**مفهوم الجودة**

ينحصر استخدام مصطلح **الجودة** لما يستجيب على الاقل لحدود دنيا من الصفات المقبولة . وبذلك

لا تتأرجح الجودة الا بين **"المقبول" و"الممتاز**"، في حين يستخدم مصطلح **النوعية** للدلالة على

صفة الشيء وحاله، التي قد تكون جيدة أو رديئة بنسب متفاوتة، أما من حيث وجهة نظر الممارسين والباحثين و الهيات المختصة فقد تطرق كل منهم إليها من أكثر من زاوية، وهذا ما أدى الى تنوع التعريفات التي من بينها :

1. ***ماهیة الجودة:***

 (QUALITAS) یرجع مفهوم "الجودة الى الكلمة اللاتینیة (QUALITY) "

الشخص أو الشيء ودرجة صلابته، وكانت تعني قدیمًا الدقة والإتقان من خلال قیام الانسان بصناعة الآثار الدینیة والتاریخیة من تماثیل وقلاع وقصور لأغراض التفاخر بها، أو استخدامها لأغراض الحمایة.

حدیثا تغیر مفهوم الجودة مع تطور علم الإدارة، وظهور الإنتاج الكبیر والثورة الصناعیة والشركات الكبرى وزیادة حدة المنافسة، حیث أصبح للجودة أبعادًا جدیدة ومتشعبة.

 - تعریف المعهد الوطني الأمریكي للمقاییس والجمعیة لمراقبة الجودة : تعرف الجودة على أنها: " مجموعة من السمات والخصائص للسلع والخدمات القادرة على تلبیة احتیاجات محددة.

:ISO " تعریف المنظمة العالمیة للمعایرة: تمّثل الجودة مجموعة الخصائص المتعّلقة بالمنتوج أو بالنظام، أو بالعملیة الإنتاجیة والتي تلبي رغبات العملاء والأط ا رف الخاصة الأخرى "

- تعریف أرماند فیجینبیوم: الجودة هي ناتج تفاعل خصائص نشاطات التسویق والهندسة والصناعة والصیانة والذي یمكن من تلبیة حاجات العمیل ورغباته.

:Juran - الجودة هي الملائمة للاستخدام. أي كلما كان المنتج أو الخدمة ملائمة لاستخدام

المستفید، كلما كانت الجودة جیدة.

أما دیمنج فیرى: " أن الجودة عبارة عن " تخفیض مستمر للخسائر وتحسین مستمر للجودة في جمیع النشاطات"، فهو یؤكد لنا أن الجودة یمكن تحقیقها عند تقلیل الأخطاء، وتحسین العملیات.

أهمية الجودة تضمن الجودة تقديم منتج أو خدمة مطابق للمعايير، وتوفير سمعة جيدة لبعض العلامات التجارية التي تكتسبها لتقديم تجربة عميل مميزة، بالإضافة إلى كون  إدارة الجودة أمر بالغ في الأهمية للشركات الصغيرة. بغض النظر عن الصناعة التي تشارك فيها، لن يختار العُملاء بناءً على السعر فقط، ولكن غالبًا على الجودة، وقد أظهرت الدراسات أن العملاء سيدفعون أكثر مقابل منتج أو خدمة يعتقدون أنها مصنوعة بشكل جيد أو تتجاوز المعيار، فالجودة هي عامل تمييز رئيسي في سوق مزدحم بالسلع والمنتجات المختلفة.

**تعزيز سمعة المنظمة**

تستمد المنظمة شهرتها من خلال مستوى جودة منتجاتها وهي خير سلاح يمكن للمنظمة من خلاله التنافس مع المنظمات الاخرى العاملة في ذات الصناعة او القطاع الذي تنتمي إليه المنظمة ، فشركة (Mercedes) لإنتاج السيارات او شركة (IBM) لإنتاج الحاسبات خير مثال على ذلك ... فشهرة هاتين الشركتين متأتية من جودة منتجاتها.

**2- القدرة على المنافسة العالمية**

تكتسب الجودة اهمية كبيرة لأنها تساعد المنظمات على بناء قدرة تنافسية والحصول على موطئ قدم في الاسواق العالية .

**3- حماية المستهلك**

عند تطبيق مستلزمات تحقيق الجودة يتم اعتماد مواصفات قياسية محددة تسهم في حماية المستهلك من الغش التجاري وتعزيز الثقة في منتجات تلك المنظمة.

**4- زيادة الحصة السوقية للمنظمة**

ان طرح منتجات ذات جودة عالية تسهم في جلب المزيد من الزبائن مما ينعكس ايجابياً في زيادة الحصة السوقية للمنظمة فضلاً عن إمكانية الدخول إلى الأسواق الجديدة والذي يسهم بدوره في زيادة الحصة السوقية محلياً ودولياً .

**5- تخفيض الكلفة**

إن زيادة الاهتمام بالجودة يؤدي إلى جذب المزيد من المستهلكين وزيادة الولاء لمنتجات المنظمة وهذا سيؤدي إلى تخفيض الكلفة

 **مواصفات الجودة** هي مجموعة متطلبات مفصلة تحدد جودة المنتج أو الخدمة أو العملية، وتشمل الجودة عناصر ملموسة مثل القياسات والعناصر، وعناصر غير ملموسة مثل الرائحة والذوق
مواصفات الجودة يُمكن دراستها من خلال الأمثلة التوضيحية الآتية:

 • مواصفات الطعام وهي تعريفات دقيقة تستخدم لتقسيم الطعام إلى درجات جودة. مثلا، يمكن فرز التفاح وفقًا للحجم والنضج واللون والتماثل والحالة.

 • التصنيع، فعلى سبيل المثال تقوم الشركة المصنعة للدراجة باختبار آلي لمراقبة الجودة على جميع الوحدات قبل الشحن بناءً على مواصفات عديدة مثل القياسات التفصيلية والمصممة لضمان محاذاة إطار الدراجة بشكل صحيح.

• البنية التحتية، فيضمن مصنع الألواح الشمسية مثلاً كفاءة تحويل وحداته بمرور الوقت، ويعتمد على مواصفات تحسب الطاقة المقدرة والنسبة المئوية.

 • التركيبات وتعني معرفة كمية المكون عالي الجودة في المنتج.

 • معرفة المواد المُصنعة.

• وقاية المنتجات لتقديمها بدون عيوب أو أخطاء تصنيعية تؤثر على تقديمها للمستهلكين.

 • التطابق مع متطلبات السوق وما يحتاجه المستهلك.

• مراعاة الشكل الإجمالي للمنتج.

 • قابلية الاستخدام ومدى السهولة فيه.

• قابلية المنتج للتطوير والإصلاح ومعرفة التكلفة التي قد يتطلبها.

• الموثوقية وإعطاء المعلومات الصحيحة فيما يتعلق بصلاحية المنتجات.