

تأثير مبادئ إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية The impact of TQM principles on the competitiveness of Algerian SMEs

أ. حسن بوزناق، جامعة باتنة -1-، الجزائر.¹

د. محمد حامدي، جامعة باتنة -1-، الجزائر

تاريخ الارسال: 2018/09/09، تاريخ القبول: 2018/11/12، تاريخ النشر: 2018/12/31

الملخص:

يهدف البحث إلى توعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بدور إدارة الجودة الشاملة كأسلوب حديث لتحسين تنافسيتها وأتبع في البحث المنهج الوصفي الذي يلائم طبيعة موضوع الدراسة وعن طريق إتباع الطريقة الكمية (الانحدار المتعدد) تم إختيار 38 مؤسسة صغيرة ومتوسطة جزائرية توصلت الدراسة إلى أن مبادئ إدارة الجودة الشاملة تؤثر إيجابيا على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بنسبة تفوق عن 56%.

هذه الدراسة تتطرق لتحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية التي ليست لها قدرة على التصدير ودخول أسواق عالمية جديدة.

الكلمات المفتاحية: مبادئ إدارة الجودة الشاملة، تنافسية المؤسسة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

Abstract:

The study aims to sensitize the Algerian SMEs to the role of TQM as a modern method to improve their competitiveness. The research followed the descriptive approach that fits the nature of the study subject and by following the quantitative method (Multiple regression). 38 SMEs were selected. The overall impact positively on the competitiveness of Algerian SMEs by more than 56%.

This study is unique and pioneering in Algeria. It deals with improving the competitiveness of Algerian SMEs, which do not have the capacity to export and enter new global markets, and most of these institutions do not have the ability to maintain their local markets from the invasion of large institutions, whether local or international.

keywords: principles of total quality management, competitiveness of the enterprise, SMEs of Algeria.

¹ . بوزناق حسن، إيميل: hassen_bouzenag@yahoo.fr

مقدمة:

تعد إدارة الجودة الشاملة من أهم الخيارات الإستراتيجية التي يمكن للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة الإستفادة من خدماتها، بل وإنتهاج مبادئها للحفاظ على الموقع التنافسي لها. وبما أن إدارة الجودة الشاملة، تهتم بجودة المنتجات والعمليات والتحسين فيهما، فإنهما تساهم بقسط كبير في تحسين تنافسية المؤسسة، ولهذا سنقوم بدراسة أثر إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسات.

تعرف إدارة الجودة الشاملة على أنها تحول لمفهوم الجودة من التركيز على تحقيق مطابقة الموصفات إلى الاهتمام بالتركيز على رضا العميل والمشاركة الفعالة لجميع العاملين مع الإدارة للوصول إلى التحسين المستمر لجودة المنتجات¹، وعرفت أيضا على أنها نظام يتضمن مجموعة الفلسفات الفكرية المتكاملة بالإضافة إلى الرقابة الإحصائية وتبسيط العمليات الإدارية المستخدمة لتحقيق أهداف المؤسسة ورفع مستوى رضا العميل والعامل على حد سواء²، وتعرف أيضا على أنها التغيير في نظام التفكير لكل من المدراء والعاملين، وتحتاج إلى مشاركة واسعة النطاق على مستوى المؤسسة لتحقيق الجودة، وتدريب جميع العمال وإشراكهم ومنحهم السلطة لإتخاذ القرارات التشغيلية³.

كما تعرف إدارة الجودة الشاملة على أنها إستراتيجية تشمل كل مؤسسة بما فيها نشاطات الأفراد ومحيط هذه المؤسسة من أجل تحديد وإشباع أهداف الجودة المستتبهة من متطلبات العميل⁴، وتعرف أيضا بأنها إدارة المؤسسة ككل بحيث تكون ممتازة في كل أوجه المنتجات والخدمات ذات الأهمية للعميل⁵، كما تعرف إدارة الجودة الشاملة على أنها طريقة متبناة في المؤسسة لتحسين أداء المنتجات والخدمات والإجراءات⁶، وعرفت إدارة الجودة الشاملة على أنها إستراتيجية إدارية تركز على مجموعة من القيم، وتوفر الوقت والجهد وتحقق رضا العميل وتعتمد على توظيف الكفاءات والقدرات الفكرية للعاملين في مختلف مراحل من التنظيم وتخطيط وتصنيع ومتابعة⁷، وهي أيضا فلسفة إدارية حديثة تركز على العديد من المفاهيم الإدارية وعلى المزج بين الوسائل والأساليب الإدارية بطريقة

إبتكارية، وبين المهارات الفنية من أجل الرفع من مستوى الأداء للمؤسسة لكي يستطيع تحقيق رضى عملائها⁸؛ وإدارة الجودة الشاملة أيضا تعني فلسفة إدارية للمؤسسة، تعمل على تحقيق دائم لرضا العميل من خلال دمج الأدوات التسييرية والتقنيات الحديثة وتدريب العاملين لإحداث التحسين المستمر في العمليات داخل المؤسسة مما سيؤدي إلى تحقيق منتجات وخدمات عالية الجودة⁹، وعرف "Feigenbaum" إدارة الجودة الشاملة على أنها عملية التنسيق بين الأنشطة المختلفة لكل من العمال والإدارة والأدوات اللازمة لتحقيق أهداف المؤسسة¹⁰، كما عرف "Edward Deming" إدارة الجودة على أنها إشتراك وإلتزام الإدارة العليا والعمال في ترشيد العمل من أجل تحقيق ما يتوقعه العميل أو ما يفوق توقعاته¹¹، ويعبر تعريف "Ishikawa Kaoro" عن النظرة اليابانية للجودة الشاملة فهو يرى أنها نظام يشمل كل نشاطات المؤسسة وحتى شبكة الموزعين والموردين كل المتعاملين يعملون معا من أجل تحسين الجودة على كل المستويات وهي: ¹²

– إعداد وتصميم المنتج، مسارات إنتاجه، طرق التموين والمواصفات المحددة لذلك؛

– جودة علاقات العمل داخل المؤسسة، ومدى تقبلها من طرف العمال .

وعرف "Philip Crosby" إدارة الجودة الشاملة بأنها الطريقة المنهجية للمؤسسة من أجل ضمان سير النشاطات المخطط لها، كما أنها الأسلوب الأفضل الذي يساعد على حل المشكلات وذلك من خلال الاستخدام الأمثل لأساليب التحكم التي تحول دون حدوثها وتجعل منعها أمرا ممكنا. ¹³

من خلال التعاريف السابقة يمكن التوصل إلى أن إدارة الجودة الشاملة هي فلسفة حديثة يشترك فيها جميع أفراد المؤسسة من عمال وإدارة عليا وحتى من خارج المؤسسة (الوردين) لتحقيق رضى العميل عن طريق التحسين المستمر لجودة المنتجات.

أما فيما يخص مصطلح **التنافسية** فقد اختلف معظم الاقتصاديين على تحديد مفهوم محدد ودقيق وشامل له، فينطلق بعضهم من مفهوم ضيق ويختصرها في تنافسية السعر، ويستعمل البعض الآخر مفهوم واسع يشمل مؤشرات أخرى كالحصة السوقية، الربحية، رضى العميل... إلخ، وهذا ما أنتج التعداد الكبير للتعريف ومقاصدها وفيما يلي نتطرق لأهم هذه التعاريف:

تعرف تنافسية المؤسسة على أنها قدرتها على إنتاج السلع والخدمات بالجودة المطلوبة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، بهدف تلبية حاجات العملاء بشكل أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى¹⁴، وتعرف تنافسية المؤسسة أيضا على أنها المؤسسة القادرة على منافسة بقية المؤسسات في نفس السوق بالنسبة لنفس المنتجات والخدمات، وقادرة أيضا على تحقيق كفاءات تفوق كفاءات المنافسين¹⁵، وتمتع المؤسسة التنافسية بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو تفادي التهديدات الداخلية من خلال الاستغلال الأمثل لمختلف الموارد، واستخدامها الطرق التكنولوجية الحديثة لتخفيض تكاليف إنتاجها¹⁶، وتنافسية المؤسسة أيضا هي قدرت المؤسسة على تحقيق رغبات عملائها، وذلك بتوفير منتجات ذات جودة عالية تستطيع من خلالها النفاذ والسيطرة على الأسواق¹⁷، وعرفت التنافسية على أنها تعني استخدام المؤسسة لعنصري الكفاءة والفاعلية في عملية تزويد العميل بمنتجات وخدمات تحقق رضاه أكثر من المنافسين الآخرين¹⁸، وتعتبر التنافسية حالة تميز المؤسسة عن بقية منافسيها، من خلال قدرتها على استغلال مواردها المادية والبشرية بأكثر كفاءة¹⁹، والتنافسية هي قدرة المؤسسة على أداء أنشطتها بكلفة أقل وفعالية أكبر من منافسيها²⁰، وتتمثل في امتلاك المؤسسة مجموعة من الموارد وكفاءات والخصائص النادرة التي تؤهلها للتفوق على المنافسين بشكل مستمر²¹، كما تعرف التنافسية على أنها قدرة المؤسسة على الصمود في سوق المنافسة وتحقيق أهدافها من

ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتجديد²²، وهي أيضا استخدام المؤسسة للابتكار والتجديد كسلاح للتنافس لتحقيق أهدافها²³، والقدرة على مواجهة باقي المنافسين في الأسواق، ويترتب على التنافسية الوصول إلى مركز قيادي في السوق، وتستطيع المؤسسة تحسين مركزها التنافسي بآليات عديدة²⁴، ومن تعاريف التنافسية المؤسسة: القدرة على المنافسة هي التنافسية²⁵، والقدرة على بيع ما تنتجه المؤسسة²⁶.

وخلاصة تعاريف التنافسية، يمكن تعريف تنافسية المؤسسة بأنها كسب رضى العملاء مما يؤدي للرفع التدريجي لحصتها السوقية مقارنة مع المنافسين، وتحقيق أهدافها من معدل الربحية والنمو.

أ - إشكالية وفرضيات الدراسة:

وقصد تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أعتمد الباحثان طريق تحسين جودة المنتجات، والذي يلزم المؤسسة بالبحث في طرق تسييرية تساعد على بلوغ هذا الهدف عن طريق إتباع فلسفة إدارة الجودة الشاملة، واستنادا إلى هذه التوطئة يمكننا طرح إشكالية الموضوع من خلال السؤال التالي:

ما هو تأثير مبادئ إدارة الجودة الشاملة على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؟

ومن أجل الإجابة على إشكالية الدراسة يتم وضع الفرضية الرئيسية التالية:

تؤثر مبادئ إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

ب - أهمية الدراسة:

وتعتبر هذه الدراسة ذات أهمية بالغة لأنها تسعى لتحليل الواقع الفعلي لتأثير إدارة الجودة الشاملة على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية بهدف تحسين قدرتها على مواجهة المنافسة العالمية بعد انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة عقد إتفاقية الإتحاد الأوروبي.

ج- منهجية الدراسة:

وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة وكذا اختبار صحة فرضياتها يتم إتباع المنهج الوصفي، من أجل توضيح أثر مبادئ إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

د- حدود الدراسة:

ولهذه الدراسة بطبيعة الحال حدود زمانية ومكانية حيث تتم الدراسة في الجزائر خلال شهري ماي وجوان 2015، عن طريق إرسال استبيان إلكتروني لمسيري المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

هـ- نموذج الدراسة:

وقد حاول الباحثان وضع نموذج للدراسة لتجسيد الظاهرة المبحوثة وتبسيطها وتمثيلها والتعريف بمتغيراتها ومكوناتها وتحديد العلاقات الافتراضية بين المكونات، ويعرض الشكل الموالي نموذج لدراسة ومتغيراتها المستقلة التابعة والعلاقة الافتراضية فيما بينها.

الشكل رقم 1: نموذج الدراسة

المصدر: من إعداد الباحثين

و - إجراءات الدراسة:

نظرا لشح المعلومات حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من جهة وكبر حجم مجتمع الدراسة (عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية سنة 2013 يساوي 441 964).²⁷ من جهة أخرى، وانطلاقا مما سبق يمكن للباحثان إحصائيا اختيار عينة عشوائية تقدر بـ 384 حسب جدول Krejcie and Morgan²⁸، وقد قام الباحثان بإختيار بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية والتي صنفت ضمن قاعدة بيانات وزارة الصناعة والمناجم الجزائرية وأرسل الاستبيان لأكثر من 500 مؤسسة عبر البريد الإلكتروني بحيث تجيب كل مؤسسة مرة واحدة فقط، ولكن للأسف لم تجب إلا 38 مؤسسة فقط منها ثمانية مؤسسات لم تمنح اسمها.

ي - نتائج اختبار الفرضية الرئيسية والفرضيات الجزئية:

اختبار الفرضية الرئيسية: من أجل اختبار الفرضية الرئيسية نحتاج إلى وضع فرضيتين هما: فرضية العدم والفرضية البديلة، على اعتبار أن فرضية العدم خاضعة للاختبار أي أنها قد تكون غير صحيحة، مما يتطلب وضع الفرضية البديلة.

• H_0 : لا تؤثر مبادئ إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؛

• H_1 : تؤثر مبادئ إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

للتعرف على مدى وجود علاقة تأثيرية لمبادئ إدارة الجودة الشاملة على تنافسية المؤسسة، ومن أجل اختبار قدرة النموذج على التفسير تم استخدام كل من معامل الارتباط (R) ، معامل التحديد (R^2) ومعامل التحديد المعدل (R^{-2}) ، الذي يقدم تفسير أدق وأقرب للصحة نظرا لوجود أكثر من متغير مستقل، وهذا ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول رقم 1: ملخص نموذج الانحدار

معامل الارتباط (R)	مربع معامل التحديد (R^2)
0.751	0.565

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- إن معامل الارتباط (R) يساوي (0.75) وهذا يعني وجود علاقة طردية قوية بين مبادئ إدارة الجودة الشاملة وتنافسية المؤسسات محل الدراسة.
- إن معامل التحديد المعدل (R^2) يساوي (0.565) وهذا يعني أن مبادئ إدارة الجودة الشاملة يفسر ما مقداره (56.5 %) من التغير الحاصل في تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية محل الدراسة أما النسبة المتبقية فتعود إلى عوامل أخرى غير المدروسة.

الجدول 2: تحليل تباين الإندار ANOVA

مستوى	مجموع مربع	درجات	متوسط	قيمة (F)	مستوى
الإندار	4.181	7	0.597	5.556	0.000
المجموع	7.405	37	/	/	/

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج برنامج SPSS

يتضح من الجدول السابق أن قيمة إختبار (F) تساوي 5.556 ومستوى المعنوية المحسوب المقابل لها (0.000) وهي معنوية عند المستوى 5%، مما يعني أن تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة يؤثر على تنافسية المؤسسة. وبناء على نتائج التحليل الإحصائي السابقة يتم قبول الفرضية البديلة (H_1).

اختبار الفرضيات الجزئية: من أجل إختبار الفرضيات الجزئية فقد تم اعتماد الإنحدار المتعدد وإختبار (T)، لإختبار معنوية كل معلمة من معاملات النموذج على حدى، وذلك عند مستوى معنوية $\alpha=5\%$ ، والجدول أدناه يوضح ذلك كالاتي:

الجدول رقم 3: إختبار معنوية معاملات الانحدار وفقا لإحصائية (T)

المتغيرات	معامل لانحدار (B)	إختبار (t)	مستوى المعنوية
الثابت	1.373	2.270	0.031
مبدأ الإدارة العليا (القيادة)	0.336	2.040	0.05
مبدأ التوجه نحو العميل	0.318	2.265	0.038
مبدأ التحسين المستمر	0.142	0.895	0.378
مبدأ تمكين العاملين	-0.315	-1.687	0.102
مبدأ إدارة العمليات	-0.109	-0.479	0.636
مبدأ العلاقة مع الموردين	-0.206	-1.178	0.248
مبدأ التغذية العكسية	0.591	2.251	0.013

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج برنامج spss

من أجل تفسير نتائج الجدول أعلاه، لابد من تفصيل دقيق للفرضيات الجزئية الواجب اختبارها والتي سيتم عرضها فيما يلي:

الفرضية الجزئية الأولى: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لتطبيق مبدأ الإدارة العليا على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الإنحدار (B) يساوي 0.336 وأن قيمة مستوى المعنوية المقابلة لها 0.05، وهي معنوية عند مستوى (5%)، وهذا يدل على وجود علاقة

تأثير طردية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبدأ الإدارة العليا وتحسين تنافسية المؤسسة. وبالتالي نرفض فرضية العدم (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1).

الفرضية الجزئية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لتطبيق مبدأ التوجه نحو العميل على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الإنحدار (B) يساوي 0.318 وأن قيمة مستوى المعنوية المقابلة لها 0.038، وهي معنوية عند مستوى 5(%)، وهذا يدل على وجود علاقة تأثير طردية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبدأ التوجه نحو العميل وتحسين تنافسية المؤسسة. وبالتالي نرفض فرضية العدم (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1).

الفرضية الجزئية الثالثة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لتطبيق مبدأ التحسين المستمر على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الإنحدار (B) يساوي 0.142 وذلك يعني وجود علاقة تأثير بين تطبيق مبدأ التحسين المستمر وتحسين تنافسية المؤسسة وهي علاقة طردية. وأن قيمة مستوى المعنوية المقابلة لها 0.375، وهي ليست معنوية عند مستوى 5(%)، ومنه لا يمكننا التأكيد على وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبدأ التحسين المستمر وتحسين تنافسية المؤسسة. وبالتالي نقبل فرضية العدم (H_0).

الفرضية الجزئية الرابعة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لتطبيق مبدأ تمكين العاملين على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الإنحدار (B) يساوي -0.315 وذلك يعني وجود علاقة تأثير عكسية بين تطبيق مبدأ تمكين العاملين وتحسين تنافسية المؤسسة، وأن قيمة مستوى المعنوية المقابلة لها 0.102، وهي ليست معنوية عند مستوى 5(%)، ومنه لا

يمكننا التأكيد على وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبدأ تمكين العاملين وتحسين تنافسية المؤسسة. وبالتالي نقبل فرضية العدم (H_0).

الفرضية الجزئية الخامسة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لتطبيق مبدأ إدارة العمليات على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الانحدار (B) يساوي -0.109 وذلك يعني وجود علاقة تأثير عكسية بين تطبيق مبدأ إدارة العمليات وتحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وأن قيمة مستوى المعنوية المقابلة لها 0.636، وهي ليست معنوية عند مستوى (5%)، ومنه لا يمكننا التأكيد على وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبدأ إدارة العمليات وتحسين تنافسية المؤسسة. وبالتالي نقبل فرضية العدم (H_0).

الفرضية الجزئية السادسة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لتطبيق مبدأ العلاقة مع الموردين على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الانحدار (B) يساوي -0.206 وذلك يعني وجود علاقة تأثير عكسية بين تطبيق مبدأ العلاقة مع الموردين وتحسين تنافسية المؤسسة، وأن قيمة مستوى المعنوية المقابلة لها 0.248، وهي ليست معنوية عند مستوى (5%)، ومنه لا يمكننا التأكيد على وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبدأ العلاقة مع الموردين وتحسين تنافسية المؤسسة. وبالتالي نقبل فرضية العدم (H_0).

الفرضية الجزئية السابعة: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لتطبيق مبدأ التغذية العكسية على تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الانحدار (B) يساوي 0.591 وأن قيمة مستوى المعنوية المقابلة لها 0.013، وهي معنوية عند مستوى (5%)، وهذا يدل على وجود

علاقة تأثير طردية وقوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبدأ التغذية العكسية وتحسين تنافسية المؤسسة. وبالتالي نرفض فرضية العدم (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1).

الخاتمة:

لقد حاول الباحثين في هذه الدراسة توضيح التأثير الإيجابي والفعال لفلسفة إدارة الجودة الشاملة من خلال تطبيق أهم مبادئها (الإدارة العليا-القيادة، التوجه نحو العميل، تمكين العاملين، التحسين المستمر، إدارة العمليات، العلاقة مع الموردين، التغذية العكسية) على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ممثلة في المؤشرات (التكلفة، الإنتاجية، الربحية، الجودة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال).

من خلال هذه الدراسة الميدانية توصلنا إلى النتائج التالية:

-توصلت الدراسة أن إدارة الجودة الشاملة علاقة تأثير قوية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال قدرتها على مؤشرات تخفيض التكاليف، تحسين الجودة والإنتاجية، زيادة الربحية، مساعدة المؤسسة على إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛

-توصلت الدراسة أن لمبدأ الإدارة العليا (القيادة العليا) علاقة تأثير قوية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال قدرته على رسم خطة واضحة للجودة داخل المؤسسة ووضع نظام تحفيزي يضمن تشجيع العمال على تبني الجودة؛

-توصلت الدراسة أن لمبدأ التوجه نحو العميل علاقة تأثير قوية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال قدرته على تلبية حاجات العملاء الضمنية والصريحة ومحاولة الوصول إلى رضاهم؛

-توصلت الدراسة أن لمبدأ التغذية العكسية علاقة تأثير قوية على تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من خلال قدرته على إنشاء نظام معلومات يضمن الانتقال السريعة للمعلومة بين أطراف المؤسسة وأيضاً البحث على الأخطاء والعمل على تصحيحها ومعالجتها بهدف عدم تكرارها؛

بناء على النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم الإقتراحات التالية للمؤسسات محل

الدراسة:

- ضرورة تركيز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية العاملة على تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة بطريقة تدريجية ومستمرة واللجوء لأخصائيين في تسيير الجودة إن إقتضى الأمر وإنشاء قسم داخل المؤسسة لمتابعة عملية التطبيق من أجل الرفع من الأداء التنافسي؛

- ضرورة تبني حلقات الجودة وخصوصا في المؤسسات المصغرة التي ليس لها الإمكانيات لتطبيق نظام الإيزو 9001-2008؛

- وضع سلطة إستشارية رقابية بين وزارات الصناعة، التجارة، وممثلين عن أرباب العمل، وممثلين عن العمال، وأيضاً مراكز البحث الجامعية المتخصصة لترقية مستوى الجودة داخل المؤسسات عن طريق تسهيل تبني نظام الإيزو 9001-2008 كمرحلة مبدئية ثم تطبيق فلسفة إدارة الجودة الشاملة كمرحلة نهائية؛

- إرسال بعثات جزائرية متكونة من باحثين جامعيين متخصصين وأيضاً أرباب عمل وأصحاب نقابات العمال إلى دول رائدة في مجال الجودة مثل اليابان وإنشاء خلايا تعاون مشتركة بهدف الإستفادة من تجارب هذه الدول وترقية الجودة في الجزائر؛

- إنشاء دورات تدريب دورية لمختلف المهندسين وتقنيين على إستخدام الأساليب والأدوات العملية لغرض تحسين الجودة داخل المؤسسات الجزائرية، وترسيخ ثقافة الجودة مسؤولية الجميع؛

- ضرورة إنشاء برامج إعلامية لتحسيس المجتمع بقضايا الجودة من خلال توعية أصحاب المؤسسة بفوائد ومزايا تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة وأيضاً بتوعية العميل بأضرار إستهلاكه للمنتجات الأجنبية التي لا تتصف بالجودة؛

- ضرورة القيام بالدراسات حول مدى إستعداد المؤسسات الجزائرية بصفة عامة وقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصفة خاصة لأثار إتفاقيات الشراكة مع الاتحاد الأوربي وكذا مفاوضات الإنضمام للمنظمة العالمية للتجارة.

الهوامش والإحالات:

- ¹ سمير أحمد، الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية، دار المسيرة، الأردن، 2009، ص 64.
- ² خضير كاظم حمود، روان منير الشيخ، إدارة الجودة في المنظمات المتميزة، دار صفا للنشر و التوزيع، الاردن، 2009، ص 71.
- ³ أيمن عسكر حاوي، علاء الدين حسين حسن، مستلزمات ادارة الجودة الشاملة وعلاقتها بتحسين العمليات المصرفية دراسة تطبيقية في مصرف الرافدين - بصره بفروعه الثلاثة، مجلة التقني، العدد 22، العراق، 2009، ص 5.
- ⁴ Gerd fKamisk, J. Peter Bauer, **Management de la Qualité**, de AàZ, Masson, paris, 1994, P 44.
- ⁵ رعد عبد الله الطائي، عيسى ققادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 75.
- ⁶ Philip kotler et autres, **Marketing management**, 12^{ème} édition, Pearson Education, France, 2006, P 175.
- ⁷ نواف محمد البادي، الجودة الشاملة في التعليم و تطبيقات الإيزو، اليازوري، الأردن، 2010، ص 20.
- ⁸ ليلي العساف، خالد أحمد الصرايرة، أتمودج مقترح لتطوير إدارة المؤسسة التعليمية في الأردن في ضوء فلسفة إدارة الجودة الشاملة، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 3، سوريا، 2011، ص 590.
- ⁹ خضر مصباح الطيطي، إدارة وصناعة الجودة مفاهيم إدارية وتقنية وتجارية في الجودة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 46.
- ¹⁰ محمد علي القضاة، أثر تبني إستراتيجية الجودة الشاملة في تحسين الموقف التنافسي: دراسة ميدانية لشركات الصناعة الدوائية الأردنية، أطروحة دكتوراه، جامعة عمان، الأردن، 2006، ص 20.
- ¹¹ خالد سعد عبد العزيز بن سعيد، إدارة الجودة الشاملة بتطبيقا على القطاع الصحي، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، 1998، ص 73.

¹² K. Ishikawa, **le TQC ou la gestion de la qualité à la japonaise**, AFNOR gestion , France, 1991, P 21.

¹³ Allotey, **Implementing Total Quality Management (TQM)**, The Issue of National Culture, Germany, 2013, P 5.

¹⁴ محمد نصحي ابراهيم، مفهوم التنافسية في التعليم العالى، نقلا عن

(25/06/2013) <http://kenanaonline.com/users/dmoshy/posts/123813>

¹⁵ براهمية ابراهيم، تدنية التكاليف كأسلوب هام لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة الإسمنت ومشتقاته بالشلف مجلة لأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 5، جامعة الشلف، 2011، ص 101.

¹⁶ عبد الغفور دادان ، حفصي رشيد، المؤسسة بين تحقيق التنافسية و محددات المسؤولية الاجتماعية والبيئية، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر الدولي الأول حول سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة ورقلة، 2012، ص 412.

¹⁷ عبد العزيز الطوبان، التنافسية ورياح العولمة، الصحيفة الاقتصادية الإلكترونية ، نقلا عن:

http://www.aleqt.com/2009/07/08/article_249640.html

¹⁸ شاكر تركي إسماعيل، التسويق المصرفي الإلكتروني والميزة التنافسية للمصارف الأرنية، مجلة علوم إنسانية الإلكترونية، السنة السابعة، العدد 45، 2010 جانفي، ص 3.

¹⁹ نيفين سعيد بيومي عيسوي، نموذج مقترح لدور التسويق التفاعلي في تحسين القدرة التنافسية للمنظمات بالتطبيق على مجال التعلم عن بعد اطروحة دكتوراه في إدارة الاعمال، كلية التجارة، جامعة عين الشمس مصر، 2010، ص 10.

²⁰ زكريا مطلق الدوري، أبو بكر أحمد أبو سالم، رأس المال الفكري كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة الملتقى الدولي حول رأس المال الفكري في منظمات الاعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، 13-14 ديسمبر 2011، ص 8.

²¹ بلال خلف السكارنة، استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية وتحسين الأداء لشركات الاتصالات في الأردن أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة الأردنية، 2008، ص 7.

²² فريد النجار، المنافسة والترويج التطبيقي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000، ص 11.

²³ Roger Percerou, **L'entreprise: gestion et compétitivité**, Economica, Paris, 1984, P 7.

²⁴فريد راغب النجار، إدارة العمليات والإنتاج والتكنولوجيا، الإشعاع للطباعة والنشر، مصر، 1997، ص 123.

²⁵Jean Marc, **Marketing international**, 2^{ème}éd Dalloz, Paris, 1986, P 41.

²⁶J.Mathis, J.Mazier, D.Rivaud, **La compétitivité industrielle**, Dunod, 1998, P 7.

²⁷نشرية المعلومات الإحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العدد 23 وزارة الصناعة الجزائرية، 2014، ص 21.

²⁸David Royse, Bruce A. Thyer, Deborah K. Padgett, **Program Evaluation: An Introduction**, Brooks Cole, 2009, P 202.