اساسی مختلفی که در این قانون خواسته شده، که هنوز به صورت کامل توسط سازمان ملی استاندارد و دستگاه های اجرایی مسئول اجرایی نشده است. بسیاری از الزامات در محدوده سازمان ملی استاندارد نیست، از جمله تدوین مقررات فنی توسط دستگاه های اجرایی و قانون حمایت از حقوق مصرف کننده، یکی از اصلی ترین الزامات مندرج در این قانون تدوین «سند جامع راهبردی نظام استاندارد سازی و مدیریت کیفیت» است. امیدواریم با نهایی شدن و ابلاغ و اجرای راهبرد ها و برنامه های مندرج در این سند حرکتی را که انتظار می رود در حوزه توسعه کیفیت به وقوع بپیوندد را شاهد باشیم.

بیشتر مسئولان صنایع مختلف در تشریح استانداردها از رعایت حداقل کیفیت در استانداردهای آن صنعت سخن می گویند، آیا می توان اذعان داشت که حرکت زیربنایی ارتقای کیفیت به دلیل قوی نبودن زیرساخت ها شکل نگرفته و به عبارتی صنایع از پایه، قوی شکل نگرفته اند؟

همانطو که گفته شد، استانداردها عمدتاً محدوده ایمنی را پوشش می دهند و بیشتر آنها در حوزه مشخصات فنی محصول و نحوه تولید و آزمایش آن است. بنابراین نباید از استاندارد انتظار پوشش مباحث کیفی را داشت. هم اکنون بیش از ۹۵ درصد استانداردهای کنونی، ترجمه استانداردهای بین المللی مثل استاندارد های سازمان جهانی استاندارد ISO - IEC و یا استاندارد خاص اتحادیه اروپا EU یا استاندارد های خارجی مثل BS انگلستان و DIN آلمان هستند و غالباً هیچ دخل و تصرفی در ترجمه این استانداردها صورت نمی گیرد. بعضی صنایع نیز استاندارد های تخصصی خود را دارند. برای نمونه در صنعت نفت فارغ از استانداردهای ملی موجود، ناگزیر به رعایت استانداردهای صنعت نفت آمریکا API هستند. بنابراین تصور این که ارتقا و تحقق کیفیت با رعایت استانداردهای محصول به وجود می آید درست نیست. نکته کلیدی این است که حتی استانداردهای سیستم مدیریت تضمین کیفیت ISO ۹۰۰۱ تنها تا اندازه ای حوزه اثربخشی و ایمنی را پوشش داده و فقط برای شروع ساماندهی اقدامات ارتقای کیفیت کاربرد دارد و در زمینه های توسعه کیفیت جامعیت لازم را ندارند.

قانون قبلی سازمان ملی استاندارد متعلق به ۱۳۴۳ و قانونی تنها با هدف تاسیس سازمان استاندارد در ایران بود. با تحولاتی که در حوزه استاندارد سازی در جهان با یک رویکرد نوین مطرح شد انجمن مدیریت کیفیت ایران در معرفی این رویکرد جدید اقدامات گسترده ای را انجام داد و نهایتاً بازنگری این قانون در مجلس شورای اسلامی به عنوان یک طرح مطرح شد تا قانونی برای نظام استاندارد سازی و ارتقاء کیفیت تدوین شود. این قانون بعد از حدود ۱۰ سال بحث و گفت و گو به تصویب مجلس رسید و ابلاغ شد.

در تشریح محتوای این قانون لازم است به تحولی که در نظام استاندارد سازی در جهان به وقوع پیوست اشاره ای داشته باشیم. استاندارد سازی در دنیا از اواخر سال ۱۹۸۰ به طور کلی متحول شد و از تدوین و اجرای داوطلبانه استاندارد فرا تر رفت و شامل نظام های ارزیابی و صدور گواهینامه انطباق و اعتبار بخشی و تأیید صلاحیت نیز شد. محتوای استانداردها نیز از تعریف مشخصات مواد و محصولات و روشهای آزمایش فراتر رفت و به حوزه های مدیریت کیفیت و تکنیک های کنترل و تضمین آن ن هم وارد شد. در طول زمان این رویکرد توسعه بیشتر یافته و در نظام تولید و تجارت جهانی جایگاه محوری پیدا کرده است. این تحولات کماکان ادامه دارد و ابعاد آن هر روز گسترده تر میشود به طوری که استاندارد سازی دیگر تنها به معنای انطباق محصول با استاندارد نبوده بلکه به نظامات مدیریتی می پردازد که رضایت و سلامت کامل همه دینفعان از جمله محیط زیست و جامعه و نسل های آینده را تحت پوشش قرار داده است.

در تنظیم قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد تلاش شده که رویکرد نوین استاندارد سازی مورد توجه و پوشش قرار گیرد، در این قانون مواردی مطرح شده که مربوط و متعلق به سازمان ملی استاندارد است و اجرای آن ها نیازمند تحول زیربنایی در



سازمان ملی استاندارد است. به عبارتی دیگر، ساختار فعلی سازمان استاندارد، باقی مانده سازمانی منطبق با قانون قبلی است و برای تطبیق با قانون جدید، نیازمند تحولات بسیار گسترده ای است. علاوه بر آن بخش عمده ای از دستگاه های اجرایی مثل وزارتخانه ها و سازمان های حاکمیتی نیز در این قانون موظف به اجرای مواردی شدند که از جمله آن ها، تدوین مقررات فنی و اجرای مسئولانه این مقررات است، لازم به ذکر است که در ایران بر خلاف سایر کشورهای پیشرفته دنیا مقررات فنی که همه موارد الزام آور و همه اقداماتی که برای ایمنی، حفاظت و سلامت جامعه و جلوگیری از انحرافات و اتفاقات و حوادث لازم است را در یک مجموعه مقررات رسمی و اجباری به صورت یکپارچه در خود داشته باشد و بتواند به راحتی در اختیار تولیدکننده، مصرف کننده و نظام های نظارتی قرار گیرد وجود ندارد.

در حال حاضر این مقررات به طور پراکنده و نا کافی در دستورالعمل ها و مقررات دستگاه های اجرایی وجود دارد. برای مثال بخشی از الزامات در قالب استاندارد های اجباری توسط سازمان ملی استاندارد اعمال میشود و برخی به صورت بخشنامه و مقررات توسط دستگاه های اجرایی تهیه شده و اعمال می شود. بعضی هم توسط دستگاه های نظارتی تعریف شده و اعمال می

گردد. نکته مهم اینکه بعضی از این الزامات با یکدیگر متفاوت و متعارض هم هستند و برای ذینفعان مثل تولیدکننده، عرضه کننده و مصرف کننده ایجاد سر درگمی کرده و موجب زحمت اضافی و معطلی بسیار می شود.

موضوع دیگری که در قانون جدید مطرح شده ورود به بحث کیفیت است. این قانون در حقیقت علاوه بر استانداردسازی که بحث ایمنی محصول را پوشش می دهد، به دنبال تدوین راهبرد ملی استانداردسازی و توسعه کیفیت است که در قانون تحت عنوان «سند جامع راهبردی نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت» آمده است. برای تدوین این سند، انجمن مدیریت کیفیت ایران ظرف دو سال گذشته همکاری هایی را با سازمان ملی استاندارد داشته و در تدوین پیش نویس نهایی قانون مشارکت کرده است. اما تا آنجا که اطلاع دارم هنوز از سوی سازمان ملی استاندارد به دولت برای تصویب نهایی نرفته است. در راهبرد ملی کیفیت چه مواردی پیش بینی شده و ساختار اصلی آن به چه شکل خواهد بود؟

همانطور که گفته شد موضوع راهبرد ملی کیفیت، در قانون، تحت عنوان سند مطرح شده و سازمان ملی استاندارد موظف به تهیه و ارسال آن به شورای عالی استاندارد است و احتمالا به دلیل گستردگی حوزه عمل آن ممکن است هیئت دولت نیز مطرح شود و پس از تصویب، به عنوان مرجع و مبنای برنامه ریزی توسعه استاندارد سازی و مدیریت کیفیت مورد استناد قرار می گیرد.

جهت تهیه محتوای این سند، در دو سال اخیر در سازمان ملی استاندارد اقداماتی انجام شده. انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز در حدود ۲۰ سال بر روی ابعاد راهبرد ملی کیفیت کار کرده و و کنفرانس ها و سمینارهای زیادی برگزار و مقالات ومطالب زیادی نیز تهیه و منتشر کرده است. درجریان تدوین این سند چکیده این اطلاعات به طور شفاهی و رسمی نیز در اختیار سازمان ملی استاندارد گذاشته شد که می توان ادعا کرد، نسخه پیش نویس نهایی راهبرد ملی کیفیت با توجه به این مطالب تهیه شده است.

در قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد علاوه بر تدوین راهبرد ملی کیفیت، نکات دیگری مطرح شده از جمله توسعه استانداردهای پژوهش محور و تدوین استانداردهای ملی همتراز با استانداردهای جهانی مورد تاکید قرار گرفته است. این در حالیست که تا کنون استاندارد های پژوهشی محور چندانی توسط سازمان ملی استاندارد تدوین نشده است. علاوه بر آن اقدامات گسترده ای با هدف توسعه کیفیت از سوی قانون تعریف شده که اندازه گیری نرخ کیفیت و استفاده از ظرفیت های بخش خصوصی و تشکل ها برای انجام امور بازرسی و آزمایش و ... بخشی از آن است.

قانون به غیر از حوزه وظایف سازمان ملی استاندارد به حوزه های دیگری نیز وارد شده که یکی از این حوزه ها، بحث حمایت از حقوق مصرف کننده و قانون آن است.

لازم به ذکر است که در رویکرد نوین استانداردسازی که مبنای قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد است، برای کارایی نظام اساتاندارد و توسعه کیفیت و ایمنی این قانون نیازمند یک قانون مکمل است . این قانون مکمل در جهان تحت عنوان قانون حمایت از حقوق مصرف کننده (consumer Protection Act) است که با قانون فعلی کشور ما تفاوت های اساسی دارد. مسئولان مربوط به موضوع در کشور طبق که در رسانه

ها از قول آن ها عنوان شده، همگی اذعان به ناکارآمدی این قانون دارند که نیاز به بازنگری آن را در برنامه دارند. امید ما این است که در بازنگری این قانون ، نسبت به هماهنگی با قانون جدید استاندارد و مبنای رویکرد نوین استانداردسازی توجه کافی مبذول شود.

در اغلب کشورها، قانون حمایت از حقوق مصرف کننده جزئی از قانون خرید و فروش به شمار می رود و اگر خرید و فروش را مترادف کلمه تجارت بشناسیم، این قانون جزئی از قوانین خرید و فروش است. بد نیست به این موضوع نیز اشاره ای داشته باشیم: قانون فعلی تجارت در سال ۱۳۱۱ توسط مجلس شورای ملی کشور تصویب شد و در سال ۱۳۴۷ بخشی از مواد این قانون مورد اصلاح قرار گرفت.

بیش از ۸۵ سال است که این قانون بر روابط تجاری و بازرگانی کشور حاکم است، جالب این که ماهیت این قانون برای تاسیس شرکت ها و موسسات تجاری بوده و نه تعاملات تجاری شامل خرید و فروش و واردات و صادرات. به عبارت دیگر، در کشور ما قانون مشخصی که به صورت یکپارچه متمرکز بر تعاملات تجاری به مفهوم خرید و فروش باشد وجود ندارد، بلکه مواد متعددی در قانون مدنی و قوانین دیگر مثل قانون اصناف و قانون حمایت از مصرف کننده و قانون تعزیرات حکومتی و غیره آمده که مشترکا حاکم بر تعاملات و روابط بین خریدار، تولیدکننده و عرضه کننده است. به دلیل مسایل و مشکلات عدیده ای که درتفسیر و اجرای قانون تجارت فعلی وجود دارد ، اصلاح آن از اوایل دهه هشتاد در دولت وقت مطرح شد و در سال های بعد چندین بار بین دولت های وقت و نهادهای قانون گذاری دست به دست شده است و کماکان نیز در مجلس شورای اسلامی مطرح است .

قوانین حمایت از مصرف کننده، خود دارای زیر بخش هایی است که اجرای آن ها، اولاً تولید کننده و عرضه کننده را موظف به رعایت و اطلاع رسانی موارد ایمنی کالای خود نموده و مضافاً در صورت ایجاد ضرر زیان، اعم از مادی و معنوی، مراحل احقاق حق مصرف کننده را تسهیل نموده و زیان زننده را موظف به جبران آن می نماید.

بنابراین به اعتقاد من، در صورت وجود چنین قانونی در کشور، نیازی برای ورود رهبر معظم انقلاب به مباحث نارضایتی مردم از کیفیت کالاها و بی کیفیتی صنعت خودرو و صنعت لوازم خانگی به وجود نمی آمد. بلکه عموم مردم در شخصیت خریدار یا مصرف کننده می توانستند از تولیدکننده یا عرضه کننده کالا مطالبه رعایت تعهدات و موارد ایمنی و کیفیت مورد نظرشان را داشته باشند و به راحتی خسارات وارده به خودشان را از مسیر قانونی وصول نمایند. بنابراین نبود این قانون نه تنها برای مصرف کننده بلکه برای نهادهای حاکمیتی نیز معضل ایجاد کرده است. باید به این موضع هم اشاره کنم که، انجمن مدیریت کیفیت ایران از ۶۰ سال پیش برای متوجه ساختن مراجع تصمیم گیر در مورد ضرورت بازنگری قانون فعلی حمایت از مصرف کننده، نشست های متعددی برگزار و مقالات بسیاری نیز در رسانه ها منتشر کرده است.

در قانون جدید سازمان ملی استاندارد، موارد دیگری نیز مطرح شده که بیشتر جنبه تنبیهی دارند و به عبارتی سازمان ملی استاندارد را به یک سازمان تعزیراتی تبدیل می کند و چندان با ماهیت موسسات استاندارد جهان که ماهیتی علمی-تخصصی و دانش مدار دارند هماهنگی ندارد.

در مسیر اجرای این قانون، راهبرد ملی کیفیت تحت عنوان «سند جامع راهبردی نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت» تدوین شده و آماده ارسال برای تصویب و اجرا است. در این سند، مجموعه ای از راهبردها و برنامه های کلان و اهدافی برای توسعه کیفیت در حوزه های مختلف تعریف شده با این هدف که با اجرای به موقع و صحیح آن ها بتوانیم در یک فاصله زمانی منطقی به نتیجه برسیم. در این سند راهبرد های و برنامه ها برای اجرا به سه حوزه تقسیم شده اند:

اولین حوزه، حوزه مراجع حاکمیتی است و برای آن ها با هدف ایجاد زیرساخت های لازم برای توسعه و ارتقای کیفیت وظایفی تعریف شده که یکی از این موارد، تدوین و یا بازنگری قوانین است. در مورد لزوم بازنگری قانون حمایت از حقوق مصرف کننده نکاتی مطرح شد. تدوین مقررات فنی برای صنایع مختلف کار سنگینی به شمار می رود که تدوین آن ها در حوزه حاکمیتی تعریف شده است. ایجاد مراکز و زیرساخت های تخصصی در نظام حقوقی و قضایی با هدف تسریع رسیدگی به شکایات مصرف کنندگان نیز از دیگر موضوعات مطرح شده در سند راهبرد ملی کیفیت است.

حوزه دوم مطرح شده در این راهبرد، سازمان ملی استاندارد و نظام استانداردسازی است. در این راهبرد در مسیر اجرای قانون جدید، وظایف متعددی بر عهده سازمان ملی استاندارد گذارده شده. بر اساس راهبردها و برنامه های طرح شده در سند، علاوه بر لزوم

بازنگری ساختار تشکیلاتی سازمان، نظام های تدوین استاندارد، ارزیابی انطباق، تایید صلاحیت، اندازه شناسی و ارزیابی و نظارت بر کیفیت نیازمند بازنگری کامل عنوان شده است.

سومین حوزه، حوزه جامعه است که شامل دو بخش مصرف کنندگان و تولید و عرضه کنندگان است در سند راهبرد ملی کیفیت دیده شدند. در بخش تولیدکنندگان باید برنامه های زیربنای توسعه کیفیت برای هر صنعت تهیه و اجرا شود. برای تحقق این امر نیازمند پژوهش، آسیب شناسی و تحلیل وضعیت کیفیت در ان صنعت مکانیزم ها و سیستم های مدیریت کیفیت در آن صنعت هستیم. در بخش مصرف کننده نیز مهم ترین مساله، ایجاد زیرساخت های قانونی و قضایی و نظام های آموزشی است که باید به منظور توانمندسازی برای مطالبه حقوق آن ها ایجاد شود

انجمن مدیریت کیفیت ایران در راستای مفاد قانون «توسعه و ارتقاء نظام استانداردسازی کشور» و همچنین «سند جامع راهبردی نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت»، تا کنون چندین برنامه توسعه و ارتقاء کیفیت را برای چندین صنعت تهیه کرده یا در حال تهیه دارد که «طرح تحول ارتقاء کیفیت زنجیره تأمین صنعت خودرو» تکمیل و برای مسئولین این صنعت ارسال شده. همچنین تدوین طرح هایی برای زنجیره تأمین و ساخت تجهیزات صنعت نفت و صنایع لوازم خانگی در جریان هست و انشاءالله در آینده نزدیک از آن ها رونمایی خواهد شد.



امکان صرفه جویی با کیفی سازی خدمات با مطالبه گری محقق می شود

مهم ترین عامل تصمیم گیری در انتخاب شرکت های حمل و نقل، کیفیت در کنار قیمت است .

برای دست یابی به سرعت بالا، کاهش هزینه ، ایمنی و رفاه بیشتر ، افزایش سهم بازار صنعت حمل و نقل ریلی باید جهت رقابت کردن با سایر شیوه های حمل و نقل از یک یک سو و شرکت های حمل و نقل ریلی از سوی دیگر نسبت به برقراری سیستم مدیریت کیفیت جامع اقدام کرد. رییس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران معتقد است که اقتصاد حمل و نقل نیازمند تحول است و لازمه این تحول، ورود بخش خصوصی و در عین حال مطالبه گری خدمات و کالای کیفی از سوی مردم از نهادها، مسئولان، دولت، و حتی مجلس است.

به اعتقاد او کیفیت در ارائه خدمات حمل و نقل بسیار با اهمیت است و حتی اختلاف زمانی یک ثانیه ای به دلیل کاهش کیفیت اثرات جبران ناپذیری به اقتصاد وارد خواهد کرد.



دکتر سید ابوالفضل بهره دار رییس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران

دکتر سید ابوالفضل بهره دار در گفت و گو با خبرنگار نشریه کیفیت و مدیریت با تاکید بر این که کیفیت در شرایط پیچیده رقابت در بازار به عنوان یک بحث پیش برنده مطرح است، می گوید: امروز مردم برای تامین نیازهای خود هزینه می کنند تا انتخاب با کیفیتی داشته باشند و از آن جا که کیفیت می تواند عمر طولانی تری به کالا، خدمات و محصولات بدهد، ذینفعان، مشتریان و مصرف کنندگان از ظرفیتی که در بحث کیفیت برای تامین نیازهای جاری وجود دارد، استفاده می کنند.

وی با بیان این که برندهای مختلفی در عرصه تامین نیازهای جامعه حضور پیدا می کنند و حوزه حمل و نقل نیز در واقع یکی از مولفه های تاثیرگذار در اقتصاد ملی است، می افزاید: همزمان با مطرح شدن بحث کیفیت باید انتظار داشت که سازمان ها برای ارائه خدمت، برنامه ریزی مدون و مشخصی داشته باشند.

رییس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران با طرح این پرسش که در حال حاضر ساختار سازمان ها به لحاظ نیروی انسانی، تجهیزات و زیرساخت ها تا چه اندازه از این امکان کیفی برای تولید خدمات استفاده می کند، می گوید: بحث کیفیت در مرحله اول و دوم مجموعه شبکه های حمل و نقلی نیست زیرا اقتصاد حمل و نقل نیازمند تحول است ضمن آن که نیاز داریم بخش خصوصی را وارد عرصه کار در همه زمینه ها کنیم بنابراین تنها بحث مالکیت بخشی، تکاپوی نیازهای یک جامعه بر اساس نگاه به آینده در تولید خدمات نیست بلکه باید در مدیریت ها نیز بخش خصوصی را فعال کرده و شریک واقعی خود بدانیم و خواستار سرمایه گذاری کیفی از آن ها باشیم در عین حال این سرمایه گذاری را حمایت کرده و سود حاصل از این خدمات منجر به تولید کیفی شود بنابراین در این زمینه نیاز به تغییر اساسی هستیم .

بهره دار با اشاره به نیاز بالای جامعه به استفاده از حمل و نقل تصریح می کند: هم اکنون تولید و عرضه به اندازه تقاضا نیست و طبیعتاً کیفیت در این شرایط معطل خواهد ماند و مشتری نمی تواند ممیزی خاصی داشته باشد از این رو لازم است تغییر اساسی در استفاده صحیح از امکانات، ناوگان و شبکه صورت گیرد.

وی ادامه می دهد: وقتی به اندازه کافی ناوگان هوایی وجود ندارد و مستاصل میزان زیادی از تجهیزات و قطعات هستیم، طبیعی است که با همین میزان امکانات پرواز کنیم و در این میان کیفیت چه می شود؟ این نقطه ای است که باید دستگاه های اجرایی دولت به صورت ویژه به این موضوع ورود کرده و سرمایه گذاری لازم را انجام دهند.

بهره دار با تاکید بر این که حدود ۲۰ تا ۳۵ درصد از هزینه های شرکت صرف ارتقای کیفیت می شود، تصریح می کند: تحقق این امر باعث ایجاد رفاه بیشتر در جامعه و رضایت بیشتر مشتری خواهد شد. تولید محصول و خدمات کیفی ، یک مطالبه اجتماعی است که مردم از نهادها، سازمان ها و دستگاه های اجرایی دارند. رییس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران می گوید: وقتی زمینه آزاد برای تجارت وجود داشته باشد، طبیعی است هزینه ای که برای یک محصول خودرویی می کنیم بدون شک محصول ایرانی نیست زیرا به لحاظ کیفیت خودروهای مشابه، قیمت بالاتری دارد این در حالیست که کیفیت بالای کالا باعث می شود ضمن تامین نیاز مصرف کننده، عمر طولانی تری داشته باشد و رضایت مندی حاصل کند که در نهایت می تواند صرفه جویی مناسبی در اقتصاد ملی ایجاد کند از این منظر لازم است دولت و مجلس ورود پیدا کرده و برای کیفی سازی تمام فعالیت

ها به ویژه در حوزه حمل و نقل این امکانات را فراهم کنند و از بخش خصوصی مطالبه شود و هزینه لازم نیز پرداخت شود. وی با تاکید بر این که با ارائه خدمات کیفی مشتری متقاعد به استفاده از این شرایط شده بنابراین لازم است یارانه ای با هدف تحقق این مساله در بودجه های تخصیصی دیده شود، اظهار می کند: انجمن های صنفی ، علمی و کارفرمایی مسئولیت اجتماعی برای کیفی سازی دارند ، در حال حاضر در حوزه حمل و نقل سالانه در حدود ۶٫۵ تا ۷ درصد تولید ناخالص داخلی صرف خسارت های ناشی از تصادف های جاده ای می شود که رقم بسیار بالایی است این در حالیست که اگر سرمایه گذاری لازم برای زیرساخت های جاده ای انجام شده و کیفی سازی لازم در صنعت خودرو صورت گیرد، بخش قابل توجهی از این خسارت نگهداشت می شود و خطای انسانی به حداقل می رسد.

بهره دار ایمنی را با کیفیت عجین می داند و می گوید: ایمنی می تواند علاوه بر جبران بخشی از خسارت های ناشی از عملکردها نظام استفاده از امکانات را تغییر دهد و در سلامت سازی مجموعه نیز دخالت کند، بنابراین باید ایمنی را با کیفی سازی همه فعالیت ها عجین بدانیم و بهره وری مناسبی ایجاد کنیم. وی با اشاره به اقدامات پرفسور جوران به عنوان یکی از پیشگامان انقلاب کیفیت اظهار می کند: او معتقد است با اندازه گیری و رسیدگی به وضعیت مشکلاتی که در یک حوزه وجود دارد، باید کیفیت تزیق تا با کیفی سازی فعالیت ها بخش قابل توجهی از معضلات موجود جلوگیری شود.

او می گوید: با کیفی سازی امکان صرفه جویی وجود دارد و اگر رقمی صرف کیفی سازی محصولات یک مجموعه شود این هزینه نیست بلکه به لحاظ کیفی سازی خدمات و محصول توانسته ایم عمر مفید آن را افزایش داده و رضایت مندی بیشتری فراهم کنیم و میل و رغبت مشتری و ذینفعان را به استفاده از آن کالا افزایش دهیم.

بهره دار در خصوص تغییر بهره وری در راه آهن و ناوگان هوایی دریایی و جاده ای نیز اظهار می کند: هزینه کیفیت نشان می دهد که همه نسبت ها به کیفیت باید اندازه گیری شود این اندازه گیری نشان می دهد تا چه اندازه توانستیم در مسیری که انتخاب کردیم و پیش می رویم، رضایت عمومی حاصل و مطالبه عمومی را پاسخ داده و وضعیت سازمان را از یک نقطه به نقطه دیگر رسانده و رسالت های سازمان را تقویت کرده باشیم.

رییس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران با تاکید بر این که کیفیت یک شاخص قابل توجه و اندازه گیری است که می تواند سازمان را ارتقا داده و سطح فعالیت ها را افزایش

دهد تا مجموعه به یک مطلوبیت نسبی برسد، اظهار می کند: عوامل متعددی نظیر کاربری راه آهن، محدوده جغرافیایی و نحوه مدیریت در تغییر بهره وری در شبکه ریلی دخیل است بنابراین اگر بهره وری یک مساله اساسی برای مدیر ارشد باشد باید به بحث ایمنی، رضایت عموم جامعه و سطح انتظارات پرداخته و آن ها را پوشش و پاسخ دهد و مدیر ارشد نیز در مجموعه اقدامات خود این موارد را سرلوحه قرار دهد.

وی با تاکید بر ارزیابی دوباره ویژگی های شبکه ریلی می گوید: وقتی در اروپا سرعت متوسط ۲۰۰ کیلومتر در ساعت تعیین و ۲۵۰ کیلومتر عملیاتی است ما همچنان در ۱۲۰ کیلومتر باقی مانده ایم این در حالیست که کیفیت دو عامل اصلی زمان و هزینه را به همراه دارد و در صورت عدم پاسخ دهی سرعت زمانی و نوع خدماتی که به ذینفعان ارایه می دهیم کاهش می یابد. در عین حال مساله انرژی نیز یکی از مواردی است که در صورت کیفی سازی فعالیت های زیربنایی منجر به پس انداز خواهد شد بنابراین یکی از نکات اصلی که در ذات کیفیت وجود دارد توجه به این مساله است.

دکتر بهره دار؛ توجه به وضعیت آب و هوایی و توپوگرافی منطقه را نیز از دیگر ضرورت ها عنوان و اظهار می کند: تعمیر و نگهداری از دیگر موضوعات بوده این در حالیست که برنامه ریزی سیر و حرکت در شبکه ریلی از نکات اساسی به شمار می رود که نیازمند تغییرات اساسی است. وقتی یک سفر باری از تهران تا بندرعباس حدود ۸ روز زمان می برد اصلاح این روند نیازمند نگاه ویژه ای است تا سیر حرکت و بازرگانی بهبود یابد. در حال حاضر سرعت بازرگانی ایران یک سوم منطقه بوده که نشان می دهد آن ها ۳۰۰ درصد بیشتر از ما برای مطلوب بودن سیستم ریلی کار کرده اند این در حالیست که در حلقه کلی اقتصاد ملی، سرعت جابجایی کالا و ارزان بودن یا گران تمام شدن کالاهای ارایه شده باید مورد کیفی سازی قرار گیرد.

وی ادامه می دهد: می توان برنامه ریزی کیفیت را به صورت

مستمر و براساس در نظر گرفتن قواعد مربوط به لحاظ کردن حساسیت جاری در سازمان و مجزا کردن از دیدگاه شخصی و مدیریتی خاص به ترسیم کشیده، به نقد بگذاریم و مهندسی کنیم و به عنوان یک مطلوبیت در سازمان ببینیم. همچنین آزمایش های توانایی کیفیت در صنعت ریلی باید مطابق با دستورالعمل ها و استانداردها صورت گیرد چرا که استاندارد یکی از نکاتی است که به کیفی شدن فعالیت ها کمک می کند اما در حال حاضر به دلیل کمبود منابع مالی و سایر کمبودهای یک سازمان، این استانداردها کامل رعایت نمی شود و در صورت عدم رعایت استاندارد کیفیت نیز رعایت نمی شود در این شرایط، خدمات و محصول متناسب با نرم اجتماعی سازمانی و بین المللی به مردم تحویل داده نمی شود.

بهره دار کیفیت در بخش ریلی را یک امر حیاتی تلقی می کند و می گوید: بحث ایمنی و حرکت بسیار حساس است چرا که حتی یک ثانیه، خسارت های فراوانی به یک سازمان و جامعه وارد می کند که نیاز است مدیران توجه ویژه ای به این امر داشته باشند در عین حال لازم است آموزش های تضمین کیفیت برای کارکنان جدی گرفته شده و تنها به یک آموزش کلی در چهارچوب های کلی قناعت نشود چرا که بحث کیفی سازی فعالیت ها مستلزم تغییر نگاه سنتی به صنعتی و ارتقای سطح دانایی نیروی انسانی و همچنین مفهوم تبدیل به پول شدن کیفیت را برای یک سازمان را به همراه دارد.

رئیس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران با اشاره به مزایای صنعت ریلی می افزاید: صنعت ریلی مجموعه ای از ویژگی های خاص به شمار می رود که نیازمند اقدامات لازم است تا صرفه جویی خاصی به همراه داشته باشد که از جمله این ویژگی ها می توان به استهلاک پایین، تاثیر مثبت آن در محیط زیست و حداقل خسارت به آن و توان بالای جابجایی انبوهی از کالا و مسافر اشاره کرد، با این شرایط لازم است سیستم مدیریت کیفیت در سیستم ریلی هموار شود.

وی در عین حال به ضرورت استانداردسازی حوزه های حمل و نقل اشاره و اظهار می کند: باید نگاه مطالبه گری داشته استفاده از استانداردها را عامل اصلی بدانیم در این میان مدیران نباید هزینه کیفیت را به لحاظ پرداخت ها نادیده بگیرند، وقتی به زبان پول سخن می گوئیم، کیفیت باید در مرحله نخست قرار گیرد که این روند می تواند در درازمدت محقق می شود.

بهره دار در خصوص راهبردهای کیفیت در صنعت حمل و نقل می گوید: در حال حاضر راهبرد کیفیت در صنعت حمل و نقل و دایره تضمین کیفیت در تولید محصول وجود دارد و آن چه باید مورد توجه قرار گیرد اینست که سید هزینه خاصی برای پژوهش های ناشی از دستیابی به یک تضمین کافی پیش بینی شده و وقتی پژوهش صورت می گیرد، نتایج آن باید کیفی سازی شود. رئیس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران ادامه می دهد: وقتی در کشور حدود یک درصد پیش بینی بخش پژوهشی وجود دارد و آن میزان به صورت کامل نیز تخصیص داده نمی شود چگونه می توان انتظار داشت که تمام فرایندها کیفی باشد این در حالیست که در ژاپن ۹ درصد از کل بودجه صرف پژوهش شده که باعث می شود، همه فعالیت ها در ژاپن متناسب با استانداردها صورت گرفته و سطح قابل قبول محصولات تولید شده، مورد توجه مشتریان و ذینفعان قرار گیرد بنابراین لازم است تغییر نگاه به صورت برنامه جدی در دولت و مجلس داشته باشیم.

وی با بیان این که ارتقای کیفیت و پیش بینی بودجه کیفی سازی فعالیت ها باید مطالبه مجلس باشد چرا که این امر مطالبه مردم است و نمایندگان مردم باید مطالبه مردمی را از دولت بخواهند، اظهار می کند: همه دست اندرکاران و کسانی که نگاه توسعه ای در جامعه دارند باید این موضوع را مدنظر قرار دهند که پژوهش های منجر به ارتقای کیفیت چیست و چرا جدی گرفته نشده است؟

بهره دار در خصوص نقش خصوصی سازی اقتصاد در کیفی سازی

فعالیت ها نیز اظهار می کند: بخش خصوصی هنوز نابالغ است و دولت عزم جدی برای پیشران کردن اقتصاد در کشور از طریق بخش خصوصی ندارد بنابراین باید در عمل بخش خصوصی را فعال کنیم اما تنها مالکیت بخش خصوصی کافی نیست بلکه باید نگاه مدیریتی را شریک شویم. دولت تضمینی برای اجرای فعالیت های توسعه ای نداشته و ورود او به هر نقطه نیز توفیقی نداشته اما بخش خصوصی به لحاظ داشتن مالکیت و حفظ آن دلسوزی بیشتری خواهد داشت بنابراین تفکر بیشتری خواهد داشت.

وی عدم همکاری بخش خصوصی در کنار دولت را از دیگر معایب اقتصاد می داند و می افزاید: حفظ منافع ملی در کشور بسیار کمرنگ بوده و لازم است نهادها، دولت، مجلس، بخش خصوصی و سرمایه گذار در قالب منافع ملی کار را پیش ببرند در این حالت همه خود را متعهد به ایفای نقشی می دانند تا به جامعه خدمت رسانده و موثر باشند. بخش خصوصی و دولت هنوز به نتیجه قابل قبولی در این باره نرسیده اند و در صورت عدم تحقق نیز، بهبود وضعیت اتفاق نمی افتد دولت باید کار نظارتی کرده و بخش خصوصی را پیشران فعالیت ها کند و از او بخواهد تا کار خود را به درستی انجام دهد اما در امور دخالت نکند.

رئیس انجمن مهندسی حمل و نقل ریلی ایران با تاکید بر بازنگری و تعریف دوباره نقشه راه درست استفاده از بخش خصوصی در اقتصاد اظهار می کند: دولت تا به امروز وظایف زیادی داشته که انجام نداده و سهم دولت و مدیران اجرایی در نقص های کنونی بسیار بالا است اما در عین حال لازم است در بودجه نویسی فعالیت هایی صورت گیرد زیرا در حال حاضر تخصیص منابع مالی به مجموع ها بر اساس واقعیت ها انجام نمی شود و با توجه به افزایش هزینه ها جایگاهی برای کیفیت برای سازمان ها وجود ندارد. بنابراین باید مجلس را به عنوان عامل محوری کیفیت در همه زمینه ها دیده و از دستگاه های اجرایی کیفی سازی فعالیت ها و خدمات مطالبه کنند.



تدوین استانداردسازی در حوزه انرژی، پیشرفته ترین مدل استانداردسازی در کشور



دکتر رضاییدار، رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران با اشاره به قدمت بیش از یک صدساله نفت و گاز می گوید: قدمت راهبردهای کیفی در این صنعت به کمتر از ۷۰ سال می رسد به طوری که این راهبردها از سال ۱۳۳۲ وارد فاز اجرایی شد و اگر طی این مدت منصفانه به مسایل مربوط به راهبرد کیفیت و ارزش های محوری که در تحقق کیفیت در صنایع نفت و گاز مطرح بوده، پردازیم پارامترهای کیفی در صنایع نفت و گاز به دلیل وارداتی بودن آن مورد توجه مدیران و اداره کنندگان قرار گرفته است.

وی با تاکید بر این که بحث کیفیت به مفهوم کلی در صنایع نفت جاری است، می افزاید: کیفیت در راس فعالیت ها است و وقتی فرایند اکتشاف، تولید و بهره برداری انجام می شود کیفیت در راس آن قرار می گیرد و نکته دوم، بهره وری خواهد بود. این بهره وری در صورت کاهش بر روی قیمت تمام شده محصول تاثیر می گذارد و با کاهش بازدهی محصول، می تواند منجر به توقف فرایند تولید شود.

پدیدار مشتری مداری و شفافیت و پاسخگویی صنعت نفت در مقایسه با سایر صنایع را جزو نکات کلیدی و ارزش های محوری صنایع نفت، گاز و پتروشیمی عنوان و تصریح می کند: ساختاری که نظام راهبری و اهرم های راهبردی را برای صنایع نفت و گاز تدوین می کند با رعایت استانداردهای ملی و بین المللی به دنبال ماندگاری

در بازار است و در صورت سست شدن این موضوع، می تواند خطرآفرین باشد در این زمینه مسایل مربوط به تولید، انبارش، بسته بندی، بارگیری و موارد مربوطه که با خود شیوه های نظارتی دایمی دارد، می تواند ملاک عمل قرار گیرد.

رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران با بیان این که هر فرایندی از نقطه شروع خود نظام کیفی تنگاتنگی با روند فعالیت های خود دارد، اظهار می کند: اگر در هر نقطه ای نظام کیفی، نقصانی از خود نشان دهد روند تولید متوقف می شود زیرا آن چه به محصول می انجامد فرایند تولید انرژی، ارزش افزوده و نوعی فرایند اجرایی و عملیاتی است که رقابت را در دل خود خلق می کند به همین دلیل یکی از نکات حایز اهمیت در تولید ارزش های محوری صنعت نفت و گاز، ردیابی و کاهش مشکلات مرتبط با تولید و تلاش برای بهبود کیفیت محصول و حفظ کیفیت رقابتی در بازار و در نهایت رضایت مشتری است.

وی ادامه می دهد: این پارامترها موقعیتی را برای صنایع نفت و گاز به وجود آورده تا کسانی که در این صنعت کار می کنند نسبت به سایر افراد در سازمان ها، موسسات و فعالیت های تخصصی خود از ضریب اهمیت و عملیات اجرای وظایف و شغل خود نسبت به سایر مشاغل آگاه باشند.

پدیدار می افزاید: صنایع نفت و گاز نسبت به تعریف هرم راهبردی نظام استاندارد و مدیریت کیفیت اقدام کرده و سپس پالایش، پتروشیمی و نیرو به این هرم اضافه و در نهایت تجدید پذیرها به عنوان فرایند جدید به آن متصل شدند بنابراین در این هرم راهبردی به سه فرایند تولید، مصرف و صادرات دچار مهم توجه تا بتوانیم نظام مدیریت کیفیت را به درستی پیاده سازی و در صورت محدودیت، فرایند واردات داشته باشیم که نمونه آن واردات بنزین و گازوئیل پس از جنگ تحمیلی و تا ۵ سال پیش بود.

رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران با تاکید بر این که این هرم راهبردی و حفظ آن نیاز به نظام استاندارد و شاخص داشته و صنایع نفت، گاز و پالایش بهترین استانداردهای موجود در جهان را دارا است، اظهار می کند: مولوکول های تشکیل دهنده به صورت مستقیم در این صنعت تبدیل به فرایند محصولی تحت عنوان انرژی شده که منجر به حفظ

انسان و حیات می شود بنابراین با توجه به این اهمیت در سند راهبردی، استانداردسازی و حفظ مدیریت کیفیت سه برنامه کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت تعریف می شود. وی در تشریح برنامه ها می گوید: برنامه کوتاه مدت برای اموری است که جریان دارد مانند برق و گاز که در کنار آن برنامه میان مدت تعریف شده داریم تا بتوانیم در صورت بحران با این برنامه نسبت به حل آن اقدام کنیم و در نهایت برنامه بلندمدت که در آن شناسایی معادن، مخازن و حفاری تولید در نگهداری و نظام بانکینگ پیش بینی شده تا در صورت بروز مشکل بتوانیم نسبت به تامین اقدام کنیم.

او تاکید می کند: سند راهبردی استانداردسازی و مدیریت کیفیت در صنایع نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی و حتی نیرو به صورت کوتاه میان و بلندمدت همیشه جاری و ساری بوده و پرسنل باید این موضوع را به عنوان یک واقعیت در اختیار داشته باشند تا توان خدمت داشته باشند.

پدیدار با بیان این که کمتر شنیده شده تا امور مربوط به صنایع نفت و گاز سلیقه شخصی باشد بلکه بر اساس مدل و طراحی است، می گوید: طراحی مکانیزم ها، رویه ها و دستورالعمل هایی برای عوامل و مراحل اجرایی نظیر اکتشاف، استخراج، تولید و پالایش به صورت فرایند اجرایی دیده شده در این شرایط در دل و ذات خود نظام کیفی پیاده سازی می شود.

رئیس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران با بیان این که اگر انسان بتواند نظم فرایندی اجرا را در زندگی خود پیاده کند، موفق ترین فرد در جامعه مدنی می شود، تصریح می کند: در این فرایندهای اجرایی مهم ترین موضوع، شهروندان و اولویت دوم، کسب و کار و تمام کسانی است که در فرایند کسب و کار و صنایع نفت و گاز فعال هستند. اولویت سوم نیز راهبران هستند که به این موضوع کمتر پرداخته شده اما برای این که بتوانیم شهروندان، کسب و کار و دولت را در کنار هم قرار دهیم تا امر کیفی زندگی محقق شود، باید چشم انداز حفظ وضعیت موجود، توسعه پایدار و رفاه اجتماعی داشته باشیم.

وی سهم انرژی در رفاه اجتماعی تمام کشورهای دنیا را ضریب ۵۰+۱ می داند و تصریح می کند: اگر این ضریب به کمتر از ۵۰ برسد با خود مخاطره، عارضه، بیماری و اسارت ایجاد می کند در نهایت مدل سازی می تواند

شهروندان، کسب و کار و دولت را حفظ کند که برای این مدل سازی کف و سقف قائل می شویم تا مجموعه ای از استانداردهای پیوسته را فراهم کند. استاندارد برای مجموعه حوزه انرژی، نفت و پالایش یک مسئولیت اجتماعی به وجود آورده که این صنعت را از سایر صنایع جدا کرده، به همین دلیل برای این راهبردها هدف گذاری می کنیم. پدیدار ارتقای کیفیت، ایمنی، سلامت و رضایت ذینفعان را نخستین و مهم ترین موضوع در صنایع نفت و گاز عنوان و اظهار می کند: روزآمدسازی تقویت و توسعه نظام استاندارد متناسب بر نیاز استاندارد ملی و بین المللی، حمایت از رشد اقتصادی پایدار برای دوام صنعت و تسهیل فرایند تجارت و در نهایت توسعه زیرساخت های ملی کیفیت از جمله موارد مهم در این صنعت به شمار می رود که در صورت فراهم نکردن زیرساخت ها نمی توان از این اهداف مراقبت کرد اما این زیرساخت ها کمک می کند بین کیفیت، مشخصات محصولات و خدمات انرژی به مردم به انطباقی برسیم و در صورت مغایرت، نسبت به تغییر اقدام کنیم.

او با اشاره به محدودیت شدید بنزین در مقطعی از زمان می گوید: همزمان با این محدودیت از فرایند پتروشیمی برای تولید بنزین استفاده کردیم که به دلیل ناخالصی عارضه محیطی، انسانی و اجتماعی ایجاد کرد که دولت به سرعت این فرایند را جایگزین کرد بنابراین انطباق کیفیت محصولات با مشخصات محوری محصولات مورد نظر یکی از وظایف مهم در امر کیفیت به شمار می رود. اما برای دستیابی به واقعیت ها، راهبردهای کیفی که راهبرد تخصصی کیفیت بود به مرور زمان به راهبرد ملی کیفیت که راهبردی همه گیر بود، تبدیل کردیم.

پدیدار بر ضرورت تدوین سند جامع و نقشه راه تحول نظام استانداردسازی و مدیریت کیفیت انرژی در کشور تاکید و تصریح می کند: این نقشه راه مطابق با آن چه در دنیای توسعه یافته در حال انجام است به صورت کامل و جامع آمده شده و برای جلوگیری از پرت نشدن انرژی، استفاده درست و راندمان بالا اهداف خود را در تدوین مدل های کیفی تعریف کردیم تا بر اساس آن نسبت به طراحی مدل اقدام کنیم که در نهایت برای این روش های اجرایی و عملیاتی، تدوین مدل های استانداردسازی در حوزه انرژی تعریف شد.

رییس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران با بیان این که در تدوین این مدل ها از تجربیات جهانی و داخلی استفاده کردیم، می افزاید: امروز می توان گفت رویکرد تدوین استانداردسازی در

حوزه انرژی یکی از پیشرفته ترین مدل های استانداردسازی است که در دل نفت، گاز، پالایش، پتروشیمی و نیرو و در سازمان ملی استاندارد ایجاد شده به طوری که امروز به زیرساخت های ملی کیفیت برای تولید محصولات حوزه انرژی دست یافته ایم و این زیرساخت ها هم اکنون آماده است و دست اندرکار فعالیت های حوزه انرژی شامل مانند پیمانکاران، مشاوران، مهندسی ساخت و صنایع که مجریان امر انرژی در کشور هستند از آن رعایت و استفاده می کنند بنابراین آن چه مهم است حضور نهادهای متولی در اجرای سند جامع انرژی است.

پدیدار ادامه می دهد: بخش عمده ای از انرژی در اختیار دولت است و برای انتقال انرژی به تمام نقاط کشور، در نظام دولتی قرار می گیرد بنابراین در نظام دولتی که افراد باید خود را با مدل های کمی و کیفی بروزرسانی کنند شاهد توقف این روند در برخی موارد هستیم که باعث شده تا کار به صورت سلیقه ای پیش برود. این در حالیست که ناهنجاری های کیفی انرژی نیز وجود دارد که این اعمال سلیقه با تغییر دولت ها ایجاد می شود و بر روی نظام کیفی در ایران تاثیر می گذارد در حالی که در دنیای توسعه یافته اثری ندارد.

وی با اشاره به اقدامات انجام شده در کمیسیون انرژی پارلمان بخش خصوصی با مشارکت سازمان ملی استاندارد و با مشارکت بخش های استاندارد کیفی در حوزه نفت می افزاید: بر این اساس ضرورت مشارکت همه ذینفعان برای کیفیت در صنایع نفت و گاز مورد تاکید قرار می گیرد بر این اساس در کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی نشست های متعددی برگزار و در نهایت ۴ سرفصل تعریف شد تا همه ذینفعان برای پایداری کیفیت در حوزه انرژی به آن پایبند باشند بر این اساس اولویت نخست توسعه پایدار تعریف شد چرا که در صورت نبود توسعه در صنایع انرژی، روند متوقف خواهد شد بنابراین خلق نوآوری باید مداوم باشد در این صورت می توان امیدوار بود.

رییس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران رفاه اجتماعی را موضوع بعدی عنوان و تصریح می کند: انرژی منجر به رفاه اجتماعی می شود و مسئولیت ما در این حوزه می طلبد تا با رعایت استانداردها و کیفیت این رفاه را فراهم کنیم چرا که ضرورت کیفی در امر رفاه اجتماعی، یک الزام در حوزه انرژی به شمار می رود.

وی با تاکید بر این که حوزه انرژی باید ضریب کیفی بالایی ایجاد کند تا در صورت بهره برداری درست، مزیت

رقابتی ایجاد کند، می افزاید: بهره برداری مطلوب و کیفی برای گروه خانواده و جامعه مزیت رقابتی ایجاد می کند و کشورهایی که از این مزیت رقابتی در حوزه انرژی استفاده می کنند بیشترین گردشگران را دارند به طوری که شاهدیم اروپا به درستی از این مزیت استفاده کرده و به تازگی نیز کشورهای حاشیه خلیج فارس و ترکیه نیز به درستی از کسب مزیت رقابتی استفاده و از آن بهره برداری کرده اند. پدیدار شدت مصرف انرژی در ایران را ۵,۷ برابر میانگین جهانی عنوان و اظهار می کند: این عدد نشان می دهد توانستیم این مزیت رقابتی را ایجاد کنیم ضمن آن که در ضرورت مشارکت ذینفعان پدیده های نوین مطرح است به طوری که این پدیده ها در حوزه انرژی در حال تبدیل شدن به اولویت نخست است زیرا اتفاق هایی در این پدیده ها رخ داده که قیمت ها کاهش و کارایی و سرعت افزایش و قیمت را تحت تاثیر قرار داده است اما نقص هایی در این زمینه وجود دارد که کمیسیون انرژی اقداماتی را در این زمینه انجام تا هرچه سریع تر پیاده سازی شود.

وی در ادامه در خصوص نقش وزارت نفت و صنایع وابسته به این وزار تخانه در خصوص رعایت استانداردهای کیفی در ایران نیز اظهار می کند: این وزارتخانه نسبت به سایر سازمان های مسئول ضریب اهمیت بالایی دارد چرا که کوچکترین خطایی منجر به وقایع تلخی می شود و خسارت های زیادی به همراه دارد بنابراین ضروری است از مرحله اکتشاف تا تولید، انتقال، نگهداری در مخازن و مصرف ضریب ایمنی و کیفی استانداردهای ایمنی و کیفیت رعایت شود اما تغییر پی در پی مدیران در صنایع نفت و گاز باعث کاهش اهمیت ضریب کیفی شده و حوادثی را به همراه داشته است، اما در مقایسه با کل فرایند عملیاتی کشور صنایع نفت و گاز به درستی به لحاظ رعایت کیفیت، جایگاه نخست را دارد.

رییس کمیسیون انرژی و محیط زیست اتاق بازرگانی، صنایع معادن و کشاورزی تهران بر ضرورت نهادینه سازی نظام استاندارد و کیفیت در کشور به طور مداوم تاکید و اظهار می کند: این نهادینه سازی نظام استاندارد و کیفیت در کشور یکی از وظایف و مسئولیت های حوزه انرژی و سپس سایر نهادهای مسئول و رسانه ها است. این در حالیست که اهمیت رعایت استانداردسازی ددر حوزه انرژی در رسانه ها نسبت به دو دهه قبل کاهش یافته که دلیل آن توسعه فضای مجازی بوده اما ضروری است این اهمیت همواره مورد تاکید قرار گیرد.

پدیدار با بیان این که ذات انسان در لحظه تغییر می کند و

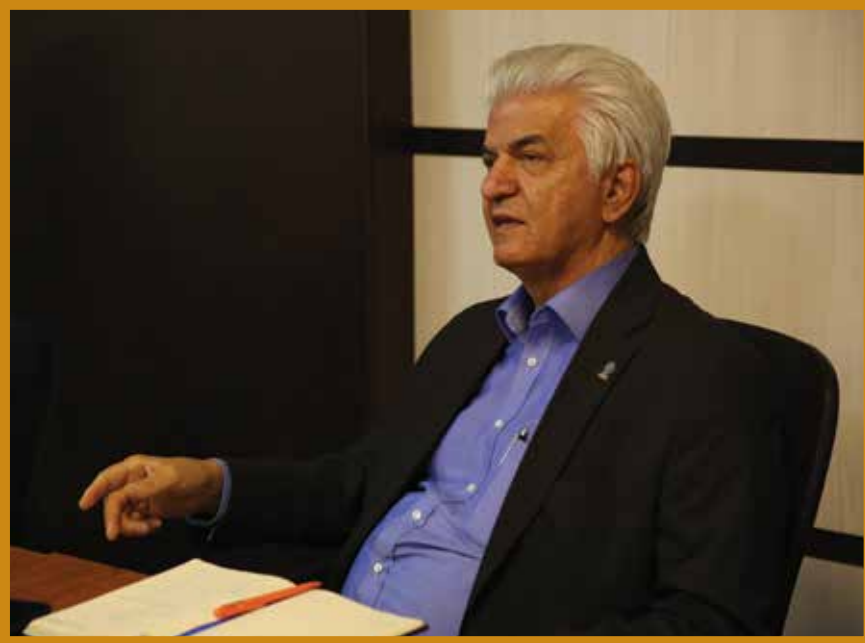
از این منظر در حوزه انرژی در بخش خصوصی به این نتیجه رسیدیم که نظام استاندارد و کیفیت باید با مشارکت بخش خصوصی نهادینه سازی شود، ادامه می دهد: این موضوع به دولت پیشنهاد داده شده و امیدواریم وارد فاز اجرایی شود، البته بخشی از سوی سازمان ملی استاندارد پذیرفته و در مدل این سازمان تعریف شد که قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد کشور نیز در این زمینه شناسایی و به زودی پیاده سازی و اجرایی خواهد شد.

وی با تاکید بر خلاقیت و نوآوری ادامه می دهد: نمی توان از سیستم های کنترلی گذشته استفاده کرد بلکه در استانداردها باید خلاقیت و نوآوری را به کار ببریم. مرغوبیت نیز از دیگر موارد مورد تاکید است که در صورت عدم آن باید مورد اعتراض قرار گیرد این در حالیست که مرغوبیت از دو دیدگاه تولید و مصرف کننده وجود دارد که لازم است در قانون جدید استاندارد بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

این فعال صنعت نفت و گاز ادامه می دهد: اکنون که دنیا به هم متصل شده و با یک کلیک می توان به دینای مورد نظر دست یافت باید برای خود ارزش رقابتی قائل شویم و بالاترین کیفیت را در محصولات با بالاترین راندمان ایجاد کنیم تا باعث جذب سرمایه انباشت سرمایه، توسعه و تقویت کشور و جامعه شود.

سرعت خدمات و دوام نیز از دیگر موارد مورد تاکید در قانون جدید استاندارد است. در این بند باید ضمن افزایش ضریب سرعت خدمات نسبت به دوام آن اقدام شود زیرا امروز جامعه نمی پذیرد محصولی با پرتی انرژی تولید شود و در صورت قبول نیز در نهایت با تحمیل خسارت، خواهد پذیرفت.

پدیدار انتظار از حاکمیت در کشور و بخش نظام کیفی و استاندارد کشور را توجه به این سه موضوع اساسی عنوان و اظهار می کند: باید مصرف کننده، توزیع کننده و تولیدکننده را به صورت پیوسته ببینیم زیرا تاثیری که استاندارد در روند تولید حصولات و خدمات می گذارد یک جریان خواهد بود و نگاه به صورت فرایندی و پیوسته به این موضوع باعث افزایش شاخص های اجتماعی و رشد آن می شود که لازم است به این شاخص ها توجه جدی شود.



محمدرضا نجفی منش؛ رئیس انجمن تخصصی صنایع

همگن نیرومحرکه و قطعه سازی کشور

خودروهای قدیمی چالش جدی ارتقای کیفیت در صنعت خودرو

کیفیت در صنعت خودرو این روزها و همزمان با توسعه فناوری ها در این صنعت شکل دیگری به خود گرفته و از آن جا که به دلیل محدودیت ها و مواردی همچون دولتی بودن صنعت خودرو خودروسازان بر تولید پلتفرم های قدیمی اصرار می ورزند، کیفیت در این صنعت به یک چالش اساسی تبدیل شده است چرا که این خودروهای قدیمی با وجود ارتقا، فاصله زیادی با فناوری های امروز دارند که می توان آن را حلقه مفقوده صنعت خودرو دانست. محمدرضا نجفی منش، رئیس انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه سازی کشور و عضو هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران با تشریح وضعیت کیفیت در صنعت قطعه و خودرو عدم اجرای برنامه های پیش بینی شده در زمینه راهبرد کیفیت صنعت خودرو را دلیل اصلی چالش های فعلی می داند:

در چند سال اخیر کیفیت در صنعت خودرو به چالش اساسی تبدیل شده و مقوله کیفیت با افزایش میزان داخلی سازی زیر سوال رفته است. تا چه اندازه نبود برنامه مشخص در زمینه کیفیت در صنعت خودرو را دلیل اصلی این روند می دانید؟ کیفیت ارتباط مستقیمی با داخلی سازی ندارد چرا که قطعه ساز بر اساس مشخصات داده شده از سوی خودروساز نسبت به تولید قطعه اقدام می کند و قطعه ساز نیز مطابق با آن مشخصات، تست رپورت داده و در نهایت شرکت های بازرسی نسبت به انجام بازرسی اقدام می کنند. همانطور که قطعه سازان داخلی قطعات تولیدی خود را تحویل خودروسازان داخلی می دهند پیش از این و در زمانی که تحریمی در صنعت خودرو اعمال نشده بود نیز نسبت به تحویل قطعات به پژو و رنو مطابق با مشخصات خواسته شده اقدام می کردند و نتیجه آن این بود که در زمان حضور رنو در ایران، شاهد کمترین میزان شکایت از محصول این گروه خودروسازی بودیم چرا که مطابق خواسته خود سفارش ساخت قطعه می داد و مطابق با همان مشخصات نیز، قطعه تحویل می گرفت. در حال حاضر نیز خودروسازان مشخصات قطعه درخواستی را به قطعه ساز داده و مطابق با همان مشخصات نیز، قطعه را دریافت می کنند که در عمل قطعه ساز داخلی با

مشکلی مواجه نخواهد شد اما در این میان شرایطی وجود دارد که مشخصات سفارش تولیدات قطعات از سوی خودروساز متفاوت بوده که بر همین اساس شاهد تفاوت در کیفیت قطعات تولیدی هستیم. در همین حال نگاهی به وضعیت قطعات و شکایات از میزان کیفیت آن ها نشان می دهد که موضوع بی کیفیتی قطعات بیشتر شامل خودروهای قدیمی است که دیگر عمری از آن ها گذشته است. برای نمونه پژو ۴۰۵ در حالی سال ۶۸ وارد ایران شد که حدود ۶ سال از تولید آن در فرانسه می گذشت. شاید در آن سال ها این خودرو با این مشخصات مورد قبول بسیاری از افراد جامعه بود اما هم اکنون و با گذشت بیش از ۳۲ سال از ورود این خودرو به ایران و تغییر فناوری ها و ذائقه افراد در خصوص آپشن های خودرو همچون سیستم های ABS و مونتیرینگ، تعداد قطعات الکترونیکی و کنترلی خودروها افزایش یافته در حالی این خودرو دارای چنین مشخصاتی نیست. نمونه این شرایط برای پیکان نیز وجود داشت به طوری که همزمان با ورود پیکان به بازار خودرو، شاهد افزایش استقبال از این خودرو بودیم اما پس از گذشت ۴۰ سال از حضور آن در بازار، پیکان تبدیل به خودروی قدیمی و بی کیفیت شد و پس از حذف پیکان، شاهد حضور پراید بودیم که با گذشت زمان زیادی از حضور پراید، میزان شکایات از پراید نیز افزایش یافت از سوی

دیگر به دلیل بالا بودن سهم پراید از سبد تولیدات خودروسازان، به طور طبیعی بیشترین حجم تصادفات را به خود اختصاص داد و در نهایت سردمدار نارضایتی ها شد. این در حالیست که پیش از این بارها بر این موضوع تاکید کرده ایم که اصرار بر تولید یک خودرو بیش از ۱۰ سال، منجر به افزایش نارضایتی ها و شکایات خواهد شد.

آیا می توان نبود دانش طراحی و تولید پلتفرم و کم کاری خودروسازان در این زمینه را دلیل اصلی بی کیفیتی در صنعت خودرو دانست؟

در حال حاضر دانش طراحی و تولید پلتفرم در کشور وجود دارد و در صورت عدم موجود بودن آن، توان تهیه این دانش از سایر کشورها وجود دارد اما عدم اجرایی شدن این موضوع را باید به دو دلیل نسبت داد. نخست آن که مدیریت خودروسازی، مدیریتی دولتی است و مدیر دولتی از دوام خود در سیستم، اطلاعی ندارد نگاهی به فعالیت مدیران صنعت خودرو نشان می دهد که با دوام ترین مدیر این صنعت، سال بر مسند ایران خودرو بود که توانست سمند را به ثمر برساند اما با حضور کوتاه مدت مدیران بر مسند مدیریت، همه اقدامات و امور نیمه کاره باقی می ماند. دوم آن که دولت دخالت وسیعی در صنعت خودرو دارد و بنابراین هر زمان که فرایند انتخابات ریاست جمهوری آغاز می شود همه امور تا زمان مشخص شدن نتایج کارها به فراموشی سپرده می شود و به دلیل همین سهم بالا مدیران خودروساز چندان دلسوزی برای کار به خرج نمی دهند زیرا درآمدی از جیب آن ها از بین نمی رود. همواره این بر این موضوع تاکید دارم که اگر خودروسازی، امروز دست برداران خیامی باقی مانده بود، ایران خودرو امروز از کره هم جلوتر بود که نمونه آن گروه بهمن است که با خصوصی سازی این شرکت، شاهد ورود محصولات جدید این گروه و سوددهی آن هستیم در عین حال افزایش داخلی سازی قطعات و همچنین افزایش ظرفیت تولید نیز همواره در دستور کار این شرکت قرار دارد بنابراین اگر خودروسازی خصوصی سازی باشد به موضوع رقابت و ضرورت ورود محصولات و پلتفرم های جدید آگاه است اما مدیران دولتی انگیزه ای برای فعالیت ندارند.

رابطه کیفیت و قیمت تمام شده را چگونه می دانید؟ در حال حاضر شائبه تولید بی کیفیت به دلیل قیمت تمام شده بالا وجود دارد.

این رابطه در صنعت قطعه و برخی از قطعات حساس معنایی ندارد در قطعه ای همانند لنت که قطعه ای فوق ایمنی به شمار می رود، نمی توان به دلیل کمبود نقدینگی، قطعه بی کیفیت تولید کرد شاید تولید در برهه ای از زمان به دلیل نبود نقدینگی متوقف و یا کاهش باید اما نمی توان تولید غیراستاندارد انجام داد. اما مشکل نقدینگی هم اکنون مشکل جدی واحدهای تولیدی است و بیش از ۹۰ درصد انرژی و وقت، مدیران عامل صرف خرید مواد اولیه و اداره واحد تولیدی می شود در حالی که مدیران مشابه در کشورهای خارجی حتی نظیر ترکیه، تنها دغدغه ارتقای کیفیت، مدل و رقابت بیشتر برای جذب مشتری دارند اما در ایران تمام وقت مدیران و سیستم، صرف تامین نقدینگی و مسایل مادی می شود و اجازه تفکر به مسایل دیگر به او داده نمی شود اما با این حال پیشرفت های زیادی تا به امروز داشته ایم.

برخی از نبود راهبرد کیفیت در صنعت خودرو به

عنوان یکی از کمبودها و چالش های این صنعت یاد می کنند. آیا از دیرباز تاکنون راهبرد مشخصی در زمینه کیفیت صنعت خودرو تعریف شده است؟ در سال ۸۶ تا ۹۰ مواردی به عنوان راهبرد کیفیت و جایگاه صنعت خودرو در این باره تعریف و مشخص شد اما به دلیل دولتی بودن صنعت خودرو این موارد پیگیری و اجرایی نشد به طوری که امروز فاصله زیادی با جایگاه تعریف شده در زمینه کیفیت صنعت خودرو داریم. این موارد در سند چشم انداز صنعت خودرو پیش بینی شده بود به طوری که در این سند استاندارد سوخت خودرو بر اساس استاندارد روز اروپا پیش بینی و هدف گذاری کاهش ایرادات در هر خودرو به یک مورد بود. این در حالیست که هم اکنون در خودروسازی خصوصی ایراد هر خودرو یک به چهار و در خودروسازی دولتی یک به بیش از سه است در حالی که در دنیا این عدد یک بوده و هدف گذاری کیفیت در صنعت خودرو نیز دستیابی به یک ایراد در هر خودرو است که در صورت خواستن، تحقق آن امکانپذیر است. در سال های گذشته در نشست های مشترک انجمن قطعه سازان، انجمن خودروسازان، وزارت صمت و شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران نسبت به شناسایی ایرادات قطعات اقدام می شد و در برخی از این جلسات مشخص می شد که قطعه مورد نظر ایراد نداشته بلکه قطعه مکمل دارای ایراداتی بوده اما این جلسات کمرنگ شد در حالی که لازم است همه بازیگران این نقش، اعم از خودروساز، قطعه ساز، نمایندگان خدمات پس از فروش، تعمیرکاران و سازندگان در کنار هم مشکلات را شناسایی و نسبت به رفع آن اقدام کنند.

بدون شک استاندارد حداقل کیفیت است و استانداردهای بین المللی کمترین میزان استاندارد و استانداردهای کارخانه ای بالاترین میزان استاندارد را شامل می شوند بنابراین باید به سمتی حرکت کنیم که کمترین و حداقل استانداردها را داشته باشیم در این میان رقابت، نقش زیادی دارد و اگر قطعه ساز در بازار بین المللی فروش داشته باشد توجه به این امر افزایش خواهد یافت.

در همین راستا در انجمن مدیریت کیفیت، طرح ارتقای زنجیره تامین دنبال شد که کار به عنوان پابلوت در برخی واحدها آغاز شده اما کیفیت هدف نیست کیفیت یک راه بی پایان است و هرروز باید این مسیر را طی کرد.

در حال حاضر چند درصد از واحدهای قطعه سازی حداقل کیفیت ها را رعایت می کنند و چه میزان از واحدهای قطعه ساز توجهی به موضوع کیفیت و ارتقای آن ندارند؟

در حال حاضر تمام شرکت هایی که با خودروسازان اصلی کار می کنند ناگزیر به رعایت حداقل کیفیت هستند زیرا در غیر این صورت خودروساز اجازه همکاری را صادر نخواهد کرد. در حالت عادی قطعه ساز بر اساس خواسته خودروساز نسبت به تولید قطعه اقدام می کند و با تولید خودروهای جدید، خواسته خودروسازان از قطعه سازان نیز بیشتر می شود. تا به امروز هر آن چه قطعه ساز انجام داده و به تولید رسانده مواردی بوده که از سوی خودروساز از او خواسته شده و اگر خودروساز خواستار افزایش کیفیت است، باید واحدهای تولیدی را حمایت کرده و نسبت به بروزرسانی تجهیزات اقدام کند در این میان یکی از راه های کمک به قطعه سازان، احیای برجام و ورود خودروسازان خارجی است. همانطور که ورود پژو باعث رشد شد و رنو این رشد را تکمیل کرد؛ با ورود سایر خودروسازان نیز خواسته بین المللی از صنعت قطعه افزایش می یابد.

دکتر محمد شکرچی زاده، رییس انجمن بتن ایران با تشریح راهبرد کیفیت در پروژه های ساخت تاکید کرد:

ضریب کند نفوذ فناوری به صنعت ساختمان



بیش از سه دهه از تدوین مجموعه مقررات ملی ساختمان می گذرد این مقررات ملی مجموعه اصول و قواعد فنی و ترتیب کنترل اجرای آنها است که باید در طراحی، محاسبه، اجرا، بهره برداری و نگهداری ساختمان ها در جهت تامین ایمنی، بهداشت، بهره دهی مناسب، آسایش، صرفه اقتصادی، حفاظت محیط زیست و صرفه جویی در مصرف انرژی و حفظ سرمایه های ملی رعایت شود. این اصول براساس ماده ۳۳ قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان به وسیله وزارت راه و شهرسازی تدوین می شود و براساس ماده ۳۴ بر عهده تمامی سازمان ها و اشخاص از شهرداری ها و سایر مراجع صدور پروانه و کنترل و نظارت بر اجرای ساختمان و امور شهرسازی، مجریان ساختمان ها و تاسیسات دولتی و عمومی، صاحبان حرفه های مهندسی، مالکان و کارفرمایان است تا این مقررات را رعایت کنند.

رییس انجمن بتن ایران معتقد است هرچند اقدامات خوبی در سال های گذشته در صنعت ساختمان صورت گرفته اما هنوز راه زیادی تا رسیدن به نقطه مطلوب وجود دارد و تنها راه دستیابی به کیفیت در پروژه های ساخت توجه جدی به مقررات ملی ساختمان و افزایش آگاهی عمومی و انتظارات مردمی است. دکتر محمد شکرچی زاده در گفت گو با خبرنگار نشریه کیفیت و مدیریت با اشاره به تعریف مجموعه ضوابطی از کیفیت که از دو دهه پیش توسط متخصصان و صاحب نظران تحت عنوان مقررات ملی ساختمان و با متولی گری وزارت راه و شهرسازی به تدوین رسیده است، می گوید: این مجموعه در ۲۲ مبحث و موضوعات مختلف ساختمان نظیر بارگذاری ساختمان تحت عنوان بار مرده و زنده که زلزله و باد نیز شامل این دسته می شوند، دسته بندی شده در عین حال مباحثی در خصوص ساختمان های فولادی، فلزی، صنعتی سازی، تاسیسات برقی و مکانیکی ساختمان، چگونگی محافظت ساختمان ها از آتش سوزی، صرفه جویی در مبحث انرژی و همچنین مباحثی در خصوص پدافند غیرعامل در این قوانین پیش بینی شده است.

وی مجموعه این مباحث را میثاق مهندسی ساختمان می داند و می افزاید: به نظر می رسد بهترین تعریفی که می توان از کیفیت از پروژه های ساخت داشت اینست که ساختمان احداث

شده بر اساس ضوابط مندرج در مقررات ملی ساختمان باشد این در حالیست که در این میان تسهیلاتی برای ساختمان هایی که اهمیت کمتری دارند نیز پیش بینی شده است. رییس انجمن بتن ایران از پیش بینی مباحثی در خصوص ساختمان های روستایی در این مرکز خبر می دهد و اظهار می کند: پیش بینی شده تا در این ساختمان ها ضمن در نظر گرفتن بوم روستا و سیما و منظر آن، از مصالح بومی استفاده شود که این موضوع به عنوان مبحث ۲۳ مقررات ملی ساختمان با همکاری بنیاد مسکن تدوین و به وزارت راه و شهرسازی ارسال شده و در صورت تصویب ابلاغ خواهد شد.

وی با تاکید بر این که کیفیت در پروژه های ساخت به معنای رعایت مقررات ملی ساختمان در مراحل ساخت از سوی مهندسان است، می افزاید: در حال حاضر مباحث مربوط به نگهداری ساختمان چندان قوی نبوده و در این زمینه اقداماتی در مرکز تحقیقات با هدف بهبود وضعیت ساختمان های موجود در برابر زلزله و آتش انجام شده که بیشتر این موارد مربوط به ساخت و سازهای غیردولتی است. در خصوص ساخت و سازهای دولتی نیز این موضوع مورد توجه قرار گرفته و بخشی نیز در دست بازنگری است که در صورت آشنا بودن مهندسان با این مباحث چه در مرحله آموزش و چه در مرحله کار حرفه ای، می توان به عمر قابل قبولی در ساختمان ها دست یافت و بهره وری را در این سرمایه گذاری های عظیم بهبود بخشید.

دکتر شکرچی زاده با بیان این که کیفیت و رعایت آن باعث افزایش عمر مفید و بهره وری ساختمان ها می شود، تصریح می کند: اقتصاد مسکن و ساختمان نقش مهمی در اقتصاد ملی و اقتصاد خرد و کلان دارد در حال حاضر خانه، تنها دارایی بسیاری از افراد است و در صورت داشتن کیفیت مناسب و رعایت قوانین مندرج در مقررات ملی ساختمان و ایمنی، می تواند سلامتی را برای جامعه به ارمغان بیاورد.

رییس سابق مرکز تحقیقات، راه، مسکن و شهرسازی از تعریف مدارک پشتیبان مقررات ملی ساختمان و همچنین سایر مدارک فنی دیگری که توسط دانشگاه ها و صاحب نظران منتشر شده تا ساخت و ساز در تبعیت از این مدارک به درجه مناسبی برسد، خبر

می دهد و می گوید: شاخص های کیفیت در صنعت ساختمان به صراحت و روشنی، واضح نیست در قانون، شناسنامه فنی ساختمان پیش بینی شده تا خریدار یا مستاجر با در اختیار داشتن این شناسنامه از وضعیت کیفیت ساختمان آگاه شود اما امروز این امر اجرایی نمی شود این در حالیست که اسکلت ساختمان در شرایط بحرانی مانند سیل و زلزله بسیار تعیین کننده بوده اما با این حال از دیدها پنهان است و خریدار نیز توان فهم درست از سلامت ساختمان را ندارد که لازم است باید به این سمت حرکت کنیم تا مجریان ساختمان مجریان ذیصلاح بوده و شرکت های حقوقی ساخت و ساز را بر عهده گرفته تا در کنار شرکت های بیمه پاسخگو باشند، این در حالیست که شرکت های بیمه با توجه به سطح و توانمندی شرکت های ذیصلاح هرچه از درجه بالایی برخوردار باشند، عدد بیمه آن ها کمتر خواهد بود

وی ادامه می دهد: موضوعاتی مانند آتش سوزی، زلزله و مواردی از این دست قابل واقعیت های اجتناب ناپذیر هستند اما برای بررسی اسکلت ساختمان روش های علمی وجود دارد که برخی نیازمند آزمایش های مخرب است، در هر صورت لازم است بر ساختمان های جدید تمرکز داشته باشیم چرا که نظر قانونی نیز ضوابط قانونی وجود دارد.

دکتر شکرچی زاده در خصوص تغییرات انجام شده در برخی از ساختمان از سوی کارفرما پس از دریافت پایان کار که منجر به بروز حوادثی می شود، نیز اظهار می کند: وظیفه شهرداری الزام صاحب ملک به انجام اقدامات زیر نظر مهندسان ذیصلاح است این در حالیست که تغییر کاربری پس از تغییر نقشه، بیشترین گرفتاری فعلی است چرا که منزل مسکونی تبدیل به آزمایشگاه،

درمانگاه و یا حتی آتلیه عکاسی می شود که حوادث اخیر طی دو سال گذشته که منجر به فوت تعداد زیادی از هموطنان شد به دلیل تغییر کاربری بود که نمونه آن آتش سوزی درمانگاهی بود که تغییر کاربری داده و اتصال وسایل برقی، باعث آتش سوزی در آن شد.

وی می افزاید: تاکید مرکز تحقیقات اینست که صدور مجوز تغییر کاربری از سوی شهرداری ها با در نظر گرفتن ملاحظات باشد چرا که امکان ممنوع کردن تغییر کاربری وجود ندارد اما مهم است که در صورت انجام این کار، اقدامات کارشناسانه ای انجام تا منجر به صدمه نشود. باید به این موضوع آگاه باشیم که ساختمان یک کالای عمومی بوده و کالای خصوصی به شمار نمی رود.

رییس انجمن بتن ایران در خصوص استانداردهای اجباری ساختمان نیز اظهار می کند: بر اساس استانداردهای سازمان ملی استاندارد، کالا باید دارای مشخصاتی باشد تا قابلیت استفاده داشته باشد بنابراین حداقل های کیفیت و استاندارد از سوی این سازمان مشخص می شود اما کیفیت سقفی ندارد. همانطور که در مرکز تحقیقات گواهینامه فنی، تعریف شده اما در این گواهی، حداقل معنایی ندارد و اساس عملکرد است که می تواند رقابت سازنده بین تولیدکنندگان ایجاد کند امری که در همه دنیا مرسوم است. دکتر شکرچی زاده با تاکید بر این که استاندارد ها حداقل کیفیت را تعیین می کنند و حداقل کیفیت در پروژه های ساخت همان مقررات ملی ساختمان است، تصریح می کند: اجرای استاندارد و کیفیت در ساختمان سازی رو به بهبود است و مقایسه وضعیت موجود نسبت به گذشته نشان می دهد در چند دهه گذشته به

ویژه در موضوعاتی که به ایمنی ساختمان بر می گردد، توجه مهندسان افزایش یافته و تفکر بهبود کیفیت در ساختمان سازی شکل گرفته است.

وی در تشریح مقایسه این وضعیت می گوید: در زلزله بم که در سال ۸۲ اتفاق افتاد به غیر از ساختمان های خشت و گلی که انتظاری از آن ها نمی رفت، شاهد خرابی ساختمان های اسکلت ساز و کشته شدن تعداد زیادی از هموطنان بودیم اما در زلزله سر پل ذهاب به دلیل جدید بودن ساختمان ها که پس از جنگ نوسازی شده بود شاهد فوت ۶۲۰ نفر بودیم که البته باز جای تاسف است و مقایسه این میزان نشان می دهد از سال ۸۲ تا ۹۶ اتفاقات خوبی در این زمینه رخ داده هرچند که در زلزله کرمانشاه شاهد فروریختن دیوارها بودیم که نشان داد استانداردها چندان سخت گیرانه نبوده که پس از آن اتفاق در مرکز تحقیقات راهبردهایی در پیش گرفته و المان هایی که بتواند اجزای غیرسازه ای را مقاوم کند، الزامی شد که امروز در حال رعایت است.

دکتر شکرچی زاده در ادامه به راهبرد کیفیت در پروژه های ساخت و ساختمان سازی اظهار می کند: از دهه ۶۰ و سپس دهه ۷۰ بر اساس قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان، تدوین مقررات ملی ساختمان مدنظر قرار گرفت و از آن زمان کیفی سازی جدی تر شد ، هرچند برخی از دستورالعمل های بارگذاری قبل از آن وجود داشت اما در گسترده تعریف نشده بود که این موارد در دهه ۷۰ جدی تر شد و در دستور کار قرار گرفت و شهرداری ها ملزم به اجرای مقررات ملی ساختمان شدند اما هنوز با نقطه مطلوب فاصله زیادی داریم.

وی ادامه می دهد: معاونت ساختمان و مسکن وزارت راه و شهرسازی در گذشته میزان رعایت قوانین مختلف را بررسی کرده است.که این بررسی ها نشان داد که در بسیاری از مباحث همچنان عقب هستیم اما با این حال مسیر روشن به نظر می رسد هرچند که می تواند بهتر باشد که لازمه آن توجه و دغدغه و شکل گیری درخواست عمومی و نظارت نهادهای دولتی است. رییس سابق مرکز تحقیقات، راه، مسکن و شهرسازی با اشاره به فعالیت شرکت های بیمه در ساختمان سازی در سایر کشورها می گوید: در صورت شکل گیری بیمه ساختمان و استفاده درست از آن همانند سایر کشورها که شرکت های بیمه در همکاری با انجمن مهندسی کار کنترل را انجام می دهند ، در صورت خرید ملک و بروز مشکل، شرکت های بیمه ملزم به پاسخگویی خواهند بود و شرکت بیمه برای این که این مسئولیت را از روی دوش خود بردارد و این هزینه ها را پرداخت نکند، کنترل جدی بر مراحل ساخت خواهد داشت شرکت سازنده نیز به دلیل تعهدی که در مقابل بیمه دارد در تلاش برای ساخت بهتر است زیرا هر اندازه نسبت به ارتقای کیفیت اقدام کند و شرکت گیرد بالاتری داشته باشد، هزینه بیمه کاهش می یابد به همین دلیل کیفیت ساری و جاری خواهد شد.

دکتر شکرچی زاده در خصوص عدم ورود شرکت های بیمه به این موضوع در ایران نیز اظهار می کند: بدنه مهندسی کشور با این موضوع چندان آشنا نبوده و بیمه ها نیز چندان تخصصی نیستند و به دلیل عدم آشنایی تمایل ندارند اما ناگزیر به حرکت به این سمت هستیم در همین حال در اصلاحیه قانون نظام مهندسی نیز بحث بیمه دیده و پیش بینی شده تا شرکت های بیمه در امر ساختمان سازی ورود کنند.

وی می افزاید: در سال های اخیر درصد افراد تحصیل کرده در مبحث ساختمان سازی رو به افزایش بوده و این امر مسیر را به

سمت و سوی خوبی پیش برده اما در مجموع شرایط کلی تا نقطه مطلوب فاصله دارد و کار لازمی که باید در سال های آینده انجام شود، افزایش دانش و آگاهی مردم و همچنین انتظارات است زیرا نفوذ فناوری در صنعت ساختمان نسبت به سایر صنایع کم تر است اما با این حال اتفاقات مهمی در سال های گذشته در آن انجام شده و بخشی در حال انجام است بنابراین اگر صنعت ساخت و ساز را به سمت صنعتی شدن پیش ببریم و از روش های متداول فاصله بگیریم، می توانیم ضمن بهبود بهره وری و کاهش زمان، پروژه های اقتصادی تری داشته باشیم.

شکرچی زاده در ادامه بر ضرورت صنعتی سازی در صنعت ساختمان تاکید می کند و می گوید: حفظ کیفیت با صنعتی سازی عجین است در مدل صنعتی سازی، بسیاری از المان ها در کارخانه ساخته می شود که این امر منجر به افزایش کنترل کیفیت می شود در این روش قطعات به صورت مدولار تهیه و در ساختمان به صورت مونتاژ انجام می شود این در حالیست که پیش ساختگی بخش مهم صنعتی سازی به شمار رفته و صنعتی سازی مدولار کردن کار است.

وی در پایان در خصوص آشنایی مردم با حقوق حقه خود درزمینه صنعت ساختمان نیز اظهار می کند: هنوز انسجام و اجماعی در این زمینه شکل نگرفته و لازم است مجموعه شهرداری با همکاری نظام مهندسی به یک اجماع رسیده و پروتکل قابل اجرایی را استخراج کنند. یکی دیگر از این موارد اجباری بودن مجری ذیصلاح است که هرچند در قانون مورد تاکید قرار گرفته اما همچنان صوری است که لازم است آگاهی عمومی وجدان عمومی برای اجرای این ضوابط بیدار شود در غیر این صورت ابلاغ ضوابط در اجرا صوری بوده و نتیجه حاصله را نصیب دارنده پروژه نمی کند که این حلقه باید به درستی متصل شود چرا که مجری ذیصلاح نقش زیادی در ارتقای کیفیت و نظارت مستمر داشته و منجر به افزایش ایمنی و صرفه اقتصادی می شود البته لازم است مجری حالت صوری نداشته باشد و به وظایف فنی و قانونی خود به درستی عمل کند.

دکتر امید اشکانی

مدرس دانشگاه، مدرس و مشاور سیستم های فنی و کیفی

امروزه صنعت لوازم خانگی را می توان یکی از صنایع مهم در کشور دانست به طوری که این صنعت با داشتن نقش کلیدی در تامین لوازم خانگی بخصوص در زمان تحریم و همچنین حمایت از پرسنل شاغل، نقش بسیار پر رنگی را در بین صنایع مختلف ایفا می کند. صنعت لوازم خانگی ایران، سابقه فعالیت چند ده ساله دارد و در سخت ترین شرایط مانند دوران جنگ تحمیلی و دفاع مقدس، توانسته در انبوه مشکلات داخلی و خارجی، روی پای خود بایستد، اما در یک دهه اخیر سرعت رشد این صنعت در صحنه رقابت با کالاهای وارداتی کند شده است. مشکلاتی همچون رکود اقتصادی، تحریم مواد اولیه، افزایش بی سابقه نرخ ارز، قیمت تمام شده بالای محصول، عدم سرمایه گذاری های جدید در بخش تحقیق و توسعه برای به روز کردن تولیدات، ضعف خدمات پس از فروش و نبود تنوع و نوآوری در محصولات از اصلی ترین دلایل کند شدن سرعت رشد این صنعت بوده که این عوامل، مسیر پیشرفت و توسعه صنایع مختلف را نیز ناهموار کرده است. در این بین، راهکارهای زیادی برای رشد و توسعه سازمان ها و صنایع مختلف از جمله صنعت لوازم خانگی مطرح گردیده که برخی از آنها بسیار پر هزینه بود و در عین حال، یکی از مهم ترین نکات مطرح در زمینه رشد و توسعه این صنعت، توجه به امر مستندسازی استاندارد (Standard Documentation) در سازمان های مرتبط است که به طور معمول هزینه زیادی را به سازمان تحمیل نمی کند. وجود مدارک فنی و کیفی استاندارد نقش بسیار مهمی در امر طراحی، کیفیت و خدمات ارائه کرده به گونهای که می تواند به سادگی و با موجودی های فعلی سازمان، منجر به افزایش سطح توانمندی سازمان در فضای رقابتی امروز گردد.

همانطوری که اشاره شد، یکی از نکات ضعف در صنعت لوازم خانگی، عدم توجه به امر تحقیق و توسعه و سرمایه گذاری در این راه است که به مرور زمان، نه تنها در صنعت لوازم خانگی، بلکه در هر صنعت دیگری منجر به نابودی سازمان می شود. در فاز طراحی و تحقیق و توسعه لازم است متناسب با نیازمندی صنعت لوازم خانگی، مستندات مربوط به طراحی در هر فاز

نقش استاندارد در توسعه راهبرد صنعت لوازم خانگی

تدوین و در اختیار تیم های ارزیاب سازمانی قرار گیرد تا عواملی مانند مطالعه نیاز بازار، استفاده از شبیه سازهای تولیدی، امکان سنجی های ساخت، تحلیل های فنی و تحلیل ریسک های سازمانی مشخص گردیده و در فازهای بعدی از تحمیل هزینه های گزاف به سازمان پیشگیری شود. توجه به مستندات ایجاد شده در تدوین گسترش عملکرد کیفیت (QFD) نقش کلیدی در تبدیل ندای مشتری به پارامترهای فنی ایفا کرده و مستندات استاندارد و دقیق می تواند کمک بسیار مهمی در ایجاد انگیزه تحقیقات در این صنعت باشد و عاملی کلیدی در جذب و توجیه سرمایه گذاران داخلی است.

در فاز تولید محصولات جاری نیز توجه به طرح ریزی های کیفیت نقش مهمی در توسعه و بهبود کیفیت محصولات جاری ایفا کرده و تدوین آنالیزهای حالات خرابی، طرح های کنترل و بخصوص طرح های اقتضایی می تواند از ایجاد بسیاری مشکلات کیفی پیشگیری کرده و منجر به افزایش رضایت مشتریان گردد که البته این امر مستلزم ایجاد فرهنگ سازمانی نیز است تا پرسنل سازمان متعهد به اجرای دقیق مستندات باشند. سازمان ها و مدیران فعال در حوزه صنعت لوازم خانگی البته باید به یک نکته کلیدی نیز توجه داشته باشند و آن این است که توسعه تمامی این موارد فقط در سازمان اصلی و مادر کفایت نکرده و سازمان موظف است تمامی زنجیره تامین خود را بهبود بخشد تا علاوه بر بهبود درون سازمانی، محیط و تامین کنندگان خارجی نیز از حرکت جا نمانده و همگام با سازمان اصلی نسبت به بهبود وضعیت خود اقدام کنند.

در زمینه ارتباط با مشتری نیز شرایط مشابهی در زمینه مدارک استاندارد حکم فرما است و ایجاد مستندات ارتباط با مشتری و شناخت بهتر مشتری در نهایت می تواند منجر به استحکام روابط بین سازمان و مشتریان شده و نقش مهمی در زمینه خدمات پس از فروش ایفا می کند.

لذا به طور کلی در راهبرد پیشرفت ملی کیفیت در صنعت لوازم خانگی، استفاده از استانداردها و روش های مستندسازی دقیق و واقعی به مدیران ارشد سازمان ها توصیه می گردد تا بتوانند برخی از مشکلات فعلی را حل و در آینده با رویکردهای استاندارد، گام های مهمی در زمینه توسعه محصولات جدید بردارند. استفاده از مستندات استاندارد، امری است کم هزینه و سودمند که اگر به صورت صحیح در سازمان فرهنگ سازی شود، در نهایت منجر به تغییرات متنوع و بزرگی در سازمان می گردد.

دکتر حسین عزیزی، مدیرکل فرآورده های غذایی
و آشامیدنی سازمان غذا و دارو

ایمنی و کیفیت صنایع غذایی در اولویت دوم



شاید مهمترین نقش متخصصان صنایع غذایی دستیابی و حفظ کیفیت محصول غذایی باشد، محققان بسیاری تلاش کرده اند که کیفیت را چه در مورد محصول و سایر موارد تعریف کنند اما یافتن تعریفی ثابت برای همه موارد مشکل است بنابراین کیفیت محصول غذایی به عنوان برآوردن انتظارات مصرف کننده یا فراتر از آن تعریف می شود. کیفیت محصول از طریق خصوصیتی در یک گروه از یک نام تجاری تا نام دیگر متفاوت است و بسته بندی نیز به دلیل محافظت از کیفیت غذا و قابلیت پذیرش آن در نظر مصرف کننده، در همین راستا قرار می گیرد. بنابر این اعتقاد بر این است که مواد غذایی تجاری خریداری شده با همه وعده های غذایی سفارش داده شده، سالم هستند. استاندارد صنایع غذایی این روزها با برگشت برخی از محصولات کشاورزی صادراتی با اما و اگرهایی روبرو شده اما با این حال مسئولان امر معتقدند این شرایط شامل محصولات صنعتی نمی شود بلکه محصولات کشاورزی و سنتی با این چالش روبرو شده اند که لازم است وزارت جهاد کشاورزی با تدوین ضوابطی نسبت به اصلاح وضعیت ان محصولات اقدام کند. در عین حال تاکید بر صادرات محصولات غذایی متناسب با استانداردهای کشورهای هدف از اصلی ترین تاکیدات در حوزه صنایع غذایی است.

دکتر حسین عزیزی، مدیرکل فرآورده های غذایی و آشامیدنی سازمان غذا و دارو با تشریح سبد غذایی خانوار می گوید: سبد غذایی، مواد غذایی مختلفی است که یک خانواده طی یک سال یا یک روز مصرف می کنند و این سبد به درآمد خانوارها بستگی دارد.

وی با اشاره به اقدامات اخیر دولت در خصوص حذف ارز ترجیحی که منجر به احتمال افزایش قیمت تمام شده مواد غذایی می شود، می افزاید: هرچند دولت در تلاش است که این ارز را برای برخی از کالاهای حساس حفظ کند اما به نظر می رسد باید در انتظار رشد قیمت ها باشیم که در صورت گرانی، سبد غذایی خانوارها تحت تاثیر قرار می گیرد بنابراین دولت باید در تلاش برای پایین آوردن قیمت ها باشد چرا که در این شرایط ممکن است سبد مطلوب غذایی با آن چه مورد مصرف قرار می گیرد، فاصله ای پیدا کند.

وی پایه سبد مطلوب را غلات و حبوبات می داند و تصریح می کند: این سبد در لایه های بالایی شامل لبنیات، گوشت، قند، شکر و روغن خواهد شد که همزمان با افزایش قیمت در همه این کالاها به ویژه حبوبات، سبد غذایی خانوارها تحت تاثیر قرار گرفته که این روند در درازمدت به ویژه برای خانوارهای دهک های پایین، مشکلات زیادی ایجاد می کند.

مدیرکل فرآورده های غذایی و آشامیدنی سازمان غذا و دارو ادامه می دهد: در حال حاضر دهک های بالا تنها قسمت کمی از درآمد خود را صرف سبد غذایی می کنند و هراندازه درآمد خانوار، کمتر باشد سهم سبد غذایی افزایش می یابد به طوری که این امکان وجود دارد که ۵۰ درصد از درآمد خانواده، صرف این سبد شود این در حالیست که در دهک های بالا، شاید تنها ۵ تا ۱۰ درصد از درآمد خانواده صرف غذا شود که بستگی به درآمد و تقاضا دارد.

عزیزی با تاکید بر استفاده از غذاهای با قیمت بالا در میان خانواده های دهک های پایین اظهار می کند: این روند، امنیت

غذایی جامعه را به خطر می اندازد چرا که این امکان وجود دارد که نتوانند مواد غذایی مورد نیاز را تامین کنند که در نهایت به دلیل کمبود ویتامین شاهد بروز بیماری های مختلفی خواهیم بود که منجر به افزایش هزینه های خانوار می شود.

وی با اشاره به نبود افق روشن در صنایع غذایی در سال آینده می گوید: با برنامه ریزی های انجام شده بدون شک وضعیت جدیدی رخ خواهد داد بنابراین باید در انتظار تدابیر دولت با هدف بهبود سبد غذایی باشیم.

عزیزی در ادامه امنیت غذایی را وجود غذای کافی می داند و می افزاید: امنیت غذایی زمانی رخ می دهد که غذا به اندازه کافی غذا به مردم برسد و حداقل سیری شکمی حاصل و کالری مورد نیاز دریافت شود بنابراین امنیت غذایی شامل عرضه، قیمت، در دسترس بودن و در نهایت کیفیت می شود که این موضوع ایمنی غذایی و سلامت غذا را شامل خواهد شد.

مدیرکل فرآورده های غذایی و آشامیدنی سازمان غذا و دارو با اشاره به مصرف سه وعده غذا و همچنین تنقلات در زندگی روزانه، غذا را مساله مهمی در وضعیت مردم عنوان و تصریح می کند: بر اساس مرکز آمار ۲۵ درصد از درآمد خانوارها صرف غذا می شود که این رقم در دهک های پایین حتی به بیش از ۵۰ درصد نیز خواهد رسید بنابراین توجه به غذا مهم بوده و نیاز اولیه انسان ها بعد از هوا به شمار می رود.

وی در ادامه ایمنی غذا که شامل کیفیت مواد غذایی می شود را شامل بخش های مختلفی عنوان و تصریح می کند: ایمنی فیزیکی بخشی از کیفیت به شمار می رود که شامل تقلبات در صنایع غذایی می شود. ایمنی شیمیایی شامل علف کش ها، سموم و فلزات سنگین بوده و ایمنی بیولوژیکی نیز شامل سموم و آلودگی میکروبی است.

عزیزی تاکید می کند که ایمنی غذایی در تولید و صنعت به صورت کامل رعایت می شود و واحدهای تولیدی ناگزیر به رعایت استانداردهای ابلاغی هستند و ادامه می دهد: اما در همین شرایط، مواد غذایی صنعتی قسمتی از شیوه مصرفی مردم به شمار می رود و بسیاری از مردم از مواد سنتی و غله استفاده می کنند.

به گفته وی، سازمان های ناظر مانند سازمان غذا و دارو، استاندارد و معاونت بهداشتی وزارت امور بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و نظارت هایی بر اصناف دارند و نظارت بر واحدهای صنعتی به صورت کامل انجام می شود چرا که مکان آن ها مشخص بوده و سرزدن به این واحدها آسان تر است و در عین حال مدیر کنترل کیفی نیز در این واحدها مستقر است. اما در قسمت صنفی به دلیل گستردگی و فعالیت میلیون ها نفر در این حوزه، امکان کنترل عرضه کننده با دشواری هایی همراه است.

مدیرکل فرآورده های غذایی و آشامیدنی سازمان غذا و دارو در خصوص تاثیر درآمد بر افزایش استقبال از غذاهای ارزان و کم کیفیت نیز می گوید: بدون شک درآمد خانوارها و توانایی در تهیه غذاها در این مساله تاثیر گذار خواهد بود چرا که افراد با درآمد کمتر به سراغ غذاهای ارزان تری می روند اما نمی توان به صورت قطعی اعلام کرد که این غذای ارزان بی کیفیت تر است اما به طور قطع، نظارت کمتری بر آن ها وجود دارد.

عزیزی امنیت غذایی را اولویت نخست نسبت به ایمنی غذایی

می داند و می افزاید: تا امنیت غذایی حاصل نشود، ایمنی غذایی مطرح نخواهد شد اما در عین حال آگاهی از این موضوع که سموم شیمیایی و میکروبی با وجود سالم بودن غذا منجر به کمبود املاح پروتئین می شود که در نهایت بیماری را به همراه دارد، از ضروریات است، در این شرایط ایمنی به مرحله بعد خواهد رفت.

وی با تاکید بر این که هم اکنون صنایع غذایی از نظر استاندارد کامل بوده و نیازی به استاندارد جدید ندارد، اظهار می کند: مواد غذایی تولیدی در کارخانجات استاندارد به تولید می رسند و استانداردهای صنایع غذایی نیز استانداردهایی منطبق با استانداردهای بین المللی نوشته و ترجمه شده اند که با جلسات مشترک این استانداردها ایرانی شده اند. بنابراین استاندارد ایرانی، الگو گرفته از استاندارد بین المللی است و در حال حاضر در هیچ کارخانه ای، محصولی وجود نداشته که علامت استاندارد و سازمان غذا و دارو نداشته باشد.

عزیزی در خصوص استاندارد کالاهای سنتی و صنفی نیز می گوید: تاکنون استاندارد برای اصناف تعریف نشده و هر واحد تولیدی بر اساس سلیقه خود نسبت به تولید کالایی اقدام می کند و این در شرایطی که گرایش به فست فودها در میان جوانان ایجاد شده از نظر چربی، شکر و روغن وضعیت مناسبی ندارد و در صورت استفاده زیاد مشکلات و بیماری هایی خواهد داشت که البته این موضوع هم در ردیف افراد با درآمد بالا اتفاق خواهد افتاد که نیاز به فرهنگ سازی دارد.

مدیرکل فرآورده های غذایی و آشامیدنی سازمان غذا و دارو در خصوص مشکلات ایجاد شده در زمینه صادرات مواد غذایی نیز اظهار می کند: صادرات غذاهای غیر صنعتی در کارخانه تولید نشده و شامل صیفی جات می شود بنابراین مواد خام کشاورزی بوده و به صنعت ربطی ندارد و شاهد بروز مشکلاتی در مسیر صادرات آن بودیم اما مواد صنعتی غذایی، صادرات خوبی دارند چرا که بر اساس استاندارد تولید می شوند بنابراین پیگیری غذاهای سنتی بر عهده وزارت کشاورزی است تا نسبت به تعریف استاندارد و ضوابطی در این خصوص اقدام و با نظارت بر مزارع و باغ ها و با همکاری سایر دستگاه ها اصولی تعریف شود تا صادراتی بدون نظارت انجام نشود. بنابراین لازم است وزارت جهاد کشاورزی قبل از صادرات نسبت به ارزیابی و آزمایش های لازم بر اساس استانداردهای بین المللی اقدام و سپس در صورت انطباق با استانداردها نسبت به صادرات اقدام کند چرا که هر کشوری استاندارد خاصی دارد و صادرکننده باید در ابتدا نسبت به تولید بر اساس استاندارد کشور مقصد اقدام کند.

نقش راهبرد ملی کیفیت خودرو در توسعه بازار



دکتر سیاوش سیار ایرانی
مدیر فروش و بازاریابی شرکت پارس صنعت پرتو

صنعت خودرو و زنجیره تولید ارزش آن به ویژه صنایع مرتبط با قطعه سازی، جایگاه ویژه و استراتژیکی در اقتصاد کشور داشته و دارد. اقتصادی که چند سالی است بنا به دلایل سیاسی و فنی، از مبادلات خارجی سهم ناچیزی نصیبش شده و در نتیجه فشار مضاعفی بر نقش آفرینان این اقتصاد در جبران آن از بازارهای داخلی وارد گردیده. از طرفی هم شاهد تحمیل مشکلات عدیده بر این زنجیره ارزش اعم از تحریم ها، دشواری دسترسی به تکنولوژی روز و مواد اولیه، تورم پایدار، نوسانات نرخ ارز و سیاست های دستوری کنترل بازار می باشیم که این عوامل تمایل نقش آفرینان زنجیره ارزش و تولید کنندگان را برای توجه لازم به مقوله کیفیت کاهش داده. لذا نیاز داریم تا با بر شمردن مزایای استقرار نظام های کیفی برای صاحبین کسب و کارها این جنبش کیفیت را روحی تازه بدمیم و همگی از این فضای پویا منتفع شویم.

در راهبرد ملی کیفیت در صنعت خودرو پیشنهادات ارزشمندی از جمله تعریف جایگاه مستقل برای قطعه سازان در ساختار وزارت صمت پیش بینی شده که منافع بیشماری از جمله توجه ویژه به صنعت قطعه سازی، تضمین جایگاه این صنعت در بین پنج کسب و کار پر درآمد و اشتغالزا، حمایت ویژه از توجه قطعه سازان به مقوله تضمین و ارتقا کیفیت و نقش آفرینی آن در دیپلماسی اقتصادی که رویکرد دولت سیزدهم میباشد، دارا است. قطعه سازی در ایران نشان داده که از پتانسیل بالا برای ورود به بازارهای بین المللی و نقش آفرینی در عرصه اقتصاد صادرات محور برخوردار میباشد، و این توانمندی می تواند ضامن اقبال بیشتر مشتریان داخلی و خارجی و در نتیجه کسب سهم بازار مناسب باشد.

با رویکردی که در راهبرد ملی کیفیت به کار گرفته شده، انتظار می رود قطعه سازان بتوانند با برنامه ریزی برای استقرار نظام های کیفی در سطح استاندارد های سازندگان خارجی و جلب توجه مشتریان خارجی و داخلی، سهم قابل توجهی از بازار های داخلی و خارجی را با پیاده سازی الزامات طراحی و کیفی خاص آنها نصیب خود کنند.

مطالعات نشان می دهد استقرار استانداردهای به روز مدیریت کیفیت در صنایع قطعه سازی خودرو از جمله IATF:2016 و ISO9001:2015 باعث بهبود عملکرد شرکت ها در حوزه های طراحی، بهره وری، کنترل کیفیت، منابع انسانی و تامین منافع ذینفعان خواهد شد که با نگاهی به تعاریف کیفیت ادراکی و عملکردی و جایگاه آنها در تعاریف بازاریابی و همچنین لحاظ کردن بندهای این استانداردهای بروز جهانی و رفتار خرید مصرف کننده (اعم از B2B و B2C) به خوبی می توان به پتانسیل بکارگیری این نظام های کاربردی در نگهداشت و افزایش سهم بازار تولید کنندگان پی برد.

در بازاریابی مدرن، امروزه مشتریان (تجاری و مصرفی) حتی قبل از اینکه به سراغ تک تک ابعاد کالا نظیر، ویژگی ها، قیمت، بسته بندی و پروموشن ها (PS4) بروند، انتخاب خود را انجام داده اند. دلیل این انتخاب چیست؟ هم افزایی تمامی عوامل مذکور و تجربه مشتریان قبلی از محصولات و خدمات شرکت، کلیات شهرت برند و محصول و مقبولیت آن را در بازار رقم میزند (توجه به بندهای ۴-۲ و ۴-۳ استاندارد IATF:2016).

کیفیت ادراکی مقوله ای فراتر از کیفیت عملکردی را شامل می شود و نیاز به درک عمیق بازار، ذینفعان و مسیر استراتژیک سازمان دارد. مشتریان امروزه درک عمیق و جامعی از محصولات و انتظاراتشان دارند که به واسطه شبکه ارتباطی گسترده با سایرین نیز در میان می گذارند و تشخیص این مساله توسط سازمان ها و بکارگیری راهکارهایی برای شناخت و برآورده کردن نیازها، خواسته ها و سلايق مشتریان با تحلیل هایی درست می تواند تضمین کننده حفظ مشتریان قبلی و کسب سهم بازار بیشتر برای آنها شود. عامل دیگری که در حفظ و ارتقا سهم بازار بسیار تاثیرگذار می باشد، حفظ سطح کیفی مناسب در طول عمر محصول می باشد. مشتریان کوچکترین خللی را در محصول ارائه شده، نسبت به نمونه های گذشته تشخیص می دهند و نسبت به آن واکنش نشان میدهند (بند ۸-۴)

امروزه مشتریان به تمامی ابعاد کیفیت توجه لازم را به خرج میدهند و شاید این ضرب المثل معروف Don't buy a book by its cover دیگر به کار نیاید. هیچ مشتری انتظار ندارد که محصول با کیفیت بالا را بتواند در بسته بندی های ضعیف یا محل های عرضه ای کثیف و نامرتب پیدا کند، لذا توجه به این مقوله که در بندهای استاندارد های ISO و IATF و به آن اشاره شده در حفظ بازار بسیار حائز اهمیت می باشد. در راهبرد ملی کیفیت از استانداردها به عنوان ابزاری برای حفظ و تضمین کیفیت ادراکی و عملکردی محصولات و قطعات خودرو یاد میشود که بکارگیری آنها نه شرط کافی، که شرط لازم برای دوام سطح کیفی بالا، ارتقا و در نتیجه تاثیرگذاری آنها در صنعت خودروسازی می باشد و در بعد بازار هم میتواند ابزاری قدرتمند برای کسب سهم بیشتر بازار قلمداد شود.

مشارکت





دنیای متاورس چیست و چه آینده ای دارد ؟

متاورس چیست؟

برای درک بهتر مفهوم متاورس اول گاهی به معنای آن میاندازیم. متاورس از دو واژه متا (Meta) و ورس (Verse) تشکیل شده است. کلمه متا به معنی «برتر» و ورس که از کلمه «Universe» گرفته شده به معنی «جهانی» است. به این ترتیب عبارت متاورس را می توان «جهان برتر» یا «برتر از جهان» تلقی کرد.

متاورس به عنوان یک شبکه مجازی عمل کرده که در آن کاربران قادر خواهند بود با یکدیگر و با دیگر اجزای محیط اطراف خود تعامل کنند. به عبارتی دیگر، در دنیای متاورس افراد به صورت آنالاین و مجازی به نقش آفرینی می پردازند.

این دنیای مجازی، جنبه های مختلف شبکه های اجتماعی، بازی های ویدیویی، فناوری واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR) و در نهایت بلاک چین را با یکدیگر ادغام می کند. به همین دلیل متاورس را می توان به دنیایی که توسط واقعیت های مجازی و واقعیت های افزوده ساخته می شود هم نسبت داد.

با افزایش نفوذ بلاک چین در دنیای فناوری، پای متاورس

به بازی های بلاک چینی باز شد. بازی هایی که افراد در آن می توانند آیتم های بازی را در قالب توکن خریداری و معامله کنند. البته توجه داشته باشید نوع عملکرد بازی های متاورس در بلاک چین، تفاوتی با بازی های غیر بلاک چینی ندارد و فقط دارایی های بازیکن در بازی به توکن تبدیل شده است.

تاریخچه متاورس

با وجود اینکه هنوز خیلی با نمونه های کاربردی فناوری متاورس فاصله داریم اما این مفهوم مدتهای طولانی و برای چندین دهه است که در داستان ها، بازی های رایانه ای و فناوری های دیجیتال مطرح بوده است. در حقیقت واژه متاورس و خلق آن به دهه ۹۰ میلادی زمانی که نیل استفنسون (Neal Stephenson) کتابی با نام اسنو کرش (Snow Crash) منتشر کرد باز می گردد.

این نویسنده در این کتاب برای اولین بار مفاهیمی مثل متاورس و آواتار (Avatar) را در قالب داستان پیش بینی کرد. مفاهیمی که سالها بعد از آن با همین نام به دنیای دیجیتال راه پیدا کردند. این ماجرا به همین جا ختم نمی شود. مدتها بعد

نویسنده کتاب بازیکن شماره یک آماده (Ready Player One)، ارنست کلاین (Ernest Cline) به روایت زندگی انسانها در سال ۲۰۴۴ می پردازد.

در این کتاب روایت شده انسان ها می توانند زندگی مشقت باری که در دنیای واقعی دارند را با زندگی در دنیای مجازی و دیجیتال ادامه دهند. نگاهی به همه این جریانات و در نهایت تغییر نام فیس بوک به متا همه نشان دهنده این است که از گذشته تاکنون برنامه های زیادی برای مقوله متاورس وجود داشته است.

واقعیت مجازی «VR» در متاورس چیست؟

واقعیت مجازی «Virtual Reality» که به اختصار به آن «VR» می گویند یک دنیای دیجیتالی است که افراد با ورود به آن و با استفاده از عینک های واقعیت مجازی با اشیاء و کلیه وقایع موجود در آن تعامل داشته باشند. به این صورت که کاربر با زدن این عینک وارد دنیای مجازی شده و در این دنیا می تواند تجربیت گوناگونی داشته باشد.



واقعیت افزوده «AR» در متاورس چیست؟

واقعیت افزوده یا «Augmented Reality» که به آن «AR» هم می گویند، در کنار واقعیت افزوده یا «VR» ابزار

تحقق متاورس محسوب می شود. به عبارتی دیگر عبارت واقعیت افزوده، همانطور که از اسمش پیداست، ماهیت اضافه کنندگی دارد. یعنی یک شیء یا کاراکتر دیجیتالی را به یک فضا اضافه می کند.

اگر فیلم های گارفیلد (Garfield)، دامبو (Dumbo)، سونیت خارپشت (Sonic the Hedgehog)، آلیس در سرزمین عجایب (Alice in Wonderland)، مالفیسنت (Malefican) و از این قبیل فیلم ها را دیده باشید که در آن ها شخصیت های واقعی با شخصیت های غیرواقعی مانند حیوانات یا حتی شخصیت های کارتونی به بازی پرداخته اند بیشتر به مفهوم واقعیت فزوده پی می برید.

هرچند مفهوم لایو اکشن (Live Action) با مفهوم واقعیت افزوده متفاوت است، اما برای درک بهتر AR می تواند بسیار کمک کند. در حقیقت در واقعیت افزوده، تجربیات دیجیتالی، مانند این فیلم ها، بدون هیچ واسطه ای به دنیای فیزیکی ما اضافه می شوند و ما با آن ها تعامل برقرار می کنیم.

متاورس و فیس بوک

شرکت فیس بوک (Facebook)، غول حوزه فناوری، یکی از نمونه شرکت های پیشرو در حوزه متاورس است. همانگونه که در خبرها شنیدیم فیس بوک به تازگی اقدام به تغییر نام این کمپانی به «متا (Meta)» کرده است. مارک زاکربرگ (Mark Zuckerberg)، مدیرعامل فیس بوک، در یک کنفرانس مجازی در این باره گفته:

«میدوارم در آینده به عنوان یک شرکت متاورس دیده شویم و قصد دارم کار و هویت خود را بر آنچه در حال ساخت آن هستیم، تثبیت کنم. ما اکنون به عنوان دو بخش مختلف به کسبوکار خود نگاه می کنیم و گزارش می دهیم؛ یکی برای خانواده اپهایمان و دیگری برای تلاشی که در پلتفرم های آینده انجام می شود.

حالا به عنوان بخشی از پروژه، زمان آن فرا رسیده است که یک برند جدید اتخاذ کنیم تا همه کارهایی را که انجام می دهیم در بر گیرد؛ تا منعکس کنیم چه کسی هستیم و قصد ساخت چه چیزی را داریم.»



از آنجاکه شرکت فناوری فیس بوک دارای پتانسیل بالای و منابع مالی گسترده است به نظر می رسد ورود آن به حوزه متاورس تحول بزرگی را در این بخش ایجاد کند. از طرفی دیگر همکاری مشترک فیس بوک با شرکت های مطرح و بزرگ برای بسط و توسعه متاورس دلیل محکم دیگری بر گسترده بودن این پروژه است.

مارک زاکربرگ در وصف دنیای متاورس اینگونه گفته: «در دنیای مجازی متاورس هر کسی می تواند هر کاری را که تصور می کند

انجام دهد. با دوستان یا اعضای خانواده خود دور هم جمع شوند، کار کنند، در کلاس‌های آموزشی شرکت کنند، با یکدیگر بازی کنند، به خرید بروند، و به طور کلی تمامی تجربه‌هایی که انجام آن‌ها را با موبایل یا کامپیوتر نمی‌توان تصور کرد، از نزدیک حس کنند خیلی‌ها فناوری متاورس را جایگزینی برای اینترنت امروزی می‌دانند که زاکربرگ یکی از همین افراد است و برای محقق شدن این آینده بسیار در تلاش است.»



نقش ارزهای دیجیتال و توکن‌های غیرمثلی (NFT) در متاورس

همانطور که پیشتر توضیح دادیم متاورس جایی است که اختیار همه چیز در آن در اختیار خودمان است، نکته‌ای که باید مد نظر قرار دهید این است که دنیای متاورس با ارزهای دیجیتال وابستگی دارد.

در واقع در دنیای متاورس هم این امکان برای کاربران وجود داشته که همانند دنیای واقعی به خرید و فروش و معامله بپردازند. بنابراین برای انجام مبادلات نیاز به ارزی خواهید داشت. به همین دلیل ارزهای دیجیتال می‌توانند بهترین گزینه و انتخاب باشند.

علاوه بر ارزهای دیجیتال اصطلاحی که خصوصاً این روزها بیشتر با آن روبه رو می‌شویم توکن‌های غیرمثلی یا NFT (Non-fungible token) هستند. این توکن‌ها یکی از جدیدترین پدیده‌های فناوری بلاک‌چین بوده که به سرعت در حال گسترش است.

یکی از نقش‌ها و ویژگی‌های اصلی توکن‌های غیرمثلی در دنیای متاورس به اعطای مالکیت کامل شخصیت‌ها، آیتم‌های جمع‌آوری‌شده در بازی و حتی زمین مجازی به افراد می‌توان اشاره کرد.

ویژگی‌های متاورس

- حضور

به عنوان اولین و مهم‌ترین ویژگی متاورس به حضور یا همان Presence می‌توان اشاره کرد. منظور از کلمه حضور در متاورس این است که کاربران در این دنیای مجازی و در کنار باقی کاربران، احساس حضور کنند. تحقیقات نشان می‌دهد که این احساس حضور به افزایش کیفیت تعاملات در این دنیای مجازی کمک می‌کند.

نکته‌ای که باید در اینجا به آن اشاره کنیم این است که این احساس حضور و نزدیکی با دیگران، از طریق هدست و

نمایشگرهایی که در مقابل شما قرار دارند انتقال پیدا می‌کند.

- همکاری

قابلیت همکاری یکی دیگر از جوانب مهم در دنیای متاورس محسوب می‌شود. با کمک این قابلیت کاربران می‌توانند به همه‌جای این دنیای مجازی سفر کرده و با یکدیگر همکاری کنند. به عبارتی دیگر یکپارچگی موجود در متاورس به کاربران این امکان را داده تا با داشتن یک آواتار یکسان بتوانند در عمه بخش‌های آن حضور داشته و از امکانات آن برخوردار شوند.

- استانداردسازی

استانداردسازی یا همان Standardization یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌ها و جوانب متاورس است که بر اهمیت آن می‌افزاید. همانطور که هر سیستم و سازمانی برای استانداردشدن نیاز به یک سیستم استانداردسازی دارد، متاورس نیز از این قاعده مستثنی نیست.

جالب است که بدانید ایجاد این ویژگی در دنیای مجازی متاورس تا حدی حائز اهمیت بوده که حتی یک سازمان بین‌المللی برای آن در نظر گرفته شده تا پروتکل‌های استاندارد متاورس را تأیید کند .

- دنیای بی انتها

متاورس مفهوم و تعریف گسترده‌تری نسبت به دنیای واقعی که دارد که در آن زندگی می‌کنیم، با توجه به اینکه دنیای متاورس به غضا‌های فیزیکی محدود نیست تا بی‌نهایت امکان گسترش آن وجود دارد و حد و مرزی برای آن وجود ندارد. به طور خلاصه باید گفت متاورس دنیای بی‌پایان است.

- همزمانی

همزمانی یکی از ویژگی‌های مهم و قابل توجه‌در متاورس است. این بدان معناست که در دنیای متاورس امکان و قابلیت ارتباط و تعامل بین کاربران سراسر جهان به صورت همزمان وجود دارد. به عبارتی دیگر حوزه متاورس توانایی تعامل و ارتباط میان میلیاردها کاربر در زمان واقعی را فراهم می‌کند.

- سرعت

این ویژگی هم یکی از مهمترین شاخصه‌های متاورس بوده چراکه در آن، نیازی به جستجو برای هیچ موضوعی نیست در متاورس همه‌چیز حتی هرگونه اطلاعات به‌صورت آنی در متاورس قابل دسترس کاربران است.

- پایداری

ویژگی پایداری در متاورس به منزله امکان دسترسی همیشگی است. شما می‌توانید ساختمان‌های مجازی جدید یا اشیاء دیگری را در دنیای متاورسی خود ایجاد و اضافه کنید. همچنین می‌توانید آنها را انگونه که می‌خواهید تغییر دهید و نکته جالب توجه این که این تغییرات در بازیده‌های بعدی شما هم اعمال ده و ذخیره می‌شوند.

- هزینه

از مزیت‌های بارز و محبوبی که در دنیای متاورس وجود دارد حذف هزینه‌های دنیای فیزیکی مثل هزینه رفت‌وآمد، آموزش، خرید سخت‌افزارها و نرم‌افزارها و موارد دیگر می‌شود. چون نه دیگر نیازی به رفت و آمد هست و نه خرید سخت افزار یا نرم افزار. امری که در برخی موارد می‌تواند سبب بهبود وضعیت زندگی انسان شود.

محدودیت‌های متاورس

- عدم انطباق و سازگاری برخی افراد

در عصر حاضر که عصر تکنولوژی و فناوری است و همه چیز به سمت ماشینی شدن پیش می‌رود هنوز هم افرادی هستند

که حاضر نیستند روش‌ها و شیوه‌های زندگی سنتی خود را ترک کرده و به زندگی مدرن روی بیاورند. به عنوان مثال کسانی که ترجیح می‌دهند به جای مطالعه کتاب‌های الکترونیکی یا همان eBookها نسخه چاپی و کاغذی آن را مطالعه کنند.

افرادی که ترجیح می‌دهند به‌جای استفاده از همراه بانک، از پول نقد استفاده کنند. به جای خرید آنلاین ترجیح می‌دهند به داخل فروشگاه رفته و خودشان از نزدیک خریدشان را انجام دهند. حال چطور می‌توان از این افراد انتظار داشت که وقتی هنوز به خوبی نمی‌توانند با اینترنت ارتباط برقرار کنند، با Metaverse انطباق و سازگاری داشته باشند.

- حذف لذت‌های فیزیکی در دنیای واقعی

یکی دیگر از محدودیت‌ها و در واقع نقاط ضعفی که متاورس برای انسان‌ها به ارمغان می‌آورد از بین بردن و حذف لذت‌های فیزیکی است. همانطور که گفتیم در متاورس شما هر آنچه را که بخواهید و به هر جایی که مدنظرتان باشد در کمترین زمان ممکن دسترسی خواهید داشت و این یعنی تجربه نکردن بسیاری از لذتها که تاکنون تجربه می‌کردید.

مثلاً در زندگی واقعیتان شاید یکی از لذتها در هنگام سفر دیدن مناظر و مسیر سفر بوده که این در متاورس دیگر قابل دست یافتن نیست چرا که در حد ثانیه به دورترین مکان‌های موردنظرتان سفر خواهید کرد.

یا مثلاً لذت تعمیر یک وسیله قدیمی، درس دادن و بازی کردن با بچه‌ها، تمیز کردن محیط زندگی، ورزش صبحگاهی، قدم زدن‌های شبانه با دوستان و بسیاری از لذت‌های دیگر که در متاورس حذف شده است.

شاید برای کسانی که از پیرفت تکنولوژی لذت می‌برند این محدودیت‌ها مسئله مهمی نباشد و حتی از نظرشان خنده‌دار هم باشد، اما به خاطر داشته باشید یک زندگی رقابتی و کاملاً هدف‌محور هم معایب خاص خودش را دارد و می‌تواند به روحیات انسان آسیب وارد کند.



آیا متاورس جایگزین اینترنت خواهد شد؟

نگرشی که این روزها در بسیاری از محافل و بر سر زبان بسیاری از کاربران می‌شنویم این است که متاورس قرار است جای اینترنت را بگیرد و حتی خیلی‌ها متاورس را اینترنت آینده نامگذاری کرده‌اند. شاید این نظر تا حدی درست باشد. چراکه متاورس کلیه اطلاعات و داده‌ها را برای ما دست یافتنی می‌کند و با این تفاسیر دیگر به اینترنت نیازی نخواهیم داشت.

اما از سوی دیگر داده‌ها حاکمی از وجود چیزی حدود ۱.۷ میلیارد

وب‌سایت در سراسر جهان است. کاملاً مشخص است این حجم از اطلاعات چیزی نیست که براحتی بتوان آن را به پروژه‌ای مثل متاورس انتقال داد. مارک زاکربرگ، متاورس را نسخه‌ای متفاوت از اینترنت فعلی دانسته و بر این موضوع تأکید دارد که اینترنت فعلی همچنان در اختیار کاربران خواهد بود. با این حال بسیاری از خدمات در اینترنت، جای خود را به خدمات جدیدی در متاورس خواهد داد.

بهترین پروژه های متاورس

متاورس دارای پروژه‌های متعدد زیادی است که به کاربران این امکان را داده‌در حین بازی کسب درآمد هم داشته باشند. این پروژه‌های و پلتفرم‌ها در حوزه ارزهای دیجیتال از محبوبیت زیادی برخوردار هستند و طرفداران زیادی را به خود اختصاص داده‌اند. از مهمترین پروژه‌های متاورسی به موارد زیر می‌توان اشاره کرد.

دیسنترالند یکی از نمونه‌های شناخته شده و مطرح در دنیای متاورس در جهان است. پلتفرم دیسنترالند بر اساس فناوری بلاک‌چین کار می‌کند و در آن‌ها گیم‌رها می‌توانند به کمک ارزهای دیجیتال ساختمان‌هایی مثل شهربازی بسازند و حتی از آن‌ها کسب درآمد کنند. در دیسنترالند می‌توانید زمین بخرید و یا آن را بفروشید و از پول آن برای خرید اسلحه در بازی فورتنایت استفاده کنید.

- سند باکس (Sandbox)**

سندباکس یکی از بهترین پروژه‌های متاورسی بوده که طرفداران زیادی هم دارد. این پروژه مبتنی بر بلاک‌چین دارای امکانات و قابلیت‌های زیادی است که کاربران در آن امکان خرید، فروش، و ادعای مالکیت اموال متفاوت خود را دارند. این پلتفرم‌در عین امنیت و قابلیت اطمینان دارای معایبی است که از مهمترین آنها به هزینه بالای شبکه اتریوم برای خرید بلاک‌چین می‌توان اشاره کرد.

سند باکس

- ناکاموتو (Nakamoto)**

ناکاموتو یا Nakamoto یکی دیگر از پروژه‌های متاورسی است که در این بازی هم مثل بازی دیسنترالند، کاربران امکان خرید زمین‌های مجازی، ساختن آن و درنهایت فروش آن را دارند. خرید و فروش زمین مجازی به منزله سرمایه‌گذاری در متاورس است. لازم به ذکر است که در بازی ناکاموتو، توکن‌های قابل معاوضه به نام ناکا شناخته می‌شود که ارز دیجیتال بسیار مناسب و روبهرشدهی محسوب می‌شود. این بازی واقعیت مجازی یکی از تازه‌ترین بازی‌های متاورسی است که توکن آن در حال حاضر ارزشی معادل ۳ دلار دارد.

ناکاموتو(ناکا)

- اکسی اینفینیتی (Axie Infinity)**

اکسی اینفینیتی (Axieinfinity) یکی از پروژه‌هایی که بسیاری از کاربران با نام آن آشنا هستند. محبوبیت این بازی آنلاین به این دلیل است که در حین بازی امکان کسب درآمد را نیز به کاربران خود می‌دهد. در اکسی اینفینیتی کاربران می‌توانند حیوانات موردعلاقه خود را به‌صورت مجازی پرورش داده و با استفاده از آنها کسب درآمد کنند.

اکسی اینفینیتی

مهم‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه متاورس ۱ – متا (Meta)

متا که نام جدید شرکت فیسبوک است از مهم‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه متاورس محسوب می‌شود. این شرکت تاکنون

چهارمین جایزه مسئولیت اجتماعی و پایداری بنگاه‌های اقتصادی

Fourth Award Social Responsibility
and Sustainability of Economic
Enterprises



اردیبهشت ۱۴۰۱ | www.csraward.ir



اساسی شده است. اگر به ۱۰ سال پیش نگاهی بیاندازیم خواهیم دید فرق زندگی امروز ما با همین ۱۰ سال گذشته از زمین تا آسمان است.

متاورس (Metaverse) مقوله‌ای است که امروزه بیش از گذشته شاهد محقق شده آن هستیم. دنیای جدیدی که فارغ از محدودیت‌های اینترنت کنونی امکان ارتباطات و کسب تجربیات متنوع را برای همه فراهم می‌کند. در دنیای مجازی متاورس هر آنچه بخواهید در دسترس شماست، می‌توانید شخصیت مورد علاقه خودتان را در آن بسازید و درست شبیه زندگی واقعی در آن زندگی کنید.

هر چیزی در این دنیا را می‌توانید به صورت کاملاً غیر متمرکز کنترل کنید بدون اینکه اختیار و مدیریت آن دست نهاد دولتی خاصی باشد. این همان نقطه اشتراک و ارتباط متاورس با فناوری بلاکچین است.

این را هم باید در نظر داشته باشیم که در کنار تمام مزایایی که پیشرفت فناوری برای ما به ارمغان آورده باعث شده بشر نسبت به قبل منزوی‌تر شود. به لطف همین فناوری افرادی هستند که کسب و کارشان را به داخل منزل برده‌اند و ارتباط اجتماعی و رفت و آمدشان به محیط خارج از منزل بسیار کمتر از گذشته شده است. بنابراین یکی از بزرگترین معایبی که فناوری برای ما به همراه داشته همین انزوا و کم‌رنگ شدن تعاملات اجتماعی است. حال دنیای برتر یا همان متاورس می‌آید تا کارها را خیلی آسان و در مقابل، انزوا را خیلی عمیق‌تر کند.

بیش از ۵۰ میلیون دلار سرمایه خود را صرف توسعه شبکه متاورس کرده است.

متا (Meta)

۲- مایکروسافت (Microsoft)

شرکت مایکروسافت نمونه‌ای دیگر از شرکت‌های مهم و فعال در حوزه متاورس بوده که پیش از ورود به این حوزه فعالیت‌هایی در زمینه هولوگرام و واقعیت گسترده (XR) از طریق پلتفرم مایکروسافت مش داشته است. مایکروسافت قصد دارد دنیای واقعی را با واقعیت مجازی و واقعیت افزوده ترکیب کند. این شرکت همچنین می‌خواهد هولوگرام‌ها و آواتارهای مجازی را تا سال ۲۰۲۲ به Microsoft Teams اضافه کند.

مایکروسافت (Microsoft)

۳- اپیک

اپیک شرکت سازنده بازی معروف فورتنایت (Fortnite) است. مدیرعامل اپیک در مصاحبه‌ای اعلام کرده که علاقه بسیاری به توسعه متاورس دارد. هنرمندانی مانند آریانا گرنده و تراوس اسکات در این بازی کنسرت برگزار کرده‌اند و حتی سخنرانی مشهور مارتین لوتر کینگ در سال ۱۹۶۳ نیز در این پلتفرم بازسازی شده است.

اپیک / آینده متاورس

در عصر فناوری که در حال حاضر در آن زندگی می‌کنیم به لطف هوش مصنوعی و اینترنتی شدن کسب و کارها و روی کار آمدن شبکه‌های اجتماعی، زندگی بشر دچار تغییر و تحول





متاورس و نقش آن در کسب و کارها

مقدمه : متاورس دنیای دیجیتال جدیدی است که به زودی بخش های بزرگی از جهان را در بر می گیرد. در حال حاضر ما در دنیای خود به وسیله گوشی یا سیستم های کامپیوتری به اینترنت متصل می شویم. اما در متاورس کاربران محدود به یک صفحه نمایش نیستند. بلکه تمام ذهن آنها درگیر زندگی در یک دنیای جدید است. دنیایی که بسیاری از محدودیت ها را زیر پا می گذارد و ممکن است مفهوم زمان و مکان را برای ما تغییر دهد.

متاورس را می توان به عنوان یک فضای مجازی چند کاربره در زمان واقعی تعریف کرد که در آن افراد در سراسر جهان می توانند از طریق یک شبکه به هم متصل شوند ، شخصی اجتماعی برای خود خلق کنند و به مبادله ارزش (در قالب دارایی های مجازی) بپردازند. چیزی که متاورس را از یک تجربه چند نفره سنتی متمایز می کند، توانایی مردم برای ایجاد و اشتراک گذاری محتوا برای شکل دادن به دنیای اطرافشان است.

همچنین فعالیت هایی مانند کنفرانس ویدیویی، ارزش های دیجیتال، ایمیل، واقعیت مجازی، رسانه های اجتماعی، پخش زنده، هوش مصنوعی و بلاک چین همگی بخشی از متاورس هستند. در این دنیا مردم می توانند تعامل داشته باشند، بازی کنند، تجارت کنند و با دیگران ارتباط برقرار کنند و خیلی کارهای دیگر انجام دهند. شاید برایتان جالب باشد بدانید نام «متاورس» اولین بار در یک رمان مطرح شد. «تصادف برفی» (Snow Crash) یک رمان علمی-تخیلی است که

در سال ۱۹۹۲ منتشر شد. نیل استیونسن در این کتاب از واژه «متاورس» به عنوان فناوری جایگزین اینترنت نام برد. این نویسنده در این کتاب به خوانندگانش گفت که واقعیت مجازی در آینده ای نزدیک جایگزین اینترنت می شود. در متاورس، یک سری آواتار به جای کاربر حضور دارند و می توانند به موقعیت های مختلف مد نظر کاربر رفته و به کارهای مختلفی دست بزنند.

البته شاید مزایای متاورس برای برخی گروه ها حتی بیشتر باشد. زاکربرگ بر این باور است که متاورس می تواند انبوهی از فرصت های ارزشمند را برای هنرمندان و پدیدآورندگان محتوا، کسانی که دور از شهرهای بزرگ به کار مشغولند و کسانی که به صورت آنلاین در کلاس ها حضور می یابند به همراه آورد. همچنین افرادی که می خواهند کار کنند و خانه هایی دور از

دو نوع خواهد بود :

۱- کسب و کارهای سنتی که از پیش وجود داشته و اکنون به این فضا منتقل شده اند یا شرکتهایی که هم زمان در دنیای واقعی و دنیای دیجیتال به فعالیت خود ادامه می دهند.

۲- کسب و کارهایی که از ابتدا در متاورس شکل خواهند گرفت و هیچ گونه تجربه فعالیت حضوری در دنیای واقعی را نخواهند داشت.

با وجود اینکه متاورس هنوز در دست ساخت است ، کسب و کارها در حال آماده شدن برای یک تحول اساسی در متاورس و مدیریت در آن هستند. درآمدهای بازارهای مجازی روز به روز در حال گسترش است و استفاده از فناوری های جدیدی و نیز رمزارزها در بازارهای مالی ، نوید از آینده روشن برای کسب و کارهای آنلاین و فعال در دنیای دیجیتال می دهد. به عنوان مثال پیش بینی می شود درآمد دنیای بازی های آنلاین از ۱۸۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ به ۴۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۵ افزایش می یابد.

متاورس و مدیریت بازاریابی ، تبلیغات و برند سازی

متاورس ، تکرار اینترنت و دنیای رسانه های اجتماعی خواهد بود اما با چند تفاوت :

کاربران متاورس می توانند از طریق واقعیت مجازی (VR) ، وارد آن شوند . این ابزار امکان تعامل با نام تجاری جدید را فراهم می کند.

کاربران متاورس می توانند در هر نقطه از جهان مستقر شوند و هرگونه موانع جغرافیایی در تجارت الکترونیک را از بین ببرند.

کاربران به یک کیف پول دیجیتال مجهز خواهند شد که مشکلات معاملات و خریدها را رفع می کند.

کاربران می توانند آزادانه در متاورس تله پورت (انتقال آنی در فضا و مکان) را انجام دهند. در گروه ها و تیم های مختلف حضور یابند و به رویدادها بپیوندند.

کاربران متاورس با کمک ویدئوهای ۳۶۰ درجه و مدل سازی سه بعدی ، درگیر نوع جدیدی از تبلیغات خواهند شد.

استراتژیهای بازاریابی و آمیخته بازاریابی کسب و کارها

مراکز شهری امروزی داشته باشند و یا افرادی که در مکان هایی زندگی می کنند که فرصت های تحصیل یا تفریح محدودی دارند به یاری متاورس از سد این محدودیت ها عبور خواهند کرد. افراد می توانند از طریق واقعیت مجازی به طور کامل مجازی وارد متاورس شوند . تصور کنید جلسات کاری و مصاحبه های خود را در یک دفتر مجازی انجام می دهید و دیگر نیازی به زوم یا وب کم ندارید.

او می گوید در آینده با استفاده از ابزارهایی مثل عینک های واقعیت مجازی می توان به صورت مجازی در یک محیط کار یا کلاس درس در کنار سایر افراد حضور یافت، در حالی که این محیط کار یا کلاس درس ممکن است اصلا در دنیای واقعی وجود نداشته باشد. فعالیت در متاورس و مدیریت کسب و کارها در این فضا

به گونه ای تکامل خواهند یافت که واقعیت مجازی و واقعیت افزوده را نیز شامل شوند.

خطرات تجارت و مدیریت کسب و کار در متاورس انجام معامله در متاورس و مدیریت کسب و کار خالی از ایراد نخواهد بود. سرمایه گذاری در بخش های جدید همیشه درصدی از ریسک و بی اعتمادی را به همراه دارد و این امر به ویژه در سالهای اول متاورس یعنی تا سال ۲۰۳۵ نیز صادق خواهد بود.

بسیاری از توسعه دهندگان معتقدند که متاورس باید غیرمتمرکز و فرای مالکیت افراد باشد و از شفافیت و دموکراسی کامل بهره ببرد. اما اعمال قوانین و نظارت در این فضا هراندازه که قوی باشد ، با توجه به معماری دیجیتالی و غیرمتمرکز آن احتمالا با چالش های جدیدی روبرو خواهد شد.

توصیه هایی برای کسب و کارهای علاقمند به حضور در متاورس و مدیریت در این فضا فیس بوک (متا) ، به عنوان یکی از شرکتهای برتر توسعه دهنده متاورس ، همواره بر روحیه کارآفرینی تاکید داشته و اکنون با ورود به این مرحله جدید ، سه دیدگاه را برای رهبران و مدیران کسب و کارها بیان می کند :

۱- متاورس از طریق یک اتحاد جهانی متشکل از سازندگان ، سیاست گذاران و مشاغل به صورت مشترک ایجاد خواهد شد. فعالان مدیریت کسب و کار می توانند از یک محیط عملیاتی امن اطمینان داشته باشند.

۲- اولین مورد استفاده از متاورس و مدیریت متاورسی ، ترویج تجارت در دنیای فیزیکی خواهد بود. به عنوان مثال ، خرید در بستر واقعیت مجازی می تواند فروش خرده فروشی ها را افزایش دهد.

۳- اپلیکیشن های دوبعدی به عنوان پلی بین متاورس و واقعیت دیجیتال امروزی ، یعنی اینترنت عمل خواهند کرد. کسب و کارها تشویق می شوند تا با حضور پررنگ تر در دنیای اینترنت ، این انتقال را ساده تر نمایند.

شرکت های برتر در دنیای متاورس Roblox
Roblox یک شرکت بازی سازی آمریکایی است که در سال ۲۰۰۴ تاسیس شد. این شرکت دارای لیست بلندبالایی از بازی هایی مانند Meepcity و Bloxburg است که بازیکنان را قادر می سازد

خانه های مجازی بسازند و کارهای اساسی مانند یافتن شغل و جستجوی مارجوبیی در دنیای مجازی را انجام دهند. هدف اصلی Roblox ایجاد یک پلتفرم اجتماعی است که در آن افراد بتوانند با هم معاشرت کنند.

Epic Games
Epic Games یک شرکت آمریکایی توسعه دهنده بازی های ویدئویی و نرم افزار است که در سال ۱۹۹۱ تاسیس شد. این شرکت بازی های شگفت انگیزی مانند Unreal Engine ، Fortnite ۴ و Unreal را ارائه می دهد. این شرکت همچنین در رقابت متاورس پیشرو است. تمرکز آن بر ساخت یک پلتفرم متاورس است که در آن افراد می توانند با یکدیگر صحبت کنند، با برندها ارتباط برقرار کنند .

Nike
نایک یک شرکت آمریکایی است که در حال ساختن آینده کفش و پوشاک است. این برند در ۲۶ ژانویه ۱۹۶۴ تاسیس شد و اکنون برندی چند سرویس است که کفش، پوشاک، تجهیزات و خدمات ارائه می کند. این برند برتر کفش ، با همکاری Roblox در حال آزمایش فناوری متاورس است و دنیای مجازی خود Nikeland را بر روی Roblox ساخته است.، نایکلند یک فضای رایگان برای کاوش بازی ها است. بازیکنان فرصتی برای امتحان کفش های ورزشی جدید و دویدن ماراتن در نایکلند خواهند داشت.

شکوفه دربندی ، پژوهشگر ومدرس دانشگاه آزاد اسلامی

مطالب علم



اصلی ترین ضعف های مدیریتی که نباید مرتکب شد



ضعف های مدیریتی بر تمام بدنه سازمان تاثیر گذاشته و می توانند بر عملکرد تک تک کارکنان نیز نتایج سویی به جای بگذارد. از این روی اهمیت زیادی دارد که در بحث مشاوره مدیریت، به خوبی این ضعف ها شناسایی شده و راه حل هایی برای برطرف کردن آنها در نظر گرفته شود. مهم ترین و شاخص ترین ضعف های مدیریتی به شرح زیر هستند:

مدیری که با ترس مدیریت می کند، نه با انصاف

مدیری که با ترس رهبری می کند، می خواهد کارکنان احساس کنند که خوش شانس هستند که شغل دارند و هر زمان که تقاضایی مطرح شود، شامل تهدید ضمنی است که در صورت عدم تحویل درخواست، عواقبی در راه خواهد داشت. شیوه مدیریت قدیمی در جامعه مدرن جایی ندارد، اما هنوز مدیران زیادی وجود دارند که سعی می کنند تا این راه را هدایت کنند. در حالی که یک سبک مبتنی بر ترس ممکن است نتایج کوتاه مدت به همراه داشته باشد، تأثیر منفی بلند مدت همیشه قابل توجه تر خواهد بود.

فقدان همدلی یا تسفقت در رفتار (هوش هیجانی پا بین)

رهبری موثر در هر سطحی مستلزم توانایی تشخیص و کنترل احساسات خود است. همچنین نیاز به توانایی نشان دادن همدلی، تشخیص و تأثیرگذاری بر احساسات دیگران دارد. یک مدیر ضعیف فاقد این مهارت است. یکی دیگر از ویژگی های یک مدیر بد این است که کارکنان آنها بیش از حد کار می کنند. سلامت روان برای زندگی کارکنان و همچنین بهره

وری آنها در محل کار بسیار مهم است و رئیسی که با آنچه که کارکنانش تجربه می کنند هماهنگ نیست، به نیازهای کارکنان خود اهمیتی نمی دهد.

مدیرانی که به کارکنان خود اعتماد نمی کنند

مدیرانی که نمی توانند پروژه ها را به طور کامل به کارکنان به ویژه کارکنان جوان تر واگذار کنند و فرد کار را انجام می دهد، اما همه چیز باید برای تأیید به مدیر منتقل شود که در برخی موارد خوب است، اما وقتی مدیر از اجازه دادن به چیزی بدون تأیید خودداری می کند، منجر به تنگناهایی می شود.

قادر به گوش دادن و پاسخ دادن به بازخورد نیست (شنونده ضعیف)

این احتمالاً مضرتترین ویژگی است که یک مدیر می تواند داشته باشد. آنها به صحبت های فردی گوش نمی دهند و بنابراین هرگز واقعاً به مسیر حل مسئله نمی رسند. در عوض مدیر چند کلمه را می شنود و شروع به ارائه راه حل می کند، که حتی ممکن است راه حل مناسبی نباشد، زیرا آنها واقعاً به مشکل گوش نداده اند. مدیر با مهارت های گوش دادن ضعیف هیچ شانس برای داشتن یک تیم سازنده و موثر ندارد. اولین چیزی که یک مدیر بد را تعریف می کند، ناتوانی در گوش دادن و پاسخ دادن به بازخورد کارکنان است. اعضای تیم فردی همیشه منبع غنی اطلاعات هستند. به عنوان مثال: آنها می توانند بازخورد واقعی مشتریان را بشنوند یا بینش هایی در مورد مواردی که می توان فرآیندها را اصلاح کرد، داشته باشند.

۵ گام برای مدیریت ریسک استراتژیک موثر

مدیریت ریسک استراتژیک یک جنبه حیاتی، اما اغلب نادیده گرفته شده از مدیریت ریسک سازمانی (ERM) است. به طور سنتی، ERM بر ریسک مالی و عملیاتی متمرکز شده است. در حالیکه واقعیت این است که ریسک استراتژیک بسیار مهم تر است.

ریسک استراتژیک چیست؟

به بیان ساده، ریسک های استراتژیک، ریسک هایی هستند که یک سازمان متحمل می شود و به طور بالقوه می تواند منجر به زیان بزرگی شود. سازمانی که فرایندهای تولیدی برتر و بی بدیلی دارد، اگر مشتریان، دیگر محصولات شان را نخواهند، باز هم شکست خواهند خورد. بعنوان مثال، تولید کنندگان گوشی های تلفن همراه با ورود آیفون توسط شرکت Apple، با بحران استراتژیکی مواجه شدند.

مدیریت ریسک استراتژیک چیست؟

مدیریت ریسک استراتژیک فرایند شناسایی، کمی کردن و کاهش هر گونه ریسکی است که بر استراتژی های کلان کسب و کار، اهداف استراتژیک و اجرای استراتژی یک سازمان تأثیر می گذارد. این خطرات ممکن است شامل موارد زیر باشد:

تغییرات در تقاضا و ترجیحات مصرف کننده

تغییرات قانونی و نظارتی

فشار در فضای رقابتی

ادغام استراتژیک دو شرکت

تغییرات تکنولوژیکی

تغییرات عمده در گردش مالی سازمان

فشار وارد شده از سوی ذینفعان

چگونه ریسک استراتژیک را اندازه گیری و مدیریت می کنید؟

پیتر دراکر می گوید: " آن چیزی را می توانید مدیریت کنید که بتوانید اندازه بگیرید." برای اینکه بفهمیم چگونه ریسک استراتژیک را مدیریت کنیم، ابتدا باید نگاهی به نحوه اندازه گیری آن بیندازیم. یک اصل کلیدی در مدیریت ریسک سازمانی (ERM)، اندازه گیری ریسک با همان معیارهایی است که برای اندازه گیری نتایج استفاده می شود. بر همین اساس است که، سازمان ها می توانند ریسک ذاتی ابتکارات استراتژیک

خود را محاسبه کنند. ریسک استراتژیک را می توان با دو معیار کلیدی اندازه گیری کرد: ۱. سرمایه اقتصادی سرمایه اقتصادی، مقدار حقوق صاحبان سهامی است که برای پوشش زیان های غیرمنتظره بر اساس استاندارد پرداخت بدهی از پیش تعیین شده لازم است. این استاندارد، معمولاً بر اساس رتبه بندی بدهی مورد انتظار سازمان تعیین می شود. سرمایه اقتصادی، یک واحد پول رایج است که با آن می توان هر ریسکی را اندازه گرفت. مهمتر از همه، این روش، همان روش ها و مفروضات مورد استفاده در تعیین ارزش سازمان را به کار می گیرد و آن را برای ریسک استراتژیک ایده آل می کند. ۲. بازده سرمایه تعدیل شده بر اساس ریسک (RAROC) بازده پیش بینی شده پس از کسر مالیات در یک ابتکار تقسیم بر سرمایه اقتصادی آن است. اگر RAROC از هزینه سرمایه شرکت فراتر رود، این ابتکار، عملی است و ارزش افزوده خواهد داشت. اگر RAROC کمتر از هزینه سرمایه باشد، ارزش را از بین می برد.

پنج مرحله برای مؤثر شدن مدیریت ریسک استراتژیک:

استراتژی و اهداف کسب و کار را تعریف کنید. چندین چارچوب وجود دارد که شرکت ها معمولاً برای برنامه ریزی استراتژیک از آنها استفاده می کنند، از تحلیل ساده SWOT گرفته تا کارت امتیازی متوازن تر و مواردی دیگر. با این حال، تنها چیزی که این چارچوب ها در آن، با یکدیگر مشترک هستند، شکست آنها در پرداختن به ریسک است. بنابراین، بسیار مهم است که سازمان ها، گام های بیشتری برای یکپارچه سازی ریسک، در مرحله برنامه ریزی بردارند.

شاخص های کلیدی عملکرد (KPI) را برای اندازه گیری نتایج استخراج کنید. بهترین KPI ها مربوط به بخش هایی است که سازمان می تواند برای بهبود آنها، راه حل هایی ارائه می دهد. بعنوان مثال، KPI فروش کل سازمان، یک KPI ضعیف بشمار می آید، درحالیکه "فروش به ازای هر مشتری" به سازمان، اجازه می دهد تا بر روی بهبود آن بیشتر تلاش کند.

ریسک هایی را که می توانند باعث تغییر در عملکرد شوند، شناسایی کنید. این موارد ناشناخته مانند تقاضای مشتری در آینده هستند که نتایج را تعیین می کنند.

شاخص های ریسک کلیدی (KRIs) و سطوح تحمل ریسک های حیاتی را استخراج کنید. توجه داشته باشید که KPI ها عملکرد تاریخی سازمان را اندازه گیری می کنند، KRI ها شاخص های پیشرو آینده نگر هستند که برای پیش بینی موانع احتمالی در آینده در نظر گرفته شده اند.

گزارشات و نظارت یکپارچه را ایجاد کنید. توجه داشته باشید که سازمان ها باید بر نتایج و KRI ها، به صورت مستمر نظارت کنند تا خطرات احتمالی را کاهش دهند و یا فرصت های غیرمنتظره را در صورت بروز، درک کنند.

جمع بندی ریسک استراتژیک نشان دهنده بزرگ ترین خطر ها و فرصتهایی است که سازمان شما با آن مواجه است. با برداشتن گام هایی برای مدیریت آن در سطح کلان سازمانی، سازمان ها می توانند موفقیت آتی خود را شکل دهند و در عین حال، مواجهه با رخدادهای منفی را به حداقل برسانند.

۱۰ دیدگاه منحصر به فرد که رهبران بزرگ را می سازد

همه صاحبان کسب و کار و مدیران اجرایی تجربیات و دیدگاه های متفاوتی در مورد رویکرد و ویژگی های لازم برای رهبری مؤثر دارند. در کسب و کار در همه موقعیت‌ها به یک نوع سبک رهبری نیاز ندارند. رهبران بزرگ با محیط اطراف خود سازگار می شوند و تیم را برای موفقیت در کنار هم توانمند می کنند. بسیاری از کارشناسان در کتاب‌ها و مقالات بی‌شمار در مورد رهبری، بر روی اصول خاصی توافق دارند که برای رهبری یک تیم به سوی شکوه و عظمت، لازم است. اما وقتی نوبت به انجام آن می‌رسد، مهم‌ترین عامل این است که آیا رهبر، این کارها را انجام می‌دهد یا خیر؟ بهترین رهبران مشتاق توسعه رهبران نوظهور در اطراف خود هستند، آنها دائماً برای بهبود هوش هیجانی خود تلاش می‌کنند و می‌دانند که فرهنگ تیمی قوی پایه‌ای برای انجام مأموریت های مهم در فضای کسب و کار است. آنها بطور مستمر در حالت آماده‌سازی قرار دارند و تغییرات

اجتناب‌ناپذیری را که همواره کسب‌وکارشان با آن مواجه خواهد شد، پذیرفته‌اند. اکنون با پاسخ دادن به یک سوال، دیدگاه‌های دیگر رهبران کسب‌وکار را بررسی می‌کنیم: چه چیزهایی یک رهبر بزرگ را می‌سازد؟
به باورهای خودشان، ایمان راسخ دارند.
رهبران بزرگ به باورهای خودشان، ایمان راسخ دارند. هرگز انتظار نداشته باشید که دیگران شما را رهبر بدانند، مگر اینکه به ایده های خود ایمان کامل داشته باشید. و اگر باور دارید، با خوب ارتباط برقرار کردن، گوش دادن مؤثر به دیگران، مثال زدن و با قرار دادن بهترین قدم خود و تسلیم نشدن، آن باورها را تقویت کنید. شما دنبال کنندگانی دارید که باید به آنها انگیزه و الهام ببخشید.
انتخاب های سخت می‌کنند.
رهبران بزرگ انتخاب های سختی را انجام می‌دهند و از

خودگذشتگی می‌کنند تا زندگی اطرافیان خود را بهبود بخشند. به‌عنوان یک صاحب کسب‌وکار، نه تنها خانواده‌تان به شما تکیه می‌کنند، بلکه خانواده‌های کسانی که برای شما کار می‌کنند نیز همینطور. بیاد داشته باشید که هر کدام از کارکنان شما، یک خانواده دارد. حتی اگر صاحب یک کسب‌وکار کوچک با چهار کارمند باشید، در اصل به طور بالقوه مسئول ده یا پانزده نفر دیگر هستید.

به اعضای تیم خود احترام می‌گذارند.

داشتن توانایی نشان دادن احترام، همدلی و توجه به کسانی که شما را دنبال می‌کنند، همگی به یک رهبر عالی نسبت داده می‌شود. کسب احترام برای یک رابطه موفق با یک نفر بسیار مهم است و در عین حال نشان می‌دهد که به کار یا ایده های او اهمیت می‌دهید. همدلی به رهبر این امکان را می‌دهد تا از احساسات آن فرد استفاده کند تا به طریقی با هم ارتباط برقرار کند که به آن شخص بفهماند که بودن در موقعیتش به چه مناسبت، ترکیب هر سه این ویژگی ها قطعاً می‌تواند یک فرد را به یک رهبر بزرگ تبدیل کند.

اعضاء تیم خود را به خوبی می‌شناسند.

شناخت نقاط قوت و ضعف هر فردی در یک تیم، برای مدیریت مؤثر آن تیم، جهت موفقیت ضروری است. رهبران چشم اندازی عالی دارند و از منابع در دسترس شان، برای حل مشکلات پیش رو استفاده می‌کنند. آنها ریسک می‌کنند و تصمیمات سخت می‌گیرند و می‌دانند که ممکن است گاهی اوقات هم دچار

اشتباه شوند.

می‌دانند که افراد تیم، کلید موفقیت آنها هستند.

یک رهبر بزرگ می‌داند که این افراد تیم هستند که در نهایت، موفقیت یا شکست هر سرمایه‌گذاری را تعیین می‌کنند. آنها اطراف خود را با افراد بزرگی احاطه کرده‌اند که می‌توانند آنها را به تیمی متشکل از افراد شایسته و با اعتماد به نفس تبدیل کنند و می‌توانند به خوبی به عنوان یک تیم، با هم کار کنند. و در ادامه آنها می‌توانند این تیم را به سمت چشم‌اندازی کاملاً تعریف‌شده با بیان شفاف اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت، هدایت کنند.

یک چشم‌انداز واضح دارند.

یک رهبر بزرگ چشم‌انداز روشنی دارد، شجاع است، صداقت، فروتنی و افکار روشن و واضحی دارد. او یک برنامه ریز استراتژیک است و به کار گروهی بسیار معتقد است. رهبران بزرگ به دیگران کمک می‌کنند تا به اهداف شان برسند، از استخدام افرادی که ممکن است بهتر از آنها باشند ترسی ندارند و به دستاوردهای کسانی که در این راه به آنها کمک می‌کنند، افتخار می‌کنند. کارکنان را تشویق کنید تا بهترین باشند.

رهبران بزرگ هدف شان واضح است و در بیان باورهای خود، عالی هستند. یک رهبر بزرگ، کارکنان را تشویق می‌کنند تا به بهترین نسخه خود تبدیل شوند. همچنین باعث می‌شوند که کارکنان احساس امنیت کنند، و برای اینکه آن‌ها احساس امنیت کنند، همه چیز از قلب شروع می‌شود.

خدمت به هدفی بزرگتر می‌کنند.

رهبران عالی با ترکیب فروتنی و اراده بی‌نظیر، دیگران را هدایت می‌کنند تا در خدمت هدفی بزرگتر از خودشان باشند. رهبران بزرگ فوق العاده جاه طلب هستند، اما نه برای خودشان. این رهبران برای سازمان شان، جاه طلب هستند و اراده دارند که هر کاری را که لازم است در خدمت این هدف بزرگ انجام دهند. تمرکزشان بر روی کمک به تیم است.

رهبر بزرگ، کسی که با جهت‌گیری مثبت، رهبری می‌کند و بین اعضای گروه خود توافق می‌کند تا به یک هدف هماهنگ دست یابد. در نهایت، رهبری به این نیست که چه کسی مسئول است، بلکه اطمینان از تمرکز تیم شما بر روی اهداف، مهم است.

با زور رهبری نمی‌کنند.

یک رهبر بزرگ با مجبور کردن دیگران به پیروی، رهبری نمی‌کند. در عوض یک رهبر عالی به آنها، انگیزه می‌دهد. رهبران، دیگران را تشویق می‌کنند که از آنها پیروی کنند. سخن پایانی یک رهبر مؤثر بودن مستلزم تمرکز، پشتکار و ایجاد تیمی است که پاسخگو باشد و به نتیجه برسد. رهبری بدون تیم نامفهوم است. این ده دیدگاه منحصربه‌فرد، بینش بزرگی را به شما ارائه می‌کند و در عین حال مشترکات خاصی را نشان می‌دهد. بسیاری از ما در پست های رهبری یا مدیریت می‌دانیم که برای اینکه رهبران بهتری باشیم باید چه کاری انجام دهیم، فقط گاهی اوقات موفق نمی‌شویم. رهبر عالی بودن، مستلزم توسعه دائمی شخصی و حرفه ای، بازخورد شفاف بودن، مستلزم توسعه دائمی شخصی و اقدام در مورد بازخورد دریافتی است. فراموش نکنید که رهبران بزرگ به ندرت از عملکرد خود راضی هستند.

منبع: تیم تحقیق و توسعه غزال



۱۰ مهارت نرم مدیران در سال ۲۰۲۲

در محیط کار مدرن، دانستن اینکه چگونه کار خود را انجام دهید تنها یک نقطه شروع است. ممکن است در انجام وظایف کاری عالی باشید، اما اگر مهارت‌های نرم مناسب را نداشته باشید، برای انجام درست کار با مشکل مواجه خواهید شد. هنگام مدیریت گروهی از افراد، مهارت‌های نرم، از اهمیت بیشتری برخوردار هستند، زیرا شما مسئول رهبری، ایجاد انگیزه و تشویق تیم خود هستید. در واقع، مدیرانی با مهارت‌های رهبری عالی، می‌توانند بهره‌وری تیم خود را تا ۳۰ درصد افزایش دهند. چه در مدیریت تازه کار باشید و چه سال‌ها تجربه داشته باشید، ادامه یادگیری و توسعه به عنوان یک رهبر بسیار مهم است. با یادگیری بیشتر در مورد انواع مهارت‌های نرم که می‌تواند برای مدیران مفید باشد، می‌توانید تعیین کنید که در چه زمینه‌هایی می‌خواهید برای نظارت بهتر بر تیم خود پیشرفت کنید.

ده مهارت نرمی که مدیران برای سال ۲۰۲۲ باید داشته باشند

هوش هیجانی

واکنش همه به رهبری یکسان نیست. برخی از افراد ممکن است از بازخورد مستقیم استقبال کنند، در حالی که برخی دیگر ممکن است به رویکرد حساس تری برای نقد نیاز داشته باشند. داشتن هوش هیجانی به شما کمک می‌کند تا برخی از احساسات را در کارکنان بشناسید، درک کنید که رهبری (مدیریت) شما چگونه بر روحیه شما تاثیر می‌گذارد و بدانید که چگونه با تیم خود بصورت فرد به فرد و بصورت یک تیم، رفتار کنید.

مدیریت زمان

بر کسی پوشیده نیست که مدیریت زمان یک مهارت ضروری برای هر کسی است، اما مدیران به ویژه می‌توانند از برنامه ریزی مناسب و تخصیص زمان بهره‌مند شوند. خیلی اوقات، کارهایی بیش از توان‌شان به مدیران ارائه می‌شود، بنابراین دانستن اینکه چگونه زمان خود را به درستی مدیریت کنید، به شما کمک می‌کند تا وظایف را با توجه به مهلت‌های پیش رو اولویت بندی کنید، واگذار کنید و انجام دهید.

ارتباطات کتبی

با افزایش محیط‌های کاری از راه دور و یا ترکیبی، ارتباطات نوشتاری بیش از هر زمان دیگری اهمیت پیدا می‌کند. انتقال نیت و لحن از طریق متن نیازمند تمرین است و از آنجایی که نمی‌توانید به راحتی به میز کسی بروید تا منظور خود را توضیح دهید، دقیق و مختصر بودن در مکاتبات نوشتاری بسیار مهم است.

خلاقیت و نوآوری

مدیران می‌توانند از خلاقیت بهره‌برند زیرا به آنها کمک می‌کند راه حل‌های منحصر به فردی برای مشکلات پیدا کنند. فکر کردن خارج از چارچوب، و تشویق کردن تیم خود به انجام همین کار، می‌تواند نتایج و فرصت‌های بی‌سابقه‌ای به همراه داشته باشد.

گوش دادن فعال

وقتی به یک فرد با مهارت بالای ارتباطی حرفه‌ای فکر می‌کنیم، معمولاً به جای گوش دادن به توان صحبت کردن او فکر می‌کنیم. اما وقتی صحبت از ویژگی‌های یک مدیر خوب می‌شود، گوش دادن به همان اندازه مهم می‌شود. گوش دادن فعال، همان فرایند گوش دادن با دقت در حالیکه شخص مقابل صحبت می‌کند، می‌باشد. وقتی فعالانه گوش می‌دهید، تیم شما احساس می‌کند که افکار و بینش‌های آنها شنیده می‌شود و به آنها ارزش داده می‌شود، که می‌تواند تفاوت زیادی در اثربخشی تیم شما ایجاد کند.

تعیین هدف

تعیین اهداف، بخش مهمی از مدیریت است. یک مدیر نه تنها باید بتواند تعیین کند چه کسی برای رسیدن به اهداف سازمان باید چه کاری انجام دهد، بلکه باید بتواند اهداف شخصی و حرفه‌ای را برای خود و تیمش تعیین کند تا به پتانسیل کامل خود دست یابند.

تصمیم‌گیری

تفکر انتقادی به عنوان خصیصه‌ی یک مدیر بسیار اهمیت دارد، زیرا هر تصمیمی که می‌گیرید بر تیم شما (و گاهی اوقات کل سازمان) تاثیر می‌گذارد. مدیران باید برای تصمیم‌گیری سریع در مورد استخدام، تفویض وظایف، پروژه‌ها و ضرب‌الاجل‌ها قاطع باشند.

سازگاری

بسیاری از موقعیت‌های مدیریتی سریع و پویا هستند، به این معنی که شما باید آماده باشید تا با هر چیزی که سر رهاشتان قرار می‌گیرد، مقابله کنید. سازگار بودن به این معنی است که در مواقع عدم اطمینان و تغییر، انعطاف پذیر هستید. همچنین به این معنی است که وقتی همه چیز طبق برنامه پیش نمی‌رود، می‌توانید تیم خود را به جلو هدایت کنید.

چابکی ذهنی

چابکی ذهنی را به عنوان داشتن یک ماهیچه مغزی بسیار خوش فرم در نظر بگیرید. مدیرانی که از نظر ذهنی چابک هستند، می‌توانند مفاهیم پیچیده را به سرعت درک کنند، به تحلیل و حل مشکلات بپردازند و به موقع تصمیمات درستی بگیرند.

همکاری

به عنوان یک مدیر، کار با دیگران یکی از بزرگترین بخش‌های شغل شماست. اما اینکه بتوانید به خوبی با دیگران کار کنید، کافی نیست. به عنوان یک مدیر، باید بتوانید مشوق تیم خود باشید و از دیدگاه‌های منحصری‌فرد آنها برای دستیابی به راه حل‌ها و نتایج درست، بهره‌برید.

حامیان تصمیمات کیفیت



دستاوردها و برنامه های کیفی گروه صنعتی ایران خودرو



به:

ارتقاء و استقرار سیستم کیفیت ایران خودرو (IKQS)
استقرار و پیاده سازی سیستم نوین تولید ایران خودرو (+IKPS)
ارتقای تجهیزات فرآیندی با استفاده از دانش تخصصی بومی
اجرای اثربخش خودکنترلی در تمامی حوزه ها
توسعه سیستم نگهداری تجهیزات تولیدی با رویکرد کیفی
استقرار و اجرای روبه های کنترل آماری در فرآیندهای تولید
(خودرو و موتور)
بازنگری و تطبیق روبه های ارزشیابی خودرو و موتور بر اساس
بازخوردهای شبکه و شکایت مشتریان.
افزایش سطح کیفیت خدمات فروش و خدمات پس از فروش
از برنامه های بهبود کیفیت در حوزه فروش و خدمات فروش
میتوان بهبود حمل و لجستیک و حمل و نقل ریلی و استقرار
کامل الزامات کیفی و اجرای طرح نظارت به همراه بازنگری و
تدوین معیارهای کیفی ناوگان حمل اشاره نمود.
برنامه ها و پروژه های ذیل در حوزه خدمات پس از فروش با
رویکرد افزایش سطح کیفیت خدمات و رضایت مشتریان اجرا و
پیاده سازی گردید:

ارتقاء امتیاز ارزیابی نمایندگی ها و سطح کیفی خدمات ارائه شده
(ISQI) اعم از ساختار پذیرش، فروش و تحویل تا ترخیص (به
ویژه در خصوص خودروهای ۵ ستاره)

استقرار و اجرای صحیح تحویل دهی ویژه محصولات به
مشتریان (H.O)

ارتقاء کیفیت عیب یابی و تعمیرات و استانداردسازی روبه رفع
ایرادات پر تکرار شبکه

مدیریت هزینه های گارانتی بر مبنای دستورالعمل های تدوین
شده

ارتقاء رضایت مشتریان از کیفیت محصولات و خدمات

بر اساس ارزیابی های صورت پذیرفته شده توسط شرکت
بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، در کارنامه کیفی محصولات
گروه صنعتی ایران خودرو، ارتقاء و بهبود ۱۰ درصدی برای سال
۱۴۰۰ با توجه به اهداف تعیین شده محقق گردیده و در حال
حاضر تمامی محصولات گروه صنعتی ایران خودرو دارای سطح
کیفی ۳ ستاره به بالا می باشند. این در حالی است که طبق
اهداف اعلام شده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت تمامی
محصولات تولید داخل از پایان سال ۱۴۰۰ می بایستی دارای
سطح کیفی ۳ ستاره باشند که این هدف در شرکت ایران خودرو
از ابتدای سال ۱۴۰۰ محقق شده است.

تمامی اقدامات مورد اشاره در سطور فوق در دوره ای طراحی و به
اجرا در آمده که این مجموعه تولیدی بعنوان بزرگترین خودروساز
کشور در معرض مشکلات و تنگنای مالی، تجاری، فنی
و تأمین ناشی از تحریمهای ظالمانه قرار داشته و قریب به اکثر
شرکای تجاری و تأمین کنندگان و توسعه دهندگان معتبر با این
شرکت قطع همکاری کرده و تورم افسار گسیخته از یکسو و
قیمت گذاری دستوری از سوی دیگر فشار فراوانی را بر پیکره
صنعت خودرو وارد می کردند. امید است در آینده با بهره گیری
از درس آموخته های این برهه دشوار و در راستای اهداف والای
نظام مقدس و خواسته ها و انتظارات به حق مشتریان و مصرف
کنندگان فهیم ایرانی، بهبودهای انجام شده استمرار یافته و
محصولاتی به مشتریان ارایه گردد که موجبات رضایت کامل
ایشان و اسباب غرور هر ایرانی را فراهم آورد.

صنعتی ایران خودرو بوده است ، چشم اندازی از مسیر تحولی در
زنجیره تأمین بوجود آورده است.

در خصوص افزایش کیفیت قطعات و محصول نیز در سال ۱۳۹۹
در محل سازندگان برنامه ها و اقداماتی همچون کاهش نوسانات
با تمرکز بر Built In Quality، تدوین و استقرار سیستم های
تولید و کیفیت و ضد خطا سازی فرآیند های تولیدی صورت
پذیرفت و در ادامه در سال ۱۴۰۰ با تغییر رویکرد استراتژیک
تأمین، کنترل و تضمین کیفیت از « قطعه » به « سیستم » و
استقرار طرح کنترلی قطعه در سیستم خودرویی در محل سازندگان
در حال انجام می باشد.

همزمان با بازنگری در متد تکوین قطعات، صدور تأییدیه قطعات
با بومی سازی متدها و سیستم های روز دنیا(SQA+) انجام
پذیرفته و توسعه ردیابی قطعات و مجموعه های منتخب بمنظور
تضمین کیفیت مستمر قطعات بر اساس شرایط تأمین و عملکرد
دوام قطعات بطور مستمر صورت می پذیرد.

بر اساس استراتژی گروه صنعتی ایران خودرو، تداوم و ثبات در
کیفیت قطعات و تضمین کیفیت مواد اولیه مصرفی در سازندگان
با برنامه های ذیل دنبال می گردد:

نهادینه سازی الزامات انطباق محصول با استانداردهای اجباری
(COP)

تخصیص سهم تأمین (MRP) به قطعه سازان بر اساس
بازخوردهای کیفی و بازنگری ظرفیت سنجی سازندگان
تعدد منابع تأمین با تمرکز بر ایجاد منابع جدید و کاهش
نوسانات در زنجیره تأمین

توسعه مکانیزم ارزیابی تخصصی و پایش وضعیت کیفی سازندگان

ارتقاء سطح کیفی فرآیندهای تولید

در حوزه فرآیند با بازنگری، ارتقاء و بهبود سیستم های جاری،
اثربخشی سیستم های مدیریت جامع کیفیت در حوزه فرآیند
هدف گذاری شده بود که از جمله اقدامات انجام شده می توان

و چراغ روز (Day Light)، آینه های جانبی طرح جدید و برقی
تاشونده راهنمادار هم رنگ بدنه و طرح رینگ آلومینیومی جدید
بر روی محصول دنا پلاس توربو اتوماتیک، همچنین طراحی و
تجهیز خودروی تارا به سیستم های ترمز(ABS و EBD)،
سیستم کمکی حرکت در سربالایی(HSA)، دارای استاندارد حفاظت
از عابر پیاده (Pedestrian)، استفاده از ورق های دوفازی
(Dual Phase) با استحکام بالا و فن آوری جوشکاری لیزری
و جوش سرد(CMT) در بدنه، دارای کیسه هوای ایمنی، فرمان
برقی با ستون فرمان تلسکوپی، نشانگر اخطار کاهش فشار باد
تایر(TPMS)، ایزوفیکس، سیستم هشدار دهنده، سیستم تهویه
هوای برقی، چراغ های جلو مجهز به لامپ نئون و چراغ
روز(Day Light)، و سیستم قطع سوخت خودکار، نمونه هایی
از اقدامات در راستای برآورده سازی انتظارات مشتریان می باشد.
از برنامه آتی در حوزه طراحی و مهندسی می توان به دستیابی
به افزایش سطح کیفی محصولاتی همچون هایما (به ۵ ستاره
کیفی)، رانا و سورن پلاس (به ۴ ستاره کیفی)، ارتقاء و بهینه
سازی انجام تست پلن های قطعات بر اساس مشخصه های
عملکردی و کلیدی محصول، ارتقاء رویکردهای ضد خطا سازی
در فرآیندهای تولید و همچنین کاهش هزینه های فراخوان مرتبط
با حوزه طراحی اشاره نمود.

تحول در حوزه تأمین

در راستای تحقق نهضت داخلی سازی و با مشارکت قطعه سازان
توانمند داخلی ، ترکیب قطعه سازان کوچک در قالب شرکت
های هلدینگ در دستور کار قرار گرفته است. ضمناً رویکرد
تأمین سیستم های خودرویی توسط سازندگان اصلی به صورت
FSS و همچنین حرکت در جهت دستیابی به TIERING در
حوزه خودرو و تأمین کنندگان به همراه ارتقاء توان و سطح کیفی
سازندگان که با انتقال دانش و تجربیات کسب شده در گروه

در سال ۱۴۰۰ با تمامی چالش های و شرایط اقتصادی، صنعت
خودروسازی همچون دیگر صنایع بزرگ و کوچک تولیدی در
کشور در مواجه با تحریم های یک جانبه، ضمن تلاش جهت
حفظ جریان تولید، با تدوین برنامه ها و پروژه های بهبود
کیفیت، روند ارتقای سطح کیفی در اجزای زنجیره ارزش و بالطبع
در ادامه آن در محصولات و خدمات قابل ارائه به مشتریان خود
را در دستور کار خود قرار داده است. همچنین در ۱۰ ماه نخست
سال جاری محصولاتی همچون رانا پلاس، سورن پلاس با
سطح کیفی سه ستاره، پژو ۲۰۷ پانوراما، رانا پلاس پانوراما و
پیکاپ جدید فوتون بنزینی و دیزلی با سطح کیفی چهار ستاره و
همچنین تولید و عرضه محصول تارا دستی با سطح کیفی چهار
ستاره در بازار عرضه گردیدند. نتایج فوق، ماحصل اقدامات متعدد
و پدافند تالشگران عرصه صنعت در گروه صنعتی ایران خودرو
و تأمین کنندگان مواد، قطعات و مجموعه های خودرو در عرصه
های بهبود طراحی، تحول در تأمین مواد و قطعات و اجرای پروژه
های بهبود در فرآیندهای تولید و مونتاژ و شبکه فروش و خدمات
پس از فروش شرکت ایران خودرو میباشد.

توسعه، ارتقاء و استفاده از فن آوری های نوین در حوزه طراحی و مهندسی:

در حوزه طراحی و مهندسی با بهینه سازی سبد محصولات بر
اساس انتظارات مشتریان در قالب تعریف پروژه های ارتقای سطح
تکنولوژی محصولات و مجموعه های خودرویی و همچنین با
تدوین نقشه راه ارتقای قوای محرکه و گیربکس، موتور و طراحی
و تولید محصولات جدید منطبق با نیاز جامعه گام های بلندی
برداشته شده است. افزایش بهره وری قوای محرکه از طریق نصب
سامانه توربوشارژ، گیربکس اتوماتیک، گیربکس شش سرعته دستی
، سقف پانوراما ، صندلی راننده و سرنشین جلو ۸ حرکتی برقی، تغییر
استایل جانبی خودرو، چراغ های جلو مجهز به لامپ طرح نئون

درخشش گروه فولاد مبارکه در همایش ملی تعالی سازمانی



**شرکت فولاد مبارکه
در نوزدهمین همایش
ملی تعالی سازمانی،
موفق شد برای
چهارمین بار تندیس
زرین جایزه ملی
تعالی سازمانی را از آن
خود کند.**

به گزارش خبرنگار فولاد، نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی روز سه‌شنبه ۳ اسفندماه ۱۴۰۰ با موضوع تعالی و نوآوری پایدار سازمانی و با حضور جمعی از مقامات، مدیران شرکت‌ها و صاحب‌نظران این حوزه در مرکز همایش‌های سازمان مدیریت صنعتی کشور برگزار شد و سازمان‌های سرآمد در بخش‌های ساخت و تولید، خدمات، آموزش و عمومی پس از ارزیابی توسط کارشناسان انتخاب گردیدند که شرکت فولاد مبارکه توانست در بخش تولید موفق به کسب تندیس زرین جایزه ملی تعالی سازمانی شود؛ این در حالی است که شرکت فولاد مبارکه تنها برنده تندیس زرین جایزه ملی تعالی سازمانی در سال ۱۴۰۰ بود و این موفقیت را در بخش ساخت و تولید و در سطح سازمان‌های بزرگ این رویداد به دست آورد.

محمدیاسر طیب‌نیا مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه در حاشیه نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی در گفت‌وگو با خبرنگار فولاد اظهار کرد: مسیر تعالی یک مسیر بی‌انتهاست و شرکت‌های پیشرو در این عرصه باید رشد و تعالی خود را به صورت مستمر ادامه دهند.

حضور چشم‌گیر شرکت‌های زیرمجموعه فولاد مبارکه در همایش ملی تعالی سازمانی

وی افزود: فولاد مبارکه و شرکت‌های زیرمجموعه ما در همایش ملی جایزه ملی تعالی سازمانی حضوری چشم‌گیر داشتند و پس از ارزیابی‌های صورت‌گرفته در دریافت بسیاری از جوایز این همایش نیز سهیم بودند.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه خاطرنشان کرد: شرکت فولاد

مبارکه در این مسیر رشد و تعالی را برای خود ترسیم کرده تا با تولید پایدار بتواند در مقیاس جهانی به نقش محوری خود در صنعت فولاد کشور ادامه دهد.

فولاد مبارکه در راستای رشد و توسعه پایدار برای دستیابی به تعالی سازمانی همیشه پیشرو بوده است

طیب‌نیا ادامه داد: رسیدن به جایگاه تراز جهانی یکی از اهداف مهم شرکت فولاد مبارکه است و برای دستیابی به این هدف ما باید فعالیت‌های خود را بیش از پیش توسعه دهیم و در این راستا با افزایش بهره‌وری به دنبال سرآمدی در مقیاس بین‌المللی هستیم .

وی اذعان داشت: در این مسیر به دنبال رقابت با رقبای جهانی هستیم و در ارزیابی‌های عملکرد شرکت فولاد مبارکه در رشد و توسعه پایدار دائمی شرکت برای دستیابی به تعالی سازمانی همیشه پیشرو بوده‌ایم.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه بیان کرد: امروز در جهان شرکت‌های پیشرو به صنعت سبز توجه جدی دارند و شرکت فولاد مبارکه با در نظر گرفتن همین سیاست، در درجه نخست با نگاه ملی برنامه‌های توسعه خود را تعریف و به دنبال تحقق آن است.

رعایت الگوی ملی بنگاهداری برای توسعه پایدار کشور

وی عنوان کرد: در حال حاضر برنامه برخی از شرکت‌ها در کشور با گردش مالی بالا یک نگاه بخشی و منطقه‌ای است اما شرکت فولاد مبارکه تاکنون ثابت کرده که نگاهش ملی و بین‌المللی است و در طرح‌های توسعه‌ای به وسعت ایران با نگاه به آمایش سرزمینی به تولید صنعت سبز و رعایت مسائل زیست محیطی توجه جدی دارد.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه در پایان تاکید کرد: در راستای تحقق توسعه پایدار و تعالی سازمانی شرکت فولاد مبارکه هم‌اکنون ۵۰ درصد آب مورد نیاز خود را از طریق بازچرخانی و جمع‌آوری پساب‌های شهری تأمین می‌کند و در دوره‌های مختلف سعی کردیم الگوی ملی بنگاهداری را در کشور برای توسعه پایدار به خوبی رعایت کنیم.

حفظ سطوح بالای تعالی از دست‌یابی به آن سخت‌تر است

محمد ناظمی‌هرندی، معاون تکنولوژی شرکت فولاد مبارکه نیز در گفت‌وگو با خبرنگار فولاد با اشاره به موفقیت این سازمان در کسب چهارمین تندیس زرین جایزه ملی تعالی سازمانی، نگرش سیستمی و توسعه قابلیت‌های سازمانی را رمز موفقیت فولاد مبارکه در مسیر تعالی سازمانی دانست و اظهار کرد: از بدو تأسیس کارخانه با نگاهی که مدیران دوران ساخت و بهره‌برداری به این بنگاه داشته‌اند، همواره نگرش سیستمی در سازمان به عنوان یک ارزش، پشتیبانی و تقویت شده و اکنون به صورت یک فرهنگ در سازمان نهادینه شده است.

وی با اشاره به نقش رهبران در ایجاد فرهنگ تعالی افزود: نقش

اصلی در تعالی سازمان‌ها بر عهده رهبران آن سازمان‌هاست و مؤلفه‌هایی همچون آینده‌نگری و الهام‌بخشی از ابعاد اصلی شایستگی رهبران در سازمان‌های تعالی می‌باشد؛ این رهبران سازمان هستند که از طریق ایجاد دل‌بستگی در کارکنان، اهداف و استراتژی‌های سازمان را در جهت خلق ارزش برای ذی‌نفعان راهبری و هدایت می‌کنند.

معاون تکنولوژی شرکت فولاد مبارکه، حفظ سطوح بالای تعالی را از دست‌یابی به آن سخت‌تر دانست و گفت: در فولاد مبارکه از طریق طراحی سیستم‌های مدیریتی، توسعه فرهنگ مشارکت و حل مسأله، کار تیمی و ایجاد ساختار تحول همواره تلاش شده تا به حرکت در مسیر رشد و تعالی خللی وارد نشود که حضور در سطوح بالای تعالی سازمانی طی ۲۰ سال گذشته نشان از موفقیت این الگو است.

گسترش فرهنگ تعالی و توسعه قابلیت‌های سازمانی سیاست اصلی گروه فولاد مبارکه

وی با اشاره به این که در حال حاضر فولاد مبارکه با رشد و توسعه در حوزه‌های مختلف به گروهی به وسعت ایران تبدیل شده است، گسترش فرهنگ تعالی و توسعه قابلیت‌های سازمانی در سطح گروه فولاد مبارکه را از سیاست‌های اصلی این سازمان برشمرد و حضور ۱۰ شرکت از گروه فولاد مبارکه در فرآیند ارزیابی سال ۱۴۰۰ را ناشی از این مهم دانست.

ناظمی‌هرندی از کلیه کارکنان فولاد مبارکه که نقش اصلی در این موفقیت را ایفا کردند، تشکر و قدردانی کرد و گفت: مسیر تعالی پایان ندارد و امیدواریم بتوانیم به عنوان الگوی ملی بنگاهداری نقش خود را در رشد و توسعه صنعتی کشور به خوبی ایفا کنیم.

مدل‌های تعالی سازمانی در دنیا کاربردهای روزافزونی پیدا کرده‌اند

سیامک شجاعی، مدیر تضمین کیفیت و تعالی سازمانی شرکت فولاد مبارکه نیز در خصوص این دستاورد، در گفت‌وگو با خبرنگار ایراسین اظهار کرد: مدل‌های تعالی سازمانی در دنیا متناسب با فضای کسب و کار به عنوان چارچوبی برای ارزیابی عملکرد و سنجش میزان موفقیت سازمان‌ها در استقرار سیستم‌های نوین مدیریتی، کاربردهای روزافزونی پیدا کرده‌اند.

وی افزود: این مدل‌ها در واقع با ایجاد یک زبان مشترک عملکرد سازمان‌ها در کسب نتایج مورد انتظار را مورد سنجش قرار می‌دهند که قدیمی‌ترین مدل در دنیا مدل دمی‌نگ و متعلق به کشور ژاپن است، مدلی که از سال ۱۹۵۰ طراحی و اجرا شده است.

مدیر تضمین کیفیت و تعالی سازمانی شرکت فولاد مبارکه ادامه داد: در ایران نیز مدل تعالی سازمانی و جایزه ملی تعالی سازمانی از سال ۱۳۸۲ توسط مؤسسه مطالعات و بهره‌وری منابع انسانی راهاندازی شد؛ چارچوب اصلی مدل تعالی سازمانی ایران برگرفته از مدل تعالی سازمانی یا همان EFQM است که طی سالیان

اخیر چندین بار مورد بازبینی قرار گرفته و آخرین ویرایش آن در سال ۱۴۰۰ معرفی شده است.

مفاهیم بنیادین، معیارها و منطق ارزیابی از ارکان اصلی مدل تعالی سازمانی

وی، مفاهیم بنیادین، معیارها و منطق ارزیابی را ارکان این الگو دانست و بیان کرد: مفاهیم بنیادین در واقع ارزش‌ها و اصول این الگو بوده که معیارهای مدل مبتنی بر آن‌ها طراحی شده است. شجاعی خاطرنشان کرد: معیارهای مدل در ۲ بخش طراحی شده‌اند که بخش اول شامل رویکردهای یک سازمان تعالی در حوزه رهبری، استراتژی، کارکنان، قابلیت‌ها، مشتریان و عملیات و بخش دوم شامل نتایج حوزه ذی‌نفعان شامل مشتریان، کارکنان، جامعه، همکاران تجاری و تأمین‌کنندگان و همچنین نتایج سازمانی است.

سنجش رویکرد سازمان‌ها با توجه به مؤلفه‌های متنوع

وی اذعان داشت: روش ارزیابی معیارها مبتنی بر منطقی به نام منطق رادار طراحی شده که رویکردها و نتایج سازمان را با توجه به مؤلفه‌های متنوعی مورد سنجش قرار می‌دهد و در نهایت سطح تعالی سازمان با توجه به امتیاز کسب شده در بازه هزار امتیازی مشخص می‌شود.

مدیر تضمین کیفیت و تعالی سازمانی شرکت فولاد مبارکه با اشاره به سطوح تعالی تعریف‌شده برای این جایزه تأکید کرد: سطح گواهی تعهد به تعالی، تقدیرنامه یک ستاره (امتیاز بیش از ۲۵۰)، تقدیرنامه ۲ ستاره (امتیاز بیش از ۳۰۰)، تقدیرنامه ۳ ستاره (امتیاز بیش از ۳۵۰)، تقدیرنامه ۴ ستاره (امتیاز بیش از ۴۰۰)، تندیس بلورین (امتیاز بیش از ۴۵۰)، تندیس سیمین (امتیاز بیش از ۵۵۰)، تندیس زرین (امتیاز بیش از ۶۵۰) است.

ایجاد فضای رقابتی برای تعالی سازمان‌ها یکی از اهداف برگزاری این همایش است

وی با بیان این که از اهداف برگزاری این همایش می‌توان به ایجاد فضای رقابتی برای تعالی سازمان‌ها، کمک به شناسایی نقاط قوت و زمینه‌های قابل بهبود در سازمان و ایجاد فضایی برای تبادل تجربیات موفق اشاره کرد، گفت: فرآیند ارزیابی بدین صورت است که ابتدا سازمان‌ها گزارشی تحت عنوان اظهارنامه تعالی که مبتنی بر معیارهای مدل، تهیه شده به دبیرخانه جایزه ارسال می‌کنند و پس از آن سازمان متقاضی توسط تیم ارزیابی که از مدیران و یا کارشناسان سایر حوزه‌های کسب و کار می‌باشند مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

شجاعی بیان کرد: تیم ارزیابی ابتدا اظهارنامه تعالی سازمانی را مورد بررسی قرار داده و سپس جهت رفع ابهام و دریافت پاسخ سوالات خود در محل شرکت متقاضی حضور می‌یابد؛ در نهایت بر اساس اجماع تیم ارزیابی امتیاز نهایی سازمان مشخص و گزارش بازخورد شامل نقاط قوت و حوزه‌های قابل بهبود بر اساس معیارهای مدل به سازمان ارائه می‌شود.

گروه فولاد مبارکه در نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی جوایز متعددی کسب کرد که ازجمله می‌توان به کسب تندیس بلورین در بخش ساخت و تولید در سطح سازمان‌های بزرگ توسط شرکت فولاد هرمزگان اشاره کرد؛ همچنین تقدیرنامه تعالی سازمانی ۳ ستاره برای تعالی در بخش ساخت و تولید نیز به شرکت ورق‌خودرو چهارمحال و بختیاری و شرکت صنعتی و معدنی فولادسنگ رسید.

تقدیرنامه ۲ ستاره برای تعالی در بخش خدمات به شرکت



بین‌المللی مهندسی سیستم‌ها و اتوماسیون (ایرسا) تعلق گرف؛ همچنین به شرکت صنایع معدنی فولاد سنگان برای تعالی در بخش ساخت و تولید، تقدیرنامه یک ستاره و به شرکت‌های فنی مهندسی فولاد مبارکه و سرمایه‌گذاری توکافولاد برای تعالی در بخش خدمات، تقدیرنامه یک ستاره اهدا شد.

شرکت‌های فولاد متیل، فولاد مبارکه سپاهان و فلز تدارک نیز گواهی تعهد به تعالی در بخش خدمات را دریافت کردند.

مروری بر پیشینه این جایزه ملی همایش تعالی سازمانی از سال ۱۳۸۲ به همت سازمان مدیریت صنعتی آغاز شد که فولاد مبارکه پیش از نیز در سال‌های ۹۱، ۹۳ و ۹۸ موفق به کسب تندیس زرین جایزه ملی تعالی سازمانی شده بود.

فولاد مبارکه از سال ۱۳۸۲ و از نخستین دوره این همایش در این فرآیند شرکت کرده و موفق شده به عنوان اولین شرکت و پس از ۱۰ دوره حضور متوالی در سال ۱۳۹۱ تندیس زرین این جایزه را دریافت و پس از آن در سال‌های ۹۳ و ۹۸ موفق به کسب این عنوان شود؛ در میان شرکت‌های ایرانی تنها شرکت فولاد خوزستان در سال ۹۷ موفق شده تندیس زرین جایزه ملی تعالی سازمانی را کسب کند.

در سال ۱۴۰۰ نیز با حضور یک تیم ۷ نفره از ارزیابان جایزه به مدت ۶ روز، ارزیابی برگزار و کلیه رویکردهای سازمان مبتنی بر مدل تعالی سازمانی مورد ارزیابی قرار گرفت و در نهایت فولاد مبارکه موفق شد برای چهارمین بار، تندیس زرین جایزه ملی تعالی سازمانی را دریافت کند.

شرکت فولاد امیرکبیر کاشان در سال ۱۳۹۹ و شرکت فولاد هرمزگان در سال ۱۴۰۰ از گروه فولاد مبارکه موفق به کسب تندیس بلورین تعالی سازمانی شده‌اند.

مقالات

تضمین کیفیت مدرن وروش های ساده آماری

آرمین سهرابی

مدیر ارشد تضمین کیفیت گروه صنعتی طبیعت میهن

- کیفیت چیست؟ روش های آماری چه کاری برای تضمین کیفیت قرار است انجام دهند؟ کیفیت واژه ای است که هم برای کالا و هم برای خدمات به کار گرفته می شود. در حوزه مربوط به کالا ، موضوعاتی مانند قابلیت اطمینان Reliability ، تناسب پیکربندی Appropriateness Of Configuration و تنظیمات درست قطعات یا مواد تشکیل دهنده ، در حوزه مربوط به خدمات ، ثبات دسترسی ، عملکرد رضایت بخش و در هر دو حوزه تعادل عوامل یاد شده با قیمت کالا یا خدمت ، کیفیت را در ذهن تداعی می نماید. به طور خلاصه کیفیت کالا یا خدمت ، تناسب آن کالا یا خدمت برای استفاده مورد نظر است. در این مبحث واژه تناسب همزمان شامل جنبه هایی از طراحی محصول Product Design و انطباق با طرح (ایده)-Confor Idea(mance to the Design) می باشد.

کیفیت طرح به معنی گزینش درست ویژگی ها ، ترازبندی صحیح ویژگی های گزینش شده و تناسب ویژگی های یک کالا یا خدمت با یکدیگر است.

کیفیت انطباق به معنی تطابق مشخصات کالا یا خدمت با طرح محصول است. این عبارت به نوسان های کوچکی که محصول نسبت به طرح ممکن است داشته باشد اشاره می نماید. نوسان ها نسبت به طرح عموماً باعث می گردند که کالا نامطلوب شود. نوسان نسبت به فرمولاسیون اولیه مواد غذایی غالباً باعث تغییر طعم و مزه یا ماندگاری کمتر محصول می گردد. در محصولات مکانیکی نوسان در اندازه قطعات باعث می

شود دستگاه به سرعت دچار صدای زیاد ، فرسودگی بیشتر و توقفات پیش بینی نشده گردد و به راحتی می تواند منتج به عملکرد نامناسب گردد. در خصوص خدمات ، نوسان در آنچه که قرار بوده یا انتظار می رفته که ارایه شود باعث نارضایتی مشتری می گردد. اگر راننده آژانس شما همیشه به موقع مقابل منزل شما باشد ، خشنود خواهید بود و خدمات باکیفیتی دریافت نموده اید ولی اگر غیر از این باشد منجر به ناخشنودی شما خواهد گردید. در این مقاله به ابزارهای ساده آماری برای تضمین کیفیت انطباق اشاره می گردد.

اما آمار چیست؟ آمار مطالعه این است که چگونه به بهترین شکل:

داده ها را جمع آوری نمایید.

داده ها را خلاصه یا تشریح نمایید.

بر اساس داده ها به نتایج یا استنباط ها برسید.

و به طور کلی آمار چارچوبی است که واقعیت و وجود نوسان را تشخیص میدهد.

اگر کیفیت انطباق قراراست که نوسانات کوچک را شناسایی نماید و سازمان قرار است که کیفیت را تضمین نماید نیاز است که منابع نوسان مشخص شوند و تحت اندازه گیری و پایش قرار گیرند ، سپس راه هایی برای کاهش نوسان یافت. بنابراین برای تضمین کیفیت نیاز به جمع آوری داده ها در خصوص آنچه که برای سیستم تولید یک محصول اتفاق می افتد است ، این آن چیزی است که کاربرد آمار برای تضمین کیفیت

محصول نامیده می شود.

در دهه های گذشته همواره یک مرز نامشخص بین بهبود کیفیت و بهبود رویه های معمول سازمان وجود داشته است. در اولی عموماً بر ویژگی های محصول تمرکز شده است. بهترین استراتژی در هر دو حوزه فوق الذکر باید به حل مساله مبتنی بر داده های جمع آوری شده به صورت علمی و روشمند منتهی گردد. بنابراین شایسته است که اشاره ای به فلسفه کیفیت مدرن و چارچوب فکری که این متن بر آن استوار است داشته باشیم. در فلسفه و روش های تضمین کیفیت مدرن ، به جای محصول بر فرایندی که قرار است محصول را تولید نماید تمرکز گردیده است. عقیده بر این است که اگر فرایند را به نحو اثر بخش به انجام برسانید ، محصول آن فرایند به طور خودکار ، خوب خواهد بود. از سوی دیگر اگر بر غربال گری و دوباره کاری محصول نامنطبق متمرکز باشید ، دلایل ریشه ای مشکلات هیچ گاه کشف یا حذف نمی گردند.

دومین تاکید در فلسفه کیفیت مدرن ، محوریت مشتری Customer orientation است که دو وجه دارد. اولین وجه ، مصرف کننده نهایی کالا یا خدمت است که بسیار مهم است و بیشترین تلاش در شرکت ها شنیدن صدای مشتری و اعمال آن در طراحی محصول و تولید می باشد. تکنیک هایی مانند توسعه عملکرد کیفیت QFD-Quality Function Deployment در صدد هستند که به این جنبه بپردازند. دومین وجه به موضوعاتی فراتر از مصرف کننده نهایی بسط می یابد. در این وجه از محوریت مشتری ، همه کارکنان ، کسانی که به آن ها ورودی می دهند را به عنوان فروشنده و آن هایی که کار را به عنوان خروجی تحویل می گیرند ، به عنوان مشتری در نظر می گیرند.

سومین تاکید فلسفه کیفیت مدرن بر بهبود مستمر می

باشد. آنچه که امروز برایتان کافی است فردا به کارتان نمی آید. مصرف کنندگان ، کامپیوترهای بهتر ، خدمات تحویل سریعتر ، غذاهای سودمندتر و ... می خواهند. برای بهبود مداوم باید از یک سیکل شش مرحله ای تضمین کیفیت عبور نمایید که در جدول ذیل به طور خلاصه به آن پرداخته شده است. حتی فرایندهایی که به صورت فیزیکی ، پایدار هستند ممکن است برای نیازهای فعلی یا نیازهای آتی سازمان کافی نباشند. بنابراین در فلسفه کیفیت مدرن ، تمام فرایندها به عنوان ناکافی طبقه بندی می شوند و نیاز مند بهبود در نظر گرفته می شوند. ابزارهایی مانند مدیریت جامع کیفیت TQM-Total Quality Man-agement و شش سیگما Sigma 6 برای بهبود کلی فرایند کسب و کار توسعه یافته اند.

تشخیص و تحلیل منطقی فرایند

اغلب ، مقایسه آنچه هست با آنچه که قرار بوده باشد کافی است تا فرصت های واقعی بهبود را شناسایی نمایید.

به طور ویژه در بستر صنعت خدمات ، تهیه نقشه فرایند Mapping of Process و تشخیص مراحل غیرضروری در بیشتر مواقع می تواند به سرعت به کاهش بسیار زیاد دوره زمانی انجام کار و در نتیجه افزایش رضایتمندی مشتری منجر گردد. فلوچارت ساده یکی از ابزارهای مفید در تشخیص فرایند و مراحل غیرضروری آن می باشد.

اصول اولیه گردآوری داده های تضمین کیفیت

داده های خوب برای تحلیل و بهبود فرایند ، نه به خودی خود جمع می شوند و نه به صورت سحر آمیزی بر روی میز شما ظاهر می شوند. به نظر می رسد در مورد گردآوری داده ها اغلب کم صحبت شده است و در عمل داده هایی که بی دقت هستند و به

گام	ابزار
1- تحلیل منطقی از چگونگی عملکرد فرایند ، نقاط بالقوه بروز مشکل ، منابع نوسان و نقاط جمع آوری داده	- فلوچارت - دیاگرام ایشیکاوا / استخوان ماهی / علت-معلول
2- فرموله نمودن معیارهای اندازه گیری عملکرد فرایند و توسعه سیستم های اندازه گیری متناسب با معیارها	- مفاهیم اندازه شناسی / اندازه گیری - کمی سازی آماری دقت اندازه گیری - رگرسیون و کالیبراسیون
3- جمع آوری و خلاصه سازی دایم دادها	- اصول ساده جمع آوری داده های تضمین کیفیت - شکل های آماری ساده
4- ارزیابی و حرکت به سمت پایداری فرایند	چارت های کنترلی
5- استاندارد سازی مشخصات محصول و عملکرد کنونی فرایند پس از دستیابی به پایداری فرایند	- نمودارهای آماری برای استاندارد سازی فرایند - معیارهای عملکرد و قابلیت فرایند
6- تعیین نشر خطا و الگوی نوسان	طراحی و تحلیل آزمایشات



صورت نامناسب جمع آوری شده اند ، تمام تحلیل های هوشمندانه شما را که با آخرین متدهای آماری انجام شده است را بر باد می دهد. داده هایی که دقیق باشند و به درستی گردآوری شده باشند ، هرچند اندک ، اغلب خودشان را تحلیل می نمایند.

پس اولین گام برای جمع آوری داده های مورد نیاز برای تحلیل آماری ، تعریف دقیق چگونگی جمع آوری داده ها است. برای این کار اول باید حدود عملیاتی Op-erational Definitions برای کمیتی که قرار است مشاهده شود را تعریف نمایید و در گام دوم باید کارکنان خوب آموزش دیده داشته باشید تا از حدود عملیاتی و ابزارهای اندازه گیری به خوبی استفاده نمایند. سومین گام تعریف زمان و مکان جمع آوری داده است. بهترین مکان و زمان برای گردآوری و ثبت داده ها ، نزدیکترین محل به عملیاتی است که قرار است اندازه گیری شود ، و زمان درست هنگام اجرای عملیات می باشد.

فرض نمایید که قرار است نقص موجود در تولید پریفرم بطری را از طریق ثبت تعداد حباب های مشاهده شده حین تولید پریفرم ، اندازه گیری نمایید. در عمل چه چیزی را باید نقص به حساب بیاوریم؟ یک حباب به قطر ۰,۱ میلی متر یا یک حباب به قطر ۱ میلی متر؟ مشاهده یک حباب یک میلی متری در محل رزوه ها نقص می باشد یا چند حباب ۰,۳ میلی متری در بدنه پریفرم؟ آیا نسبت قطر حباب به ضخامت محل مشاهده حباب اهمیت دارد؟

گام چهارم برای جمع آوری داده ها ، انتخاب بهترین شخص برای آموزش و اجرای گردآوری داده ها می باشد. بهترین انتخاب ، کارکنانی هستند که از دستگاه بهره برداری می نمایند. اولین دلیل در این خصوص این است که به محض مشاهده هر نوع نقص طی جمع آوری داده ها ، می توانند به سرعت واکنش نشان دهند. دومین دلیل این حقیقت زندگی است که داده هایی که دیر به دست ما می رسند به ندرت می توانند گویای این باشند که چه چیزی در حال رخ دادن است . به عنوان نمونه ، تحلیل داده های سه سال گذشته ممکن است الگویی جالب از تغییرات را نشان دهد اما نمی تواند شما را به دلایل ریشه ای تغییرات هدایت نماید.

اما در بیشتر اوقات ، اپراتورهای دستگاه ها جمع آوری دادهای تضمین کیفیت را اولویت اول خود نمی دانند بنابراین شما تا آنجا که می توانید اول باید آن ها را متقاعد نمایید که جمع آوری همیشگی داده ها برای آن ها کمک کننده است و دوم این که داده های جمع

آوری شده در کمترین زمان ممکن ، مفید خواهد بود . هرچند که امروز سیستم های رایانه ای به گردآوری داده ها کمک می نمایند اما در صورتی که از فرم های کاغذی بهره می گیرید ، فرم را به گونه ای طراحی نمایید که برای تحلیل بعدی نیاز به انتقال داده ها به فرم دیگری نباشد. در این خصول چک لیست Check Sheet مناسب بسیار سودمند خواهد بود.

پنجمین گام کفایت مستندسازی Documentation است. درست است که شما با جمع آوری داده ها متوجه انحراف از شرایط مطلوب شده اید اما این انحراف مربوط به کدام دستگاه ، کدام اپراتور ، کدام شیفت ، چه ماده اولیه یا ملزومات بسته بندی ، کدام بیج/بهر تولیدی بوده است و چه شخصی اندازه گیری را انجام داده است؟ بدون این اطلاعات شما هیچ گاه نمی توانید تفاوت عملکرد دو دستگاه مشابه را تحلیل نمایید. یک

برگه پر از داده ها بدون تاریخچه مکان-زمان و سایر اطلاعات کمک اندکی به تضمین کیفیت می نماید. ششمین گام و یکی از مهمترین نکات در جمع آوری داده های تضمین کیفیت حجم اطلاعاتی است که قصد دارید مورد رسیدگی قرار دهید. همان گونه که پیشتر اشاره گردید داده های کم که با دقت و وسواس گردآوری شده اند و اغلب مورد تحلیل قرار می گیرد بسیار با ارزش تر از داده های بیشمار است که بدون برنامه جمع آوری شده اند و به ندرت مورد تحلیل قرار می گیرند. بنابراین ضروری است که بیاوریم با کمترین داده ها ، به یک تحلیل مناسب دست یابیم. هفتمین و آخرین گام ، در نظر گرفتن طبیعت انسان ، روان شناسی و سیاست ، هنگام تخصیص وظایف گردآوری داده ها به کارکنان است. اگر اطلاعات سودمندی می خواهید ، بهتر است ببینید که چه کسی قرار است داده

های شما را جمع آوری نماید و آیا آن شخص متقاعد شده است که این کار واقعا به آن ها کمک می نماید؟ و این که صحت Accuracy داده ها بسیار مطلوبتر از ثبت نتایج مطلوب است.

اگر کارکنان مشاهده نمایند داده هایی که توسط خود آن ها جمع آوری گردیده است برای زیر سوال بردن خودشان مورد استفاده قرار گرفته است ، دیگر همکاری نخواهند نمود. کارکنانی که درگیر جمع آوری داده ها هستند باید ببینند که این موضوع می تواند به آن ها کمک کند تا شغل بهتری داشته باشند و می تواند به سازمان کمک کند که موفق تر باشد.

ادامه دارد . . .



دکتر احسان قربانی
مهندس هومن علایی

شرکتهای بازرسی و نقش آن در تصدیق کیفیت

مهم‌ترین وظایف شرکت‌های بازرسی کالا عبارتند از بررسی صلاحیت، اصالت و ماهیت فروشنده یا تولیدکننده؛ بررسی کیفیت و کمیت کالا براساس توافق انجام شده؛ ارزیابی و تأیید میزان سفارش؛ بررسی سال ساخت کالا؛ تأیید شرکت سازنده محصول، ارائه گواهینامه‌های پیش از حمل و پس از حمل و بررسی نوع بسته‌بندی می‌باشد.

بازرسی فنی و کنترل کیفیت

کنترل کلیه فعالیت‌های کیفی بر روی کالا اتم از بررسی مدارک و گواهینامه‌ها، بازدیدها، آزمون‌ها و تست‌های مخرب و غیر مخرب بر روی مواد اولیه و تجهیزات به منظور تأیید انطباق محصول با مشخصات فنی و استانداردهای مربوطه، بازرسی فنی نامیده می‌شود. بازرسی فنی منطبق بر کلید واژه‌هایی انجام میشود که بر اساس آن‌ها سطح، نوع و مقدار بازرسی فنی به‌طور دقیق مشخص می‌گردد.

مطابق استاندارد ایزو ۸۴۰۲ بازرسی فعالیتی همچون اندازه‌گیری، آزمایش، آزمون یا سنجش یک یا چند ویژگی از یک موضوع و مقایسه نتایج با الزامات مربوطه می‌باشد تا در نهایت بتوان از انطباق هر یک از ویژگی‌ها با کیفیت استاندارد، اطمینان یافت. موضوع می‌تواند یک فعالیت یا فرایند، محصول، سازمان، سیستم یا یک شخص و یا ترکیبی از آن‌ها باشد.

اصولاً فرایند بازرسی کامل شامل مراحل زیر است:

بررسی و صحه‌گذاری بر طرح کیفی و رویه‌های تست و بازرسی ارائه‌شده از سوی تولیدکننده مطابق با استانداردهای مربوطه برگزاری جلسه پیش بازرسی و هماهنگی‌های لازم درخصوص رویه کار

بررسی و تأیید پیمانکاران فرعی و تولیدکنندگان مواد اولیه

بازرسی مواد اولیه و اجزاء کالا

بازرسی حین ساخت

بازرسی و صحه‌گذاری کنترل‌های انجام پذیرفته بر محصول

نهایی و سوابق فنی

بازرسی قبل از حمل

بررسی و تأیید کتابچه مدارک کنترل کیفی

سطوح بازرسی

با توجه به تنوع کالا و مواد و همچنین تفاوت در مراحل ساخت و نوع استانداردهای بکار گرفته شده و اعم از اینکه کالا به‌طور مستمر بر روی خط تولید باشد و یا برحسب سفارش تولید شود، بازرسی در سطوح چهارگانه زیر انجام می‌گردد:

۱-۵ بازرسی سطح یک (بازرسی حین ساخت در هر زمان)

نوع و زمان‌بندی بازرسی پس از برگزاری جلسه Pre Inspection Meeting تعیین شده و بازرسین مطابق جدول زمان‌بندی از ابتدا تا انتهای ساخت در محل ساخت کالا حاضرشده و بر روند ساخت و انجام آزمایش‌ها با مشاهده فیزیکی و بررسی

ایمنی، کیفیت و حفاظت از محیط زیست از اهمیت ویژه‌ای در جوامع بشری برخوردار است و یکی از ابزارهای موثر در این مسیر، می‌تواند بهره‌گیری از خدمات شرکت‌های بازرسی باشد. بازرسی عبارت است از کنترل، بررسی، نظارت، اندازه گیری و آزمون‌های لازم به منظور مطابقت کمی و کیفی کالا با شرایط قرارداد و مشخصات توافق شده بین خریدار و فروشنده. خدمات بازرسی در ایران تقریباً پس از انقلاب اسلامی پی‌ریزی و آغاز شد و به‌تدریج بازرسی کمیت و کیفیت به منزله تأیید صحت و سلامت و مطابقت کالا با قرارداد فروش شکل گرفت . پیرو اقدامات موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران و بانک مرکزی در سالیان اخیر و بر اساس قانون مصوب بهمن‌ماه سال ۱۳۷۱ مجلس شورای اسلامی، انجام بازرسی قبل از حمل اجباری شد و مؤسسات مجاز بازرسی تحت ضوابطی انتخاب و معرفی گردیدند.

این امر موجب شد که علاوه بر جلوگیری از اتلاف سرمایه‌های ملی، اهمیت بازرسی به جامعه بازرگانی و صنعتی شناسانده شود. امروز بازرسی و نقش شرکت‌های بازرسی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان کیفیت و استاندارد در بخش‌های مختلف فنی، صنعتی، بازرگانی و خدماتی مطرح می‌باشد.

دلیل اهمیت بازرسی

دغدغه مهم و اصلی بیشتر تاجران، دولت‌ها و کسانی که در بخش بازرگانی فعالیت می‌کنند اطمینان از مرغوبیت و کیفیت کالاها است.

امروزه براساس قوانین وضع شده از سوی سازمان ملی استاندارد، بازرسی کالا بخشی جدایی‌ناپذیر در بحث واردات و صادرات محصولات می‌باشد.

از آنجا که این امری پیچیده و مهم تلقی می‌شود، کمیته جهانی استاندارد قوانینی را برای این خدمت وضع کرده که مرجعی برای بسیاری از کشورها است.

نقش شرکت‌های بازرسی کالا

اهمیت بازرسی کالا در سطح جهانی موجب پدید آمدن شرکت‌های ارائه دهنده خدمات در این زمینه شده است. این شرکت‌های به منظور بررسی اسناد فنی تولید قبل از بارگیری، بررسی کالا از منظر کیفیت و مرغوبیت، کنترل نهایی، بررسی اصالت فروشنده یا تولیدکننده و صدور گواهینامه، لازم است تا کلیه موارد را براساس توافق صورت گرفته بین خریدار و فروشنده انجام دهند.



(Release Note)

۳-۵ بازرسی سطح سه (بازرسی نهایی و انجام آزمایش)

بازرسی بر روی کالای ساخته شده صورت می‌گیرد و شامل آزمایش‌های کارایی نهایی کالا می‌باشد. در این سطح از بازرسی، بازرسی بر روی یک یا چند نمونه از کالا که به‌صورت تصادفی انتخاب‌شده است انجام می‌گردد. در بازرسی سطح سه موارد زیر می‌بایست صورت پذیرد:

مرور گواهی کنترل کیفی و گزارش‌های کنترل کیفیت سازنده

مرور گواهی‌های صادرشده از مؤسسات معتبر و مورد تأیید

بازرسی حضوری بر روی آزمایش‌های نهایی کارایی و عملکردی

صدور گواهینامه تأیید و مجوز حمل کالا (Release Note)

۴-۵ بازرسی سطح چهار (بازرسی و کنترل نهایی کالا)

بازرسی شامل مرور مدارک کنترل کیفی و گزارش آزمایش‌های انجام‌شده از طرف سازنده و یا سایر مؤسسات معتبر می‌باشد.

در بازرسی سطح چهار موارد زیر می‌بایست صورت پذیرد:

مرور بر گواهی‌های کنترل کیفی و گزارش‌های کنترل کیفیت سازنده شامل گواهینامه کالیبراسیون، PQR، WPS

مرور گواهی‌های صادرشده از مؤسسات معتبر و مورد تأیید

مرور گزارش نتایج آزمایش‌های نهایی کارایی و عملکرد

بازرسی ظاهری ابعادی، رنگ و پوشش و مطابقت با سفارش خرید

بازرسی نهایی اطلاعات فنی کالا و مطابقت با سفارش خرید

کنترل کمیت کالا در تطابق با سفارش کارفرما

بازرسی بسته‌بندی و علامت‌گذاری

تهیه گزارش بازرسی و ارائه به کارفرما

دور گواهینامه تأیید و مجوز حمل کالا (Release Note)

مدارک، نظارت می‌نمایند. در بازرسی سطح یک موارد زیر می‌بایست صورت پذیرد:

بررسی، اظهارنظر و تأیید طرح کیفیت Quality Plan

بازرسی کنترل کیفیت مواد، کالا و تجهیزات از نظر سلامت، متریکال و تطابق با مشخصات فنی

بررسی و تأیید صلاحیت جوشکاری (WPS) و دستورالعمل آزمایش‌های کنترل کیفیت

بازرسی و کنترل خط تولید و سخت‌افزار سازنده و اطمینان از وجود وسایل آزمایش مورد نظر

تهیه و تدوین گزارش‌های دوره‌ای بازرسی فنی (هفتگی و ماهیانه) و ارائه به کارفرما

بازرسی نهایی ظاهری و ابعادی و مطابقت با سفارش خرید

بازرسی نهایی اطلاعات فنی کالا و مطابقت با سفارش خرید

صدور گواهینامه تأیید و مجوز حمل کالا (Release Note)

۲-۵ بازرسی سطح دو (بازرسی در زمان‌های مشخص)

بازرسی فقط در زمان‌های خاص از قبل تعیین‌شده انجام می‌گردد و بازرسی نهایی و انجام آزمایش‌های کارایی قبل از ارسال کالا در محل ساخت صورت می‌گیرد. در بازرسی سطح دو موارد زیر می‌بایست صورت پذیرد:

بررسی گواهینامه‌های کیفیت و جنس مواد و تطبیق آن با مشخصات فنی پروژه

بررسی و تأیید صلاحیت دستورالعمل آزمایش‌های کنترل کیفیت

بررسی مدارک و نتایج حاصل از آزمایش‌های کنترل کیفیت

نظارت و بازرسی سیستم کنترل کیفی سازنده

بازرسی نهایی اطلاعات فنی کالا و مطابقت با سفارش خرید کالا

بازرسی بسته‌بندی و علامت‌گذاری و صدور مجوز حمل کالا

منابع

۱. Chandrupatla, T. R. (۲۰۰۹). Quality and reliability in engineering (Vol. ۲). Cambridge University Press.
۲. Ghrmay, T. M. (۲۰۱۵). Understanding the Concept of Quality Assurance.Available at SSRN ۲۵۶۴۲۱۱.
۳. Lundgren, M., Hedlind, M., & Kjellberg, T. (۲۰۱۵). Model-driven Process Planning and Quality Assurance. Procedia CIRP, ۲۱۴-۲۰۹.
۴. Mehta, P. V. (۲۰۲۰). Quality Management Handbook for the Apparel Industry. Fellow, Textile Institute, U.K. and American Society for Quality.
۵. Newman, A. W., & Behling-Kelly, E. (۲۰۱۶). Quality Assurance and Quality Control in Point-of-Care Testing. Topics in Companion Animal Medicine.
۶. Newton, J. (۲۰۱۷). What is quality. Embedding quality culture in higher education. EUA Case Studies, ۱۷-۲۴.
۷. ثابت نژاد، حمیدرضا (۱۳۹۰). ارزشیابی، اعتبارسنجی و تضمین کیفیت در نظام آموزشی فنی و حرفه‌ای. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، سازمان فنی و حرفه‌ای کشور.
۸. خلیفه، قدرت الله؛ رضوی، سیدعباس (۱۳۹۱). ارزشیابی کیفیت یادگیری الکترونیک با استفاده از مدل تحلیل اهمیت-عملکرد. گروه علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز، ایران، شماره ۱.
- ۹- درگاهی، حسین؛ رضائیان، مصطفی (۱۳۸۶). پایش عملکرد آزمایشگاه‌های بالینی بیمارستان‌ها بر اساس شاخصهای تضمین کیفیت در چهارچوب دستورالعملهای سیستم ایزو. مجله دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، دوره ۶۵شماره ۱.
- ۱۲- عیدی پور فرد، ابراهیم (۱۳۹۲). گارانتی و تضمین کیفیت کالا (مطالعه تطبیقی الگوهای موجود و راه حل های مطلوب. حقوق اسلامی، سال دهم، شماره ۳۶



شرکت صنعتی و خدمات مهندسی ایران

۱. انجام سرویس، بازرسی، تعمیرات و انجام تست های مورد نیاز، صدور گواهینامه بین المللی جهت انواع جانپناه بادی (لایف رافت).
۲. انجام سرویس، تعمیرات، شارژ انواع کپسول ها و تجهیزات پرتابل، ثابت اطفاء مریق از جمله Co2 پودر، فوم، هالون، اسپرینکلر FM200, Mist, اسپرینکلر
۳. انجام بازرسی و ضمانت سنجی بدنه کشتی ها و سازه های دریایی و صنعتی و آزمایشات غیرمترقب (Vac. Test, UT, DPI, MPI).
۴. انجام بازرسی های سالیانه و پنج ساله، انواع لایف بوت ها و رستگرو بوت و تست وینچ ها، داویت، OLRG و صدور گواهینامه بین المللی
۵. تامین تجهیزات مبارزه با آلودگی در دریا، نگهداری، خدمات پس از فروش و انجام آموزش های تئوری و عملی
۶. انجام آزمایشات Proof Load Test جرثقیل ها و تجهیزات جابجایی، Bollard Pull یدک کش ها
۷. طراحی و نصب، سرویس و تعمیرات سیستم های اعلام، اطفاء مریق و کشف گاز
۸. مشاوره در امور ایمنی و آتش نشانی و ارائه طرح های ساماندهی، ایمنی و آتش نشانی در تاسیسات و تجهیزات دریایی، صنایع نفت و گاز، نیروگاه ها و ترمینال های نفتی
۹. انجام ممیزی های فنی، ایمنی و آتش نشانی در صنایع دریایی، نفت و گاز، نیروگاه ها و ترمینال های نفتی و بنادر
۱۰. مشاوره در زمینه استقرار مدیریت HSE در صنایع مختلف
۱۱. تهیه نقشه جات و مدارک فنی از جمله Hazardous Area Plan, PMS, Fire Control & Safety Plan, ...
۱۲. اجرای آموزش های ایمنی دریایی (در چهارچوب مقررات STCW 95 Code)
۱۳. فروش قایق های نجات، جلیقه های نجات، ملقه های نجات و سایر تجهیزات ایمنی نجات جان و اطفاء مریق
۱۴. تامین، تجهیز، بازرسی، تایید و صدور گواهینامه دستگاه های مخابراتی، الکترونیکی، کامپیوتری کمک ناوبری و IT
۱۵. طراحی، نصب و خدمات پس از فروش تجهیزات BWMS (مدیریت آب توارن) برند "Headway"



دفتر مرکزی

خیابان ۳۵ متری قیصریه، خیابان کتابی، کوچه قاسمی، کوچه پولادوند، پلاک ۱۴، واحد ۱۴، طبقه ۴

www.iesco-group.com

email: info@iesco-group.com

تلفن: ۰۲۱ - ۲۲۲۳۷۱۵۹ - ۲۲۲۳۷۱۹۰ - ۲۲۶۷۱۸۷۱ - ۲۲۲۴۲۵۱۹



اقدامات انجام شده انجمن مدیریت کیفیت ایران

خرید ملک جهت انجام فعالیت های اجرایی انجمن

ثبت روز ملی کیفیت در تقویم رسمی کشور ۱۸ آبان

طراحی مدل ارزیابی ملی کیفیت و برگزاری ۱۶ دوره ارزیابی ملی کیفیت ایران تا پایان سال ۹۹

عضویت بیش از ۴۰۰ سازمان، شرکت تولیدی و خدماتی دارای سیستم های مدیریت کیفیت

تربیت ۱۰۰۰ ارزیاب سیستم های مدیریت کیفیت

فعالیت کارگروه های تخصصی در انجمن با موضوعات تخصصی

انتشار نشریه کیفیت و مدیریت برگزاری کنفرانس های بین المللی مدیریت کیفیت

مشارکت در طرح های ملی از جمله «طرح مدیریت کیفیت صادرات»، «طرح مدیریت اخلاق کسب و کار»، «طرح نهضت ملی کیفیت»، «تعیین سطح مدیران کیفیت» و «طرح ارتقا توسعه کیفیت صنعت قطعه سازان خودرو»

انجام فعالیت پژوهشی برای مرکز پژوهش های مجلس تحت نام قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد سازی که این قانون یکی از ابزارهای اساسی برای توسعه کیفیت در کشور به شمار می رود

برای رشد و توسعه جامعه ای با کیفیت
WWW.IRANQMS.COM

از ۷۶ تا امروز



رتبه یک تولید تایر در کشور

در هجده سال متوالی



BAREZ
TIRES



 www.barez.com

 [@barez.tires](https://www.instagram.com/barez.tires)

 [@barezPR](https://www.telegram.me/barezPR)