

أثر تطبيق معايير الجودة الشاملة على ربحية المجهزين

*أ.م. هاشم ابراهيم حسن

المستخلص:

يقدم البحث رؤى عن ضرورة تطبيق معايير الجودة الشاملة على السلع الداخلة الى العراق ، وعدم السماح للسلع الرديئة بدخول القطر ، وكذلك توجيه انظار المشرع الى اصدار القوانين التي تحد من دخول السلع غير الخاضعة لنظام الجودة العالمي . وقد استخدمت المعادلات الاحصائية لتوضيح تأثير تطبيق معايير الجودة الشاملة على ربحية المجهزين والتي ستأثر بتطبيق هذه المعايير عند الزام المجهزين بها .

Abstract

The research presents some visions about the necessary of application of the rules of total quality standards on the goods imported to Iraq , and not allowed the impoting or entering the bad goods, and take care of the legislators to issue the laws which prevent the bad goods to enter.

We used statistical formula to clear the effect of using total quality standards on profitability of suppliers, when they instruct this standards.

مقدمة:

أخذت معايير الجودة العالمية الموضوعية من قبل المنظمات العالمية المختصة او المعايير الخاصة بعدد من الدول الصناعية المتقدمة ، والتي وضعت للمنتجات المصنعة او الخدمات المقدمة او حتى في مجال تصميم وتنفيذ الابنية او التعليم وغيرها ؛ مجالاً رحباً للتطبيق في العقدين الاخيرين .
الا اننا نجد بكل اسف انحسار تطبيق هذه المعايير على المنتجات العراقية او على السلع المستوردة الداخلة الى العراق في الفترة الاخيرة رغم انشاء الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية خلال عقد السبعينات من القرن الماضي .
ان هذا الامر يعتبر من الامور الخطيرة والتي يجب ان يلاحظها المشرع العراقي و وزارة التخطيط ، لتأثير ذلك على الميزانية العامة بهدر الاموال وتصريف المنتجات الرديئة لدول لا تتبع نظام الجودة على سلعها المنتجة ، مما جعل القطر بقرة حلوب تدر الاموال لتلك الدول ومجال تصريف لمنتجات تحمل علامات و اشارات مشوشة وخادعة كأن تظهر الفاظ على السلعة مثل تصميم Design (دولة غربية) او طراز Style (دولة متقدمة صناعية) او اسم دولة غربية او صناعية متطورة فقط دون ذكر عبارة صنع في تلك الدولة ، او تبديل او رفع احرف من علامة تجارية عالمية مشهورة وبنفس الالوان المستخدمة في كتابة العلامة المشهورة على سلع لايهام المستهلك بأنها تلك العلامة المشهورة وغيرها من اساليب الغش الصناعي والتشويش على المستهلك للسلع والمصنعة في شرق اسيا على وجه التحديد .

المبحث الأول:

1- منهجية البحث

1.1 مشكلة البحث:

يلاحظ في السوق العراقية دخول سلع غير خاضعة لنظام الجودة العالمي وعرضها و من مناشئ مختلفة (الآسيوية منها على وجه التحديد) وخاصة بعد أحداث سنة 2003، مما يشكل هدراً للأموال مقترناً ذلك بعدم وجود تشريعات (او مجمدة حالياً) تمنع وتحد من دخول تلك السلع (و منها المستعملة) وكذلك ضرورة تفعيل اجراءات الفحص والتفتيش المعمول بها في مختلف دول العالم ومنها اصدار شهادات الجودة للسلع المستوردة والمصادق عليها مع وثائق تصديرها من الدول المصنعة لها.

* أستاذ مساعد / معهد الإدارة / الرصافة

مقبول للنشر بتاريخ 2010/11/14

1.2-2 هدف البحث:

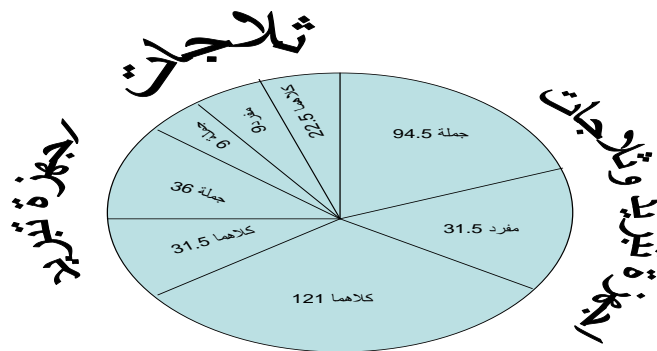
- 1-2-1- توجيه أنظار المشرعين والأجهزة الرقابية الى أهمية وضع قوانين وتشريعات تحد من دخول السلع الرديئة (او المستعملة) الى السوق العراقية عن طريق المستوردين لها.
- 1-2-2- تقديم مؤشرات عن أداء الأجهزة الحكومية (وخاصة التي تمنح إجازات استيراد السلع وكذلك منافذ دخولها) لتشريع القوانين الضرورية وتحسين أداء عملها نحو تطبيق معايير الجودة العالمية.
- 1-2-3- توجيه سلوك المستوردين والمستهلكين نحو ثقافة عرض وشراء السلع الخاضعة للجودة فقط.
- 1-2-4- منع هدر الأموال وإنهاك الإقتصاد بعرض السلع غير الخاضعة لمعايير الجودة.
- 1-2-5- إن استيراد وتجهيز السلع الخاضعة لمعايير الجودة يؤدي الى تعظيم معولية هذه الأجهزة والإنتهاء من مرحلة فشل وعدم كفاءة الأجهزة المعروضة.
- 1-2-6- إلغاء مبدأ الربح على حساب المستهلك، بتوفير سلع رديئة وبيعها بأسعار عالية لسيطرة اصحاب رؤوس الأموال (وتجار الحروب) على الإقتصاد العراقي.
- 1-2-7- قلة الدحوث والدراسات العراقية التي تدعو الى التعجيل بتطبيق نظام الجودة العالمي لكل السلع الداخلة الى العراق.
- 1-2-8- إهتمام الباحث بتكوين رؤى موضوعية عن معايير الجودة العالمية (او المحلية) للسلع (وخاصة الإنتاجية منها والمعمرة) والتكيز على الجوانب الكفيلة بتطبيقها عن طريق التشريع والرقابة الفعالة للأجهزة الحكومية، وثقافة استيراد السلع الجيدة فقط وخدمة المستهلك كهدف أول.

1.3-3 فرضية البحث:

ان فرض معايير الجودة العالمية (او المواصفات العراقية المعتمدة من قبل الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية) على السلع المستوردة الى العراق سيؤدي الى انخفاض ربحية المجهزين بسبب ارتفاع كلفها وانخفاض الطلب عليها بسبب ارتفاع سعرها ووجود المنافسة الحقيقية عند تسويق هذه السلع مضطرين بذلك الى اضافة هامش ربح قليل عند تحديد سعر بيعها .

1.4-4 مجتمع وعينة البحث :

ان اختيار الباحث لسلعتي (الثلاجات و اجهزة التبريد) ناجم عن وجود علامات تجارية متعددة في السوق العراقية لهما ، ومن مناشئ مختلفة (محلية وعربية وشرقية وغربية) يجهز بها المستهلك العراقي على مدى عقود ، وكذلك علامات دخلت حديثا الى السوق لانتجاوز العقد الأخير . وتتمتع هاتان السلعتان بنمط استهلاك جيد من قبل المستهلكين على مدار السنة وبأحجام وطرز مختلفة تلبي أذواقهم .
كانت عينة البحث ثمانين متجرا عشوانيا (جملة ومفرد) وقد واجه الباحث عزوف أكثر من 15% من حجم العينة الفعلي عن الاجابة على استمارة الاستبانة لأسباب خاصة بهم . وفي مايلي مخطط (طريقة الدائرة) لعرض احصائية عن بيانات تخص مجهزي العينة (الثلاجات او اجهزة تبريد او كلاهما) وبالجملة والمفرد او (الجملة والمفرد) في ان واحد لعينة البحث .



1.5-5 منهج البحث :

- قام الباحث بتقسيم البحث الى اربعة مباحث :
- الاول : توضيح منهجية البحث بتقديم توضيحات عن مشكلة وهدف وفرضية ومجتمع البحث ، وكذلك عن الاساليب المعتمدة لجمع البيانات ومن ثم معالجتها بالادوات الاحصائية .
 - الثاني : تقديم تأطير مفاهيمي عن الجودة الشاملة .
 - الثالث : الجانب الميداني للبحث .
 - الرابع : الاستنتاجات والتوصيات .

6.1- تصورات البحث :

كانت حدود البحث من ناحية المكان هي للمنطقة الاوسع تخصصا لبيع السلعتين (جملة ومفرد) وهي منطقة الكراة / خارج وكان لها الحظ الاوفر ، وكذلك لم تهمل عينات من منطقة الكراة / داخل وساحة الامين في شارع الجمهورية . اما حدوده من ناحية الزمان فكانت فترة اعداد الاستمارة وتوزيعها باختيار العينة العشوائية واخضاع الاجوبة بالادوات الاحصائية لفترة من الربع الاخير لسنة 2009 وامتدت لنهاية النصف الاول من عام 2010 .

7.1- اساليب جمع البيانات :

هنالك اساليب متعددة للاستماع الى رأي العميل (نجم الدين ، 2000 ، 24) منها المقابلات الشخصية ، الاستبانات ، مشاركة العميل في فرق الجودة (يمكن ان يستعاض عنها بالنسبة للباحث الحضور في المناطق والمنافذ الحدودية لتثبيت جانب مدى جدية تطبيق قوانين وتعليمات الجودة على البضاعة الداخلة الى السوق) وكذلك نظام الافتراضات؛ أي توزيع بطاقات على المشتريين لبيان رأيهم عن السلعة المشتراة . اعتمد الباحث نظام الاستبانات لملائمتها طبيعة البحث بجمع المعلومات من خلال تصميم استمارة استبانة احتوت على 16 سؤالا منها عامة و5 تخص الجودة و3 تخص رغبة المجهز باختيار السلع والربحية وسعر السلعة الذي قد يفيد حصوله على سلعة ذات مواصفات جودة عالية لارتفاعه .

المبحث الثاني

2- إدارة الجودة الشاملة – تأطير مفاهيمي TQM Conceptual Frame

بسم الله الرحمن الرحيم
وترى الجبال تحسبها جامدة وهي تمر مر السحاب صنع الله الذي اتقن كل شيء انه خبير بما تفعلون
النمل: 88

(أن اعمل سابغات وقدر في السرد واعملوا صالحا إني بما تعملون بصير) سبأ : 11

قال رسول الله صلى الله عليه واله وسلم (أن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا إن يتقنه) .

جاء في تفسير الآية 88 من سورة النمل : (الطباطبائي : 1385 : ج15 : 440) في صنع الله الذي اتقن كل شيء (مفعول مطلق لمقدر أي صنعه صنعا وفي الجملة تلويح الى ان هذا الصنع والفعل منه تعالى تخريب للعالم وهدم للعالم لكنه في الحقيقة تكميل لها وإتقان لنظامها لما يترتب عليه من إنهاء كل شيء الى غايته وإيصاله الى وجهته التي هو موليا من سعادة او شقاوة لان ذلك صنع الله الذي اتقن كل شيء فهو سبحانه لايسلب الإتقان عما اتقنه ولايسلب الفساد على ما أصلحه ففي تخريب الدنيا تعميم للأخرة) .

وفي تفسير الآية 11 من سورة سبأ (الطباطبائي : 1385 : ج16 : 385) اشارة الى العمل المميز والجيد (سابعة الدرع الواسعة ، والسرد نسج الدرود وتقديره الاقتصاد فيه بحيث تتناسب حلقه ، اي اعمل دروعا واسعة واجعلها متناسبة الحلق ، وقلنا اشكر النعم انت وقومك بالعمل الصالح) .

1-2 مفهوم الجودة :

ظهر مفهوم الجودة بداية القرن العشرين، ومرت بمراحل تطور مهمة بدءا من سنة 1911م في الولايات المتحدة عن طريق راند الادارة (تايلور) بدراسته المعروفة الوقت والحركة .

(Goetsch & Davis: 2006:8)

كان تأثير الحرب العالمية الثانية سلبياً على الولايات المتحدة وإيجابياً على اليابان بسبب الحاجات الملحة ومواجهة جدولة الانتاج خلال الحرب ، حيث ركزت شركات الولايات المتحدة على توقيت التجهيز دون النظر الى عامل الجودة ، وظهر تأثير ذلك عند انتهاء الحرب ، في حين كانت الشركات اليابانية توجه قوتها نحو الصناعات غير الحربية عند انتهاء تلك الحرب الكونية ، حيث كانت تشير عبارة (صنع في اليابان) كمرادف الى ضعف الجودة لسلعها ، عند ذلك بدأ التفكير الجدي بتحسين سلعها باضافة عناصر الجودة المطلوبة لتحسين نوعية السلع المنتجة والمصدرة الى الخارج ، مما اثر ذلك على قدرة السلع الامريكية لمنافسة السلع اليابانية في العالم حيث بدأت اليابان بتعلم اساليب الجودة المتبعة في الشركات العالمية بارسال الفرق الى الشركات العالمية ودراسة الحالات المطلوب علاجها مع استدعاء خبراء في هذا المجال لتدريب الادارة المعنية .

وكانت فترة عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي هي البداية الحقيقية لايلاء الجودة الاهمية في الشركات الكبرى والجامعات الامريكية والاوروبية واليابانية مما تكفل عن ظهور :

ISO 9000. للسلع والخدمات للجودة مفهوم المواصفة الدولية

(Goetsch & Davis:2006: 467) , (Besterfield:2004:92)

1-1-2 أنظمة إدارة الجودة

(ISO 9000-2000 Quality Management Systems)

اساسيات (قواعد) ومفردات مستخدمة Fundamentals & Vocabulary

2-1-2 أنظمة إدارة الجودة – متطلباتها

ISO 9001-2000 QMS-Requirements

3-1-2 أنظمة إدارة الجودة – دليل لتحسين الكفاءة

ISO-9004-2000 QMS-Guidelines for Performance

تشمل مفاهيم الجودة الشاملة استخدام المعلومات الاحصائية ، مجموعة فرق العمل ، التطور المستمر ، رضا العملاء ، تأثيرات المستخدمين . حيث تستخدم رؤى الإدارة لسنوات وتعشق مع بعضها واعطائها الاهمية مع عناصر اخرى منفصلة لتتشأ مفاهيم شاملة تسمى الجودة الشاملة ، تعني الجودة الشاملة للمستهلك

(Coetsch & Davis :2006:4)

- الكفاءة وفق القياسات المعتمدة .
- او تلبية احتياجات من المرة الاولى ولفترة طويلة .
- او تزويده بالمنتجات والخدمات التي تلبى رغباته وفق تصوره .
- او الاختيار الصحيح منذ اللحظة الاولى للاختيار .

لذا فمفهوم الجودة هو مفهوم نسبي (الخطيب :2008:20) يأخذ معناه ومحتواه باختلاف الأفراد او الاوقات معتمدا على الموقف ذاته والذي يتعلق بوحدة و اكثر من العوامل منها الأداء او متانة السلعة او وقت التسليم او المعولية او تطابق المنتج مع المواصفات او الشكل او

2-2 تعريف الجودة :

لا يوجد تعريف مقبول للجودة او الخروج بتعريف واحد يمكن استخلاصه ، ولا يوجد تطابق او تشابه ينشأ من خلال التعاريف لعدم تشابه العناصر التي يمكن اعتمادها للتعريف .

- الجودة تلبية (وقد تزيد) عن طموح المستهلك .
- الجودة عامل متحرك وليس جامدا (ما يعتبر من عناصرها اليوم قد لايقبل غدا) فمن ناحية الاستخدام التقني ، يكون لها معنيان :

1-2-2 خصائص (او مميزات) المنتج او الخدمة التي تظهر قدرة (او مهارة) لارضاء (او اشباع) وتنفيذ حالة الاحتياجات الضمنية .

2-2-2 المنتج او الخدمة خال من النقص او العيوب

فقد وصفت الجودة تبعا لتطور وظائفها الجلية :

- وصفها Deming (Summers:2006:4) بانها الانظمة التي تتبع لتقدم منتجاً او خدمة غير معيب ،ولذا فان المنتجات او الخدمات المقدمة الى المستهلك دون عيب تمثل قدرة المنتجين على ارضاء الزبائن في الحال الحاضر وفي المستقبل باستثناء الازمات او التغيرات الحادة التي تحيط بهم .

- اما Juran فقد وصفها التوافقية للاستخدام .

- في حين وصفها Crosby بانها المطابقة لما هو مطلوب ، وقد تاخذ الجودة بحسب رأيه وجوها ثلاثة :

- جودة التصميم : تصميم المنتج بما يرغبه ويتقبله المستهلك .

- جودة المطابقة للمواصفات : والتي يقدمها المنتجين او من يقدمون الخدمة والمعدة بما يرضي المستهلكين .

- جودة الكفاءة (للمنتجات او الخدمات) : تلبية حاجات ومتطلبات وتوقعات العميل بما يلائمه من السلعة او الخدمة لتكون ذات كفاءة عالية من ناحية الانجاز .

- اما Feigen boum فقد حدد الجودة بتنفيذ رغبات المستهلكين الحقيقية والمحددة من قبلهم للمنتجات او الخدمات المقدمة لهم .

مدركا ان الاحساس (الشعور) وليس غير لعمليات التقنية والفاعلية الكاملة تمثل دائما التحرك نحو صوب السوق التنافسي .

اما المواصفة الدولية 9000-2000 فقد عرفت الجودة (Naragarazam&Arivalagav:2007:1) :

(Degree to which as a set of inherent characteristics fulfils requirements)

درجة تلبية مجموعة الخصائص الموروثة في المنتج لمتطلبات العميل .

اما المواصفة ISO 9000 (Perreault & McCarthy:2006 :5) فقد عرفتھا :

(Away for a supplier to document it's quality procedures according to internationally recognized standards)

اسلوب يعتمد من المجهزين لتطبيق إجراءات الجودة المعتمدة وفق معايير الجودة العالمية
 اما الجمعية الأمريكية للرقابة على الجودة The American society for Quality Control
 فقد عرفتها (Summers:2006:4) :
 (As a subjective for which each person has his or here own definition)
 الامر (او الفاعلية) الذي يرغبه ويحدده كل شخص بوضوح .

وقدم (Garvin :1988) (Kasper & Heisingen 2006:176-177) خمسة مقترحات (طرق) مختلفة لفهم الجودة وهي خلاصة جيدة لطرق الجودة المختلفة مقدما اطارا قيما مدركا بعض مشاكل الجودة، ناظرا اليها من الزوايا التالية :

- قاعدة الخبرة والمعرفة Transcendent- based
- قاعدة صفة او رمز المنتج Attribute – based
- قاعدة المستخدم (المستهلك) User – based
- قاعدة المصنع (المنتج) Manufacturing – based
- قاعدة القيمة (الثمن) Value – based

3-2 تكاليف الجودة :

ان اتباع مفهوم الجودة من قبل المنتجين سيكون له تأثير كبير على سعر السلعة لتحملهم تكاليف الجودة والتي يمكن تعريفها (جودة : 5:2008) :

(التكاليف المتعلقة بمنع انتاج المنتجات المعيبة او اكتشاف وتصحيح المنتجات المعيبة) .
 لذا فان تصنيع المنتج الجيد الذي يحصل على رضا الزبون ليس كافيا للحكم على كفاءة ادارة التصنيع ، بل ان الأخذ بنظر الاعتبار تكاليف التصميم او الانتاج او المبيعات او الصيانة ايضا تعتبر امرا مهما للتحكم في تكاليف الجودة من خلال التخطيط السليم والرقابة الفعالة . نجد بذلك ان تحقيق الجودة للمنتج او الخدمة يتطلب التعرف على حاجات المستهلكين ورغباتهم وتصاعد ثقافتهم .

ان قيمة السلعة يمكن ان ينظر اليها من ناحية الجودة والكلفة والسعر بالنسبة للمنتج ، ويمكن ان يضاف اليها عنصرا رابعا بالنسبة للمستهلك وهو زمن التسليم . ان هذه الامور تعتبر انية عند النظر اليها في اختيار سلعة ما ، ولكن العنصر المهم فيها هو موضوع البحث (الجودة) يمكن ان ينظر اليه على المدى الطويل في تحقيق رغبة المستهلك لسلعة جيدة ذات مواصفات معينة وبعمق انتاجي طويل ، والى البائع بتحقيق هامش ربح محدد من قبله وضمان عدم ارجاع السلعة او تبديلها (لعدم الكفاءة او للصيانة في الاوقات غير المبرمجة او فشل السلعة كليا عن تلبية حاجات المستهلك) .

4-2- ثقافة المستهلك:

ان المستهلكين يفضلون عادة المنتجات التي تقدم الأوفر من سمات الجودة والأداء وملاحظة الابتكارات المتجددة من قبل المنتجين، لذا كان لزاماً الإهتمام بتقديم تحسينات مستمرة على المنتج المعروض.
 تتأثر مشتريات المستهلك (فيليب و ارمسترونج: 2009:282:324) بقوة بسمات شخصية ونفسية، وكذلك الثقافة الإجتماعية له، والتي لا يمكن لإدارة التسويق لأي مشروع التحكم بها، ولكنها تأخذها بالحسبان.
 ان الثقافة، وهي مجموعة القيم والإدراكات والرغبات والسلوكيات الأساسية التي يتعلمها عضو المجتمع من الأسرة ومن المؤسسات المهمة؛ تعتبر السبب الأساسي الأهم لرغبات الشخص.
 ان معايير الثقافة تختلف باختلاف الشعوب والأجناس حتماً ويمر قرار الشراء بمراحل:

- 2-4-1 إدراك الحاجة
- 2-4-2 البحث عن معلومات
- 2-4-3 تقويم البدائل
- 2-4-4 قرار الشراء
- 2-4-5 سلوك ما بعد الشراء

ان قرار الشراء يعتبر العامل الأهم في هذه المراحل التفضيلية، فقد يرغب المستهلك بعلامة تجارية معينة (قد تكون مشهورة) معتمداً على مواقف الآخرين في بعض الأحيان بالترغيب الى سلعة معينة دون أخرى (سعر اقل او علامة تجارية او طاقة إنتاجية او طراز معين او...) او وجود عوامل موقفية غير متوقعة كالدخل المتوقع او السعر المتوقع او المنافع المتوقعة لتلك السلعة.

اما ثقافة المستهلك في العراق فقد اصبحت امرا فاعلا (بعد احداث سنة 3003) في اختيار السلع او الخدمات ذات الموصفات الجيدة ومن المناسبات الاصلية بعد انتهاء مرحلة عطشهم لحرمانهم من بعض انواع السلع سابقا لمختلف الاسباب والمبررات منها التشريعية ومنها انخفاض وتدني المستوى المعاشي (وخاصة شريحة ذوي الدخل المحدود) وافتتاح السوق العراقية وفتح الحدود لعبور سلعة (ومنها المستعملة سابقا ما كان يخطر على بال احد دخولها في الفترة السابقة) .

5-2 استراتيجيات الجودة :

لابد للدولة من تحديد استراتيجية للتعامل مع الجودة (احمد، 2008:43) مع الاخذ بعين الاعتبار طبيعة النشاط المعني ومستوى تقدم الدولة ، فضلا عن ايلاء الأهمية لسمعة الدولة عن تطبيقها معايير الجودة لمقابلة حاجات الاسواق المحلية والخارجية ، وتوجيه الاهتمام كذلك لخدمات ما بعد البيع لاعتبارات المستهلك .
ان التعاون والتنسيق بين الأطراف الرئيسية في قطاعات الصناعة والتجارة والاجهزة الحكومية المعنية وكذلك المستهلكين مهم لغرض توضيح احتياجات السوق والبحث عن الموارد ويشكل كفاءة ومتطلبات تنفيذ نظم ادارة الجودة وتقويمها لضمان الوصول الى المواصفات الدولية المعتمدة وبشكل اصولي في مجال المواصفات والاختبارات . يشمل هذا التنسيق :

1-5-2 عمليات ترويج لبث مفاهيم الجودة وأهميتها بالتعاون بين المنظمات الحكومية ذات العلاقة وأجهزة التقييس والمواصفات الوطنية وجمعيات حماية المستهلك ان وجدت .

2-5-2 توجيه برامج التدريب والتعليم نحو الجودة وايضاح أسلوب التعامل مع الأسواق الدولية ، وخاصة للمشاريع الصغيرة التي تمثل العمود الفقري للصناعة والتجارة لتطوير امكانياتها واستخدام التقنيات الحديثة ورفع جودة منتجاتها .

3-5-2 تشجيع والزام الشركات (بمختلف انشطتها) لتطبيق أنظمة الجودة المعتمدة دولياً خدمة وارضاءاً للمستهلكين، فعملية الانتاج تبدأ من التصميم وتنتهي بعد تسويق المنتج بخدمات ما بعد البيع والتي أصبحت التزاماً بعد فرض المستهلك ذلك على المنتجين وضماناً لاستمرارها .

4-5-2 ايجاد المواصفات الخاصة بالجودة وطرق اختبارها بالنسبة للمنتج ضمن إطار نظم ادارة الجودة الشاملة مع تطويرها باستمرار لضمان العلاقة الجيدة بين المستهلكين والمجهزين .

5-5-2 وعند ذلك يبدأ تنفيذ استراتيجيه الجودة الوطنية ، كما بدأت بالتنسيق والتعاون طوعاً ، فانه يسري لتنفيذ هذه الاستراتيجية ثم يجري تقويم نتائجها باستمرار ولعل من المواصفات العالمية المشهورة للجودة الشاملة هي المواصفة الألمانية والبريطانية والأمريكية .

DIN, BS, ASTM

المبحث الثالث : الجانب الميداني للبحث

تم اخضاع نتائج الاستبانات الى المعادلات الاحصائية التالية (نجم الدين ، 2002 ، 100) معامل الإقتران وبالمعادلة التالية:

(Association Coefficient)

$$A.C. = \frac{AD-CB}{AD+CB}$$

وكذلك معامل التوافق وبالمعادلة التالية:

(Contingency Coefficient)

$$C.C. = \sqrt{\frac{B-1}{B}}$$

لتوضيح قوة الارتباط بين ظاهرتين (معامل الإقتران) وكذلك في حالة كون الظاهرتين لها اكثر من صفتين حيث تم استخدام معامل التوافق لقياس قوة الارتباط والعلاقة بين الظاهرتين.

3-1- العلاقة بين سؤال 6: هل تتبع الشركة نظام الجودة العالمي (الآيزو)؟ نعم كلا
و سؤال 12: هل يوجد نظام فحص عند عبور السلعة المستوردة عبر الموانئ والحدود بتطبيق المواصفات العالمية او العراقية للجودة؟ نعم كلا

معامل الإقتران = 0.09375

إن معامل الارتباط البسيط كان ضعيفاً جداً (أقل من 0.1) وهذا يدل على أن العلاقة بين المتغيرين قيما البحث ضعيفة جداً، حيث لا يهتم المستورد بتوفير سلعة جيدة (موضوع البحث) خاضعة لنظام الجودة العالمي أو للمواصفات القياسية العراقية بغض النظر عن وجود نظام فحص ورقابة للسلع المستوردة عبر منافذ الحدود من عدمه.

3-2- العلاقة بين سؤال 7: ما هو دور المستهلك في تحديد الطلب على السلعة؟

علامة تجارية من منشأ أصلي لا يهمله العلامة التجارية

و سؤال 10: ما هي أسبقية رغبة المتجر في إختيار السلعة؟

نوع السلعة وجودتها رغبة المستهلك في علامة تجارية معينة

هامش الربح

معامل التوافق = 0.162

وهي علاقة ضعيفة بين دور المستهلك ورغبته في علامة تجارية معينة ومن منشأ أصلي او عدم إهتمامه بالعلامة التجارية، وبين أسبقية رغبة المتجر في إختيار السلعة من ناحية (نوع السلعة وجودتها، تنفيذ رغبات المستهلك في علامة تجارية، وأهمية هامش الربح للمتجر). تشير العلاقة الى ان المجهزين (المتاجر) لا يلتزمون بتوفير السلع المطلوبة من قبل المستهلكين وفق المنظورين أعلاه بشكل جدي.

3-3- العلاقة بين سؤال 10: ما هي أسبقية رغبة المتجر في إختيار السلعة؟ رخص ثمن السلعة

و سؤال 16: هل تعتقد ان سعر السلعة يقيد حصولكم على سلعة جيدة ضمن المواصفات العالمية؟

نعم كلا بدون تأثير

معامل التوافق = -0.366

و هي علاقة عكسية ضعيفة، اي الارتباط عكسي ضعيف ويؤثر سلباً إنخفاض ثمن السلعة المعروضة على إختيار السلعة من قبل البائع ذات جودة ولو كانت مرتفعة الثمن. هذه العلاقة إقتصادية صحيحة ولكنها ضعيفة، حيث كلما إنخفض سعر السلع من المنشأ كلما زاد الطلب من قبل المجهز على شرائها لغرض عرضها وتسويقها الى الزبائن. لذا كان تأثير جودة السلعة ضعيفاً مقارنة بالسعر الذي كان منخفضاً لتسويقه الى المستهلكين.

3-4- العلاقة بين سؤال 14: هل ترغب بصدور تشريعات ملزمة باستيراد سلع تخضع لمعيار الجودة العالمي؟

نعم كلا الأسباب

و سؤال 15: ما هو تأثير التشريعات على ربحية المتجر؟

ارتفاع الربحية بقائها بدون تأثير إنخفاضها الأسباب

معامل التوافق = 0.2485

و هو ارتباط ضعيف؛ حيث ان صدور تشريعات ملزمة باستيراد السلع الخاضعة لنظام الجودة العالمي سيكون تأثيره ضعيفاً على ربحية المتجر، وكما كانت عند إجراء البحث ودخول السلع المختلفة ومن منشأ (علامات تجارية وأحجام ومصانع لا تتبع أغلبها نظام الجودة العالمي) حيث توقع الراضون لصدور التشريعات الملزمة للجودة (عدد 5 من أصل العينة بإنخفاض ارباحهم (عدد 4) وبقائها دون تأثير (عدد 1). لذا سيتغير هامش الربح بشكل ملموس عند تحديد سعر بيع السلع الى المستهلك.

3-5- العلاقة بين سؤال 8: ما هو دور الإعلان في تحديد الطلب على السلعة؟ كبير متوسط بدون تأثير

و سؤال 13: هل تعتقد ان عدم اعتماد نظام الجودة يؤثر تأثيراً مباشراً على عدم دخول السلع الجيدة؟

اعتقد لا اعتقد بدون تأثير

معامل التوافق = 0.0631

وهو ارتباط ضعيف جداً حيث ان تأثير الإعلان للترويج على السلعة كان ضعيفاً جداً، مع عدم دخول السلع الجيدة الى السوق بسبب عدم اعتماد نظام الجودة وإلزام المستوردين به عند إستيراد السلعتين عينة البحث.

3-6- العلاقة بين سؤال 13: هل تعتقد ان عدم اعتماد نظام الجودة يؤثر تأثيراً مباشراً على عدم دخول السلع الجيدة؟

اعتقد لا اعتقد بدون تأثير

و سؤال 15: ما هو تأثير التشريعات على ربحية المتجر؟

ارتفاع الربحية بقائها بدون تأثير إنخفاضها الأسباب

معامل التوافق = 0.189

وهو ارتباط ضعيف ، اي ان العلاقة بين عدم اعتماد نظام الجودة، والتي تؤثر على عدم دخول السلع الجيدة الى السوق وبين تأثير التشريعات على ربحية المتجر كانت ضعيفة .

3-7- العلاقة بين سؤال 12: هل يوجد نظام فحص عند عبور السلع المستوردة عبر الموانئ والحدود بتطبيق المواصفات العالمية او العراقية للجودة؟ نعم كلا
 و سؤال 13: هل تعتقد ان عدم اعتماد نظام الجودة يؤثر تأثيراً مباشراً على عدم دخول السلع الجيدة؟
 اعتقد لا اعتقد بدون تأثير

معامل التوافق = 0.2375

وهو ارتباط ضعيف؛ حيث ان العلاقة بين وجود نظام فحص السلع حسب معايير نظام الجودة العالمي عبر الحدود والموانئ الذي أجاب فيه أكثر افراد العينة (بعدم وجوده) وتأثير عدم اعتماد نظام للجودة قد يؤدي الى عدم دخول السلع الجيدة الى السوق كان ضعيفاً.

المبحث الرابع : الإستنتاجات والتوصيات

1.4 الإستنتاجات

1-1-4 كان هنالك تفاوتاً للسلع المعروضة (لعينة البحث) فالأغلب منها كانت انتاجاً لشركات لاتتبع نظام الجودة العالمي بسبب فتح الحدود لعبور سلع رديئة ومستعملة لاتخضع لنظام الجودة العالمي .

2-1-4 ضعف اهتمام الدولة بنظام الجودة وعدم الزامها للمجهزين بتنفيذ معايير الجودة العالمية المعتمدة على السلع عند استيرادها ، وهذا جلي في عرض السلع ذات الجودة المتدنية في السوق العراقية .

3-1-4 ارتفاع ثقافة المستهلك في السنتين الاخيرتين ورغبته في الحصول على سلع خاضعة لنظام الجودة العالمي والعزوف تدريجياً عن شراء السلع الرديئة والتوجه نحو السلع عالية الجودة وذات العلامات التجارية المشهورة بوجودتها رغم ارتفاع أثمانها .

4-1-4 شدة المنافسة بين المجهزين ، مما حداهم الى استخدام وسائل الاعلان وخاصة لوحات التعريف الكبيرة على الابنية للترويج عن السلع .

5-1-4 التحول التدريجي من قبل المجهزين وبشكل واضح نحو استيراد السلع ذات العلامات التجارية المعروفة بوجودتها في السنتين الاخيرتين لتنفيذ رغبات المستهلكين من جهة ، وضمان تسويقها وعدم حصول مشاكل ارجاعها او تحمل مصاريف صيانتها خلال فترة ضمانها من جهة اخرى ، وهي رغبة 75 متجراً من اصل العينة باصدار تشريعات ملزمة لتطبيق معايير الجودة العالمية .

6-1-4 ان السلع المعروضة (عينة البحث) والتي لا تتمتع بمواصفات الجودة العالمية كانت من مناشئ في شرق اسيا تتميز في رخصها وبعلامات تجارية مشوشة توحى الى المستهلك انها علامات مميزة ومعروفة لسلع اعتاد المستهلك على شرائها في فترات سابقة .

7-1-4 ان توفير اجهزة القياس والفحص الحديث وخاصة للملفات ونظم السيطرة الكهربائية (عينة البحث) وكذلك المعادن واللدائن المستخدمة في انتاجها من قبل الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية يساهم في استبعاد الاجهزة غير الخاضعة لنظم الجودة من السوق العراقية .

8-1-4 لم يجد الباحث أي شهادة جودة معتمدة من الدولة المصدرة مع مستندات تصدير هذه الاجهزة لعينة البحث الا بعدد قد لايتجاوز اصابع اليد الواحدة وللأجهزة ذات العلامات التجارية المشهورة حصراً .

9-1-4 أظهرت النتيجة الاحصائية (3-6) ان تأثير التشريعات الملزمة باستيراد سلع تخضع لنظام الجودة العالمي ستكون بتأثير محدود على ربحية المتجر (المجهز) وبانحراف بسيط (ارتفاع الربحية او بقائها دون تأثير او انخفاضها) لان معامل التوافق كان 0189، وهو ارتباط ضعيف .

□ 2.4 التوصيات

- 1-2-4- ضرورة الإهتمام باصدار تشريعات ملزمة بعدم إستيراد السلع التي لا تخضع الى معايير الجودة العالمية، على ان يكون مع مستندات الشحن والتجهيز شهادة جودة معتمدة حسب المعايير الدولية وبتأييد من اتحاد الغرف التجارية للدولة المصدرة ووزارة خارجيتها.
- 1-2-4 الإهتمام بالمنافذ الحدودية (وبضمنها المطارات والموانئ) وتشديد الرقابة على السلع المستوردة من ناحية الجودة ومطابقتها للمواصفات العالمية او المحلية المعتمدة.
- 3-2-4 تشديد العقوبات الرادعة على المخالفين الذين لا يلتزمون عند الإستيراد او عرض السلع لمعايير الجودة العالمية.
- 4-2-4 إقامة ورش وندوات عمل فعالة وتنشيط ثقافة الإستهلاك للسلع ذات الجودة العالمية وتوجيه أفراد المجتمع نحو شراء السلع ذات مزايا الجودة العالمية من خلال الإعلان.
- 5-2-4 تنشيط دور الإتحاد العام للغرف التجارية (وغرف تجارة المحافظات) بأخذ دورها في تثقيف التجار بإستيراد السلع ذات الجودة العالية ومنع إستيراد السلع الرديئة ودخولها الى الأسواق، وأخذ الموافقات الرسمية المطلوبة من جهاز التقييس والسيطرة النوعية (وزارة التخطيط) وتفعيل المواصفات العراقية بهذا الخصوص.
- 6-2-4 إعادة تنشيط الصناعة الوطنية ودعمها والتي كانت تغذي السوق العراقية بسلع كثيرة (الحكومية منها والقطاع المختلط والخاص) ومنها الثلجات وأجهزة التبريد وإصدار تشريعات الحماية والقروض (لمختلف القطاعات والصناعات) وإعادة الحياة اليها بعدما تلاشت بعد سنة 2003.

المصادر:

القران الكريم

الطباطبائي ، العلامة محمد حسين ، الميزان في تفسير القران الجزء 15 و16. الطبعة السابعة - دار الكتب الاسلامية طهران 1385 هـ.ش .

- 1- ابو صالح، د. محمد صبحي. الموجز في الطرق الإحصائية. دار البيازوري العلمية، عمان، الطبعة الأولى. 2002
- 2- احمد، د.ميسر ابراهيم ، نظم ادارة الجودة. دار ابن الاثير للطباعة والنشر / جامعة الموصل 2008
- 3- الخطيب، د. سمير كامل. إدارة الجودة الشاملة والآيزو - مدخل معاصر، مكتبة مصر ودار المرتضى، بغداد. 2008
- 4- جودة، محفوز احمد. إدارة الجودة الشاملة - مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة الثالثة. 2008
- 5- هود، أ.د. خضير كاظم. إدارة الجودة الشاملة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى. 2000
- 6- كوتلر، فيليب وجاري آرمسترونج. تعريب د. سرور علي ابراهيم. أساسيات التسويق، دار المريخ، الرياض، 2009
- 7- نجم الدين، عدنان كريم. الإحصاء للإقتصاد والإدارة، الطبعة الأولى، عمان، 2000
- 8- نجم الدين، عدنان كريم. 250 سؤال وجواب في الإحصاء. دار وائل، عمان.

- 1- Dale H.Besterfield, Quality Control .7th ed. pearson prentice Hall,2004 .
- 2-Danna C.S. Summers , Quality , 4th ed. Person pearson prentice Hall 2006 .
- 3-David L.Goetsch & Stanley B.Davis , Quality Management for production , processing,and Services .5th ed . pearson int .ed.2006.
- 4- Hans Kasper, Piet Van Heisdngen, Service Marketing Management, A Strategic Perspective. Mark Gabbot, 2nd ed. Johnwileg & Sons 2006.
- 5- R. S. Naragarazam & A. A. Arivalagav. Total Quality Management. New Age International (P) limited, publishers 2007.
- 6- William D.perreault , Jr & E.Jerome .McCarthy. Essentials of Marketting , A Global-Managerial Approach,2006

.....

