**محاضرة 8 / ليسانس إدارة الاعمال**

**المادة إدارة الجودة الشاملة**

**2025-2024**

**الفصل4**

**الفصل4 : تصورات/ إدراكات وأبعاد الجودة:**

سوف نميزالادراك المنهجي والتحليلي وأحيانًا غير الموضوعي للجودة (بالنسبة إلى الممارسة واختيار العميل)، من الادراك المعياري، وهو أكثر تقني وشمالي.

**(I المقاربة المنهجية للجودة :**

**I.1) إدراكات للجودة :**

وفقًا للأمريكي David Alan GARVIN (1952-2016)، يمكننا التفكير في 5 طرق أو تصورات/إدراكات للجودة :

1) الطريقة المتعالية / العالمية.

2) طريقة التفكير "المرتكزة على المنتوج".

3) طريقة التفكير "المرتكزة على العملاء/ المستخدم".

4) طريقة التفكير "المرتكزة على السيرورة"

5) طريقة التفكير "المرتكزة على نسبة السعر إلى المنفعة".

بعد الاستشهاد بهذه الطرق أو التصورات /إدراكات الخمسة لرؤية الجودة، سنقوم الآن بتحليلها، مع إعطاء كل مرة مثالاً على الدقة.

1. **الطريقة المتعالية / العالمية :**

لجودة معترف بها تمامًا بغض النظر عن البلد اوالجودة مقبولة بصفة مطلقة (أمثلة : عطر شانيل 5، ونظام الكبح ABS).

**2) طريقة التفكير "المرتكزة على المنتوج**" **:**

الجودة معيار دقيق وقابل للقياس (أمثلة **:** للاختيار بين المياه المعدنية ومياه الينابيع ومقارنة مكونات/تركيب المياه)

**3) طريقة التفكير "المرتكزة على العملاء/ المستخدم" :**

الجودة تُدرك بشكل شخصي/غير موضوعي.

هنا ترتبط الجودة برغبات واحتياجات المستهلكين المختلفة (أمثلة **:** طعم الألوان، طعم المنتجات).

**4) طريقة التفكير "المرتكزة على السيرورة" :**

- الجودة تناسب/تتوافق مع احترام المعايير في كل مرحلة من مراحل سيرورة الإنتاج (أمثلة **:** جودة المواد الخام/الاولية + جودة تجميع الأجزاء / اللحام + جودة الطلاء + جودة التجميع الميكانيكي / المحرك + جودة التشذيب / المقاعد + جودة التخزين / الصيانة).

يمكن ربط معايير الجودة بتطبيق المواصفة ISO 9000.

- يتم قياس الجودة بالنسبة للوسائل المنفذة ومطابقة النتائج المرتبطة بالمتطلبات التقنية.

**5) طريقة التفكير "المرتكزة على نسبة السعر إلى المنفعة" :**

* يتم قياس الجودة وفقًا للتكاليف المتكبدة في الإنتاج وسعر بيع المنتوج (هامش توزيع الأرباح). يجب أن يحقق المنتوج عالي الجودة أداءً معينًا بسعر مقبول.

- يجب أن نهدف دائمًا إلى تحقيق جودة أعلى من خلال محاولة خفض السعر (مثال: معيار نسبة الجودة / السعر بالنجوم).

**I.2) ابعاد الجودة :**

يعتبر D. A. Garvin من 8 أبعاد لجودة المنتج.

1. منفعة المستهلك.
2. المعدات /التجهيز.
3. الموثوقية.
4. مطابقة للمعايير والمواصفات.
5. الحفظ (التخزين).
6. خدمات ما بعد البيع.
7. الجماليات.
8. سمعة المؤسسة/ صورة "العلامة التجارية".
9. **منفعة المستهلك :**

- المعيار الموضوعي / المادي: تكييف السيارة غير ضروري في سيبيريا.

- المعيار غير موضوعي / الذوق الشخصي: مشروب شويبس/ SCHWEPPES غير مناسب/ملائم للمستهلك الجزائري.

مشروب شويبس/ SCHWEPPES له طعم مرير والمستهلك الجزائري يفضل الطعم الحلو.

1. **المعدات /التجهيز :**

سيارة مزودة بخيارات أمان (فرامل ABS ، وسائد هوائية ، وقضبان أمان على جانب السيارة وسقفها ، وما إلى ذلك).

1. **الموثوقية :**

• تكنولوجيات / تقنيات مستقرة.

• جهاز كمبيوتر مع برنامج Windows الأصلي.

• تويوتا = سيارة مضمونة لمدة سنتين بدون مشاكل تقنية أو 50،000 كم.

• كيا = محرك مضمون لمدة 7 سنوات بدون مشاكل تقنية.

1. **مطابقة للمعايير والمواصفات :**

- تطبيق المعايير التقنية القطاعية والوطنية والدولية.

أمثلة: بالنسبة لقطاع الكهرباء، يجب أن يكون الغلاف الذي يغطي الأسلاك الكهربائية مناسبًا وفقًا لقسم / قطر السلك الكهربائي. يجب أن يتوافق عداد الكهرباء / قاطع الدائرة/Disjoncteur مع المعايير الدولية (كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الكهربائية ABB، Legrand، Leroy-Merlin، El Eulma، BMS). هذا ليس هو الحال بالنسبة للمنتجات الكهربائية الصينية والتركية، وخاصة بالنسبة لشرائط الطاقة/Multiprises électriques.

- قطاع البناء: تطبيق المعايير الزلزالية الدولية (عنابة = المستوى الزلزالي 1).

1. **الحفظ (التخزين) :**

* احترام "سلسلة التبريد" في التوزيع :المصنع / النقل / تاجر الجملة / شبه-نصف تاجر الجملة / التجزئة.
* احترام لمعيار درجة الحرارة الخاص بكل منتج غذائي (أمثلة: الزباديYaourts/، السمك مع التقديم على الرف لمدة ساعتين كحد أقصى ثم تحت الثلج، اللحم + الحليب + البيض مقدم على الرف المبرد).
* التقيد بدرجة الضوء + الرطوبة (أمثلة: تخزين الأدوية، قطع الغيار مثل أحزمة النقل، المياه المعدنية المعرضة لأشعة الشمس غير الصالحة للاستهلاك).

1. **خدمات ما بعد البيع :**

* تجميع الأثاث + تركيب أجهزة الكمبيوتر (كمبيوتر ثابت + طابعة).
* توصيل/تسليم للمنازل (20 الى 50 كم).

استرداد مبلغ أقل من أسبوع أو بموجب عقد: إما استرداد المبلغ ,إما استبدال نفس العنصر أو المنتوج - أو اقتراح لمنتوج أعلى.

* مثال 1:
* إعلان عن شركة DARTY (رقم 1 في أوروبا لتوزيع الأجهزة المنزلية):

• DARTY = أقل الأسعار في السوق + الجودة.

• DARTY = راضٍ أو مسترد.

• DARTY = عقد ثقة مع العميل.

لمثال 2:

Toyota = ضمان قطع غيار السيارة والعمالة لمدة سنتين أو 50،000 كم ، أو تأمين مجاني ضد جميع المخاطر لمدة عام واحد.

1. **الجماليات :**

* خصائص الرقم الذهبي الدي يحدد جودة الجمال المطلقة.
* تمثال يوناني مبني على قاعدة الرقم الذهبي.
* التصميم/Design/الشكل الأيروديناميكي للسيارة = انخفاض في استهلاك البنزين + زيادة السرعة.
* - لون أصلي / جديد: لون فستق او خزامي السيارة.

1. **سمعة المؤسسة/ صورة "العلامة التجارية" :**

- بالنسبة للمنتجات الفاخرة، السعر المرتفع = الجودة: مثال: عطر Chanel N ° 5 ، Yves Saint Laurent ، Dior.

- التغليف/Packaging / جودة التغليف للمنتوج + تغليف نقل المنتوج / حقيبة Armani و Beneton و Yves Rocher.

- طريقة توزيع المنتوج: تستخدم شركة Coca Cola شاحنة حمراء مغلقة لتجنب تعرض المنتوجات للشمس + إعلان العلامة التجارية المرسومة على الشاحنة + اعوان التوزيع يرتدون اللون الأحمر وعليه اشهار /Logo Coca-Cola.

- التعرض للبيع بالتجزئة: على سبيل المثال ، تميز شركة Coca Cola نفسها عن منافسيها من خلال بيع منتجاتها في ثلاجة خاصة بعلامة Coca-Cola التجارية.