

آینده‌نگری، خلاقیت و کیفیت بهتر

سرمقاله

دکتر بتول عطاران

هر جامعه‌ای که نظام کیفی و سرمایه‌ی کسب و کار در آن شکل گرفته است، ارمغانی چون پیشرفت و بهبود را به جامعه‌ی ارزانی داشته تا جایی که با الگوهی به سازمان‌ها آن‌ها را به سوی بهبود مستمر و رشد سازمانی نیز حرکت داده است. روز ملی کیفیت فرصت بسیار مناسبی است که با همکاری و همراهی دولت، دانشگاه‌ها، بنگاه‌های تولیدی خدماتی و رسانه‌ها، فضایی مناسب برای توسعه فرهنگ کیفیت فراهم شود و توجه به این امر به یک خواست ملی تبدیل گردد.

وقتی مشتریان شما باز می‌گردند ولی محصولات باز نمی‌گردند یعنی کیفیت خوب و عالی است

هم‌چنین در این روز امکانی فراهم شود که واحدهای سرمایه‌دار، تجربیات و پیشرفت‌های خودشان را به سایر سازمان‌ها منتقل کنند و با اشاعه خودارزیابی نقاط ضعف و قوت خود را بشناسند و ضمن

هجدهم آبان امسال برای هفتمین دوره، جایزه ملی کیفیت به برترین و سرمایه‌دارترین سازمان ایرانی حائز شرایط، که در زمینه ارتقای کیفیت و سرمایه‌ی کسب و کار فعالیت چشم‌گیری انجام داده است، تعلق خواهد گرفت. ایران خودرو خراسان، سایپا دیزل، پارس خودرو و چندین سازمان و نهاد دیگر صف کشیده‌اند تا جایزه را متعلق به خود کنند...

این جایزه هرچه که باشد از یک سو مفهوم کیفیت و سرمایه‌ی کسب و کار را به زبان شیوا بیان می‌کند و از طرف دیگر یک الگوی نظام‌مند را برای طرح‌ریزی و استقرار نظام‌های مدیریت جامع، که بخشی از حرکت جهاد اقتصادی است، نشان می‌دهد. ابراز سیستماتیک هوشمند، خودارزیاب است و به سازمان‌ها کمک می‌کند که نظام مدیریت و عملکرد خود را براساس معیارهای معین ارزیابی نمایند و با حرکت به سمت نظام کیفیت جامع و اهداف عالی، چون رضایت مشتری، افزایش مشارکت کارکنان، بهبود مستمر سازمان و دستیابی به نتایج پایدار مالی و اقتصادی، محقق شود و این‌ها همه از اصول مهم کیفیت است.

رفع آنها از فرصت پیش آمده در جهت ارتقای کیفیت سطح زندگی انسان‌ها بهره گیرند.

کیفیت باید در درون فرآیندها طراحی شود. خوب بودن مطرح نیست بهتر شدن مطرح است

کیفیت، یک نوع ویژگی است در درجات متفاوت؛ به عبارت دیگر کیفیت یعنی مطابقت داشتن با الزامات مشتریان، در اقتصاد این دوره، کیفیت حرف آخر را می‌زند و انحصار، دشمن قسم خورده کیفیت به‌شمار می‌رود. کیفیت نیز مانند سایر منابع و امکانات باید مدیریت شود. زیرا براساس تحقیقات انجام شده ارتباط معنی‌داری بین مدیریت بهینه و بهبود کیفیت وجود دارد. کیفیت حاصل شانس و اقبال و تصادف نیست و به مدیریت عالمانه نیاز دارد. حداقل‌ها را می‌توان در انحصار پوشش داد و اما در انحصار، سرآمدی رخ نمی‌دهد. راز ماندگاری در کیفیت است. برای آزمون کیفیت،

شاخص اصلی در اختیار داریم. وقتی مشتریان شما باز می‌گردند ولی محصولات باز نمی‌گردند یعنی کیفیت خوب و عالی است. یعنی بهره‌وری رخ داده است. تولیدات سازمانی خود را بررسی کنید و ببینید مشمول این قضیه هست یا خیر؟

رمز موفقیت هر سازمان در قرن بیست و یکم، آینده‌نگری، خلاقیت و کیفیت بهتر است. کیفیت باید در درون فرایندها طراحی شود. خوب بودن مطرح نیست بهتر شدن مطرح است و قدم‌های رو به جلو و جهادی لازم دارد. کیفیت، نتیجه بازرسی‌های گسترده نیست، بلکه اصلاح در فرآیندهاست.

به امید آن‌که آگاهی و مهارت را با سرعت و دقت و کیفیت عرضه کنیم و عالم عامل باشیم. نگاهی به اطراف بیندازیم، در محیط کلاس درس و کارگاه در روش تدریس و سرپرستی آن، در لابه‌لای متون درسی و بین خطوط برنامه‌های درسی و آموزشی و استانداردها، در تحلیل محتوای کتب و نحوه ارزشیابی ... آیا جایی برای بهتر شدن نیست؟
که هست... پس جهاد کنید.