



مدیریت کیفیت جامع در آموزش

نیما شهیدی

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی

مختلفی طراحی و معرفی شده اند که یکی از مهمترین آنها الگوی مدیریت کیفیت جامع میباشد. کاربرد این الگو ابتدا از صنعت آغاز گردید ولی اکنون به صورت فلسفه ای در کلیه زمینه‌ها پذیرفته شده و به کار گرفته میشود.

پیشینه مدیریت کیفیت جامع

در سال ۱۹۲۴ دکتر شوارت مقالاتی در مورد کاربرد آمار در کنترل کیفیت محصولات تولیدی ارائه نمود. به دنبال آن در جوامع علمی جهان بحث کنترل کیفیت آماری مطرح گردید و شرکتهای سازمانهای مختلف علاقه مند به بکارگیری این شیوهها برای افزایش کیفیت تولیدات خود شدند. در سالهای بعد انجمنهای مختلف کیفیت در کشورهای گوناگون از جمله ژاپن تأسیس گردید

امروزه مسئله کیفیت در کلیه سازمانها و همچنین در جنبه‌های مختلف زندگی یک ضرورت اساسی به حساب می آید. سازمان‌های مختلف هزینه‌های بسیاری را برای بالا بردن کیفیت محصولات و خدمات خود صرف می کنند زیرا در بازار رقابتی امروز، مشتریان اجناس و خدمات با کیفیت را انتخاب می کنند و تولید کالا یا خدمت بی کیفیت یعنی از دست دادن مشتریان.

استونر (۱۹۹۵) در تعریف کیفیت بیان می کند که منظور از کیفیت در مدیریت آن است که سازمانها خدمات یا تولیدات خود را از ابتدای کار چنان به درستی انجام دهند که پس از آن نیازی به اصلاح خطاها یا نقایص نداشته باشند.

برای بهبود کیفیت محصولات و خدمات شیوهها و الگوهای

و بطور جدی به بررسی مسئله کیفیت در صنعت پرداختند. در دهه ۱۹۵۰ ویلیام ادواردز دمینگ بامطرح کردن فلسفه مدیریت کیفیت جامع به جامعه ژاپن اولین جرقه‌های این الگوی مدیریتی را زد. این الگو در ژاپن با اقبال صنایع مواجه گردید تا جایی که تمامی رسانه‌های ژاپن برای ترویج و تبلیغ آن تلاش نمودند و صنایع مختلف از آن برای افزایش کیفیت محصولات خود بهره گرفتند. در دهه ۱۹۷۰ آمریکا و اروپا که متوجه پیشی گرفتن ژاپنی‌ها در کیفیت محصولاتشان شده بودند به فکر استفاده از نگرش کیفیت جامع در صنایع خود افتادند. با افزایش توجه به این رویکرد جدید مدیریتی دانشمندان مختلف به کاربرد آن در زمینه‌های مختلف پرداخته و با پذیرش آن و انجام تحقیقات گسترده در جنبه‌های مختلف اکنون این الگوی مدیریتی توانست جای خود را در زمینه‌های گوناگون علمی باز نماید و اکنون بصورت فلسفه‌ای برای بهبود مستمر کیفیت در آمده است.

تعریف مدیریت کیفیت جامع

مدیریت کیفیت جامع عبارتست از: یک استراتژی جامع و سازمان یافته برای ایجاد یک محصول یا کالای بهبود یافته بصورت مستمر. به بیان دیگر مدیریت کیفیت جامع فرآیندی است، متمرکز بر مشتریان، کیفیت محور، مبتنی بر حقایق و متکی بر کارکنان برای دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان از طریق بهبود مستمر فرآیندها. سه رکن اصلی مدیریت کیفیت جامع فرآیند گرایی، مشتری محوری و بهبود مستمر است. بر این اساس، اعمال سازمان بصورت فرآیندهایی در نظر گرفته می‌شوند که بر روی درون‌دادها انجام می‌شود و هدف آن تولید برون‌دادها و محصولات با کیفیت است. در این فرآیندها تمام کارکنان، مواد و فناوریها درگیر هستند و به عبارت دیگر فرض بر این است که مجموع این عوامل باعث دستیابی به کیفیت مورد انتظار میشوند و برای بهبود کیفیت باید تمام این عوامل را مورد توجه قرار داد.

در مدیریت کیفیت جامع مشتریان صاحب حق و احترام هستند و سلامت جریان کار در سازمانها و سلامت فرآیندها وابسته به نظر مشتری است و همیشه با اطلاع از نظر مشتریان سعی در بهبود کیفیت جهت برآورده کردن نیازها و انتظارات مشتریان است. در این سیستم کیفیت هیچ وقت حد و مرز مشخصی ندارد بلکه فرض بر این است که یک کالا یا خدمت همیشه میتواند بهتر یا با کیفیت بالاتر تولید شود. در واقع در ماراتن کیفیت هیچ وقت خط پایانی وجود ندارد و به همین دلیل همه شرکتها و سازمانها تلاش خود را برای بهتر شدن انجام می‌دهند.

اصول مدیریت کیفیت جامع

دمینگ ۱۴ اصل را برای مدیریت کیفیت جامع بیان نموده که کاربرد آنها در سازمانها برای ارتقای کیفیت محصولات و خدمات ضروری است. این اصول عبارتند از: ایجاد یک هدف پایدار برای بهبود محصولات و خدمات، در پیش گرفتن فلسفه کیفیت جامع، برنامه ریزی برای آینده، بهبود مستمر، استقرار آموزش، استقرار رهبری، از بین بردن ترس، کاهش سلسله مراتب سازمان، زدودن معیارهای کمی از تولید محصولات و خدمات، آموزش ضمن خدمت کارکنان، زدودن شعارها و هدفهای تو خالی، زدودن مانع موجود در راه احساس غرور کارکنان، کاهش بازرسی‌های انبوه، اقدام به دگرگون سازی.

بر این اساس اجرای مدیریت کیفیت جامع ضرورتهایی را برای سازمانها پیش می‌آورد که عبارتند از: دستیابی به کیفیت وظیفه تمام کارکنان سازمان است نه فقط افراد خاص. بنابر این تمام کارکنان باید با مبانی مدیریت کیفیت جامع آشنا باشند و آنرا اجرا نمایند، خدمات یا تولیدات سازمان باید طوری باشد که انتظارات مشتریان را بر آورده سازد، به وجود آوردن فلسفه مدیریت کیفیت جامع در سازمان نیازمند وجود فرهنگ سازمانی پویا است که کیفیت را در تمام مراحل تولید و خدمت رسانی مد نظر قرار دهد، به جای داشتن

در مدیریت کیفیت جامع مشتریان صاحب حق و احترام هستند و سلامت جریان کار در سازمانها و سلامت فرآیندها وابسته به نظر مشتری است و همیشه با اطلاع از نظر مشتریان سعی در بهبود کیفیت جهت برآورده کردن نیازها و انتظارات مشتریان است.

کیفیت از اهمیت ویژه ای برخوردار است و دقت خاصی را می‌طلبد تا بتوان کیفیت مورد انتظار تمام این اقشار را برآورده ساخت.

با توجه به این که فرآیندهای آموزشی مدارس طولانی مدت است، برنامه‌هایی که برای اجرای مدیریت کیفیت جامع در آموزش و پرورش طراحی می‌شوند باید بلند مدت بوده و به صورت مداوم برای بهبود مستمر کیفیت در سالها و مقاطع مختلف تحصیلی بپردازند تا در نهایت افرادی که از این سیستم آموزشی خارج می‌شوند از کیفیت مورد نظر برخوردار باشند.

افراد درگیر در امر آموزش همانند مشتریان آن متنوع و فراوانند. از معلمان و دانش آموزان گرفته تا مدیران و معاونان مدارس و مسئولان و کارکنان نواحی آموزشی و وزارتخانه و حتی بخشهای مختلف دیگر جامعه که در امر آموزش سهیم هستند. بنابر این برای کاربرد موفق الگوی مدیریت کیفیت جامع در آموزش و پرورش باید بتوان فلسفه مدیریت کیفیت جامع را بین این افراد ترویج نمود و با استفاده از شیوه‌های مختلف آموزش داد. که این امر بسیار مشکل و پرهزینه بوده و سرمایه گذاری جدی را می‌طلبد.

برای ایجاد الگوی مدیریت کیفیت جامع باید دیدگاه سیستمی را برای تحلیل مسائل آموزشی بکار گرفت. که در آن درون‌دادها، فرآیندها، برون‌دادها و بازخوردهای لازم برای بهبود کیفیت در بخش‌های مختلف تحلیل شده و بر اساس آن از منابع با کیفیت مناسب (درون دادها) برای ایجاد محصولات و خدمات مناسب (دانش آموزان و خدمات آموزشی) بر پایه فرآیندهای طراحی شده

روابط خشک و خصمانه با کارکنان و مشتریان باید مشارکت و همکاری در سازمانها ترویج شود و گسترش یابد، پیشرفت مداوم در کار و بهبود دائمی و انجام اصلاحات لازم در کارکردهای عمده سازمان باید مورد توجه باشد، کیفیت باید در سازمان‌ها به عنوان مقصد در نظر گرفته نشود بلکه یک سفر تلقی شود که هدف آن فراتر رفتن از حد انتظار مشتری است، به کارکنان سازمان باید اختیار داد تا تصمیماتی که باعث بهبود کیفیت میشود اتخاذ نمایند، داشتن برنامه استراتژیک برای رسیدن به اهداف از ضروریات مدیریت کیفیت جامع در سازمان‌هاست، به آموزش ضمن خدمت و مداوم کارکنان برای بهبود، مهارت‌های انسانی مورد نیاز برای تولید کالا یا خدمت با کیفیت در سازمان باید توجه ویژه نمود، سازمان‌ها باید با استفاده از بازخورد نسبت به بررسی کالا یا خدمات خود پرداخته و از کیفیت محصول خود اطمینان حاصل کنند. در این میان نظر مشتریان برای سازمان‌ها بسیار حایز اهمیت است.

کاربرد مدیریت کیفیت جامع در آموزش و پرورش

آموزش و پرورش و مؤسسات آموزشی از جمله سازمان‌هایی هستند که می‌توانند الگوی مدیریت کیفیت جامع را برای بهبود کیفیت فرآورده‌ها و خدمات خود بکارگیرند. اما به لحاظ ویژگی‌های خاص خود کاربرد اصول مدیریت کیفیت جامع در آموزش و پرورش از حساسیت و اهمیت دو چندانی برخوردار است. لذا باید به موارد زیر توجه داشت.

مشتریان آموزش و پرورش شامل تمام افرادی است که از درون سازمان از آن بهره می‌برند و یا بیرون از آن با سازمان سروکار دارند، درونی (دانش آموزان، معلمان، کارکنان) و بیرونی (والدین و افراد و سازمان‌هایی که با مدارس سر و کار داشته و از نتایج آنها بهره می‌برند) است. لذا در آموزش و پرورش ما با طیف گسترده‌ای از مشتریان روبرو هستیم به عبارت دیگر تمام اقشار جامعه به نوعی مشتری آموزش و پرورش هستند و در چنین زمینه‌ای بهبود مستمر

همانطور که قبلاً بیان شد آموزش نقش مهمی در استقرار و اجرای مدیریت کیفیت جامع در آموزش و پرورش دارد. در همین راستا آموزش ضمن خدمت کارکنان که بطور مداوم و مستمر آنها را با مفاهیم و اصول کیفیت جامع آشنا می سازد و در ترویج و توسعه فرهنگ آن مهم است، بسیار حایز اهمیت است.

برای انجام با کیفیت امور آموزشی و استفاده از بازخوردهای لازم برای تصحیح نقایص انجام می پذیرد.

اجرای موفقیت آمیز مدیریت کیفیت جامع در آموزش و پرورش نیازمند ایجاد فرهنگ آن در مدارس و موسسات آموزشی است. اگر فرهنگ را عقاید، باورها و آرمانهای مشترک بدانیم که در درون افراد یک سازمان نهادینه شده و پذیرفته شده است، وظیفه رهبران آموزشی در مدارس برای ایجاد آن بسیار مهم است. چرا که باید بتوانند کیفیت جامع را به عنوان یک فرهنگ در مدارس توسعه داده و ترویج نمایند و به صورت ارزش در آورند و نکته مهمتر آنکه تمامی افراد درگیر در فعالیتهای آموزشی از جمله دانش آموزان، معلمان، کارکنان اداری و.... باید همگی این فرهنگ را پذیرفته و به آن پایبند باشند و اجرای صحیح مراحل آموزشی را برای دستیابی به کیفیت یک آرمان مشترک بدانند.

■ منابع :

- علاقه بند علی، ۱۳۸۰، مقدمات مدیریت آموزشی، نشر روان، تهران
- امین شایان چهرمی، شاپور، ۱۳۸۲، تئوریهای سازمان و مدیریت، انتشارات کوشامهر، شیراز
- فرحبخش، مصطفی، ۱۳۸۵، پیشینه مدیریت کیفیت جامع، پایگاه اطلاع رسانی دانشگاه علوم پزشکی تبریز.
- نوروزی، داود، ۱۳۸۵، مدیریت کیفیت جامع، پایگاه اطلاع رسانی مدیریت دانش - Stoner,j,1995,Management,prentice hall

آرمان رشد

عرضه کننده محصولات مرکز تکنولوژی آموزشی

مدیران موفق از کجا آموخته اند؟

شنیداری کاست - CD
دیداری VHS-VCD

مدیریت عمومی

| کلاس | مدیریت اطلاعات شخصی | مدیریت خدمات عمومی | نقش جدید شما به عنوان مدیر | نقش و اهمیت علم اخلاق در مدیریت | مستاوردهای مدیریت | کاربرد استعاره در مدیریت | مدیریت منابع | نقش و وجدان مدیریت |
|---------|---------------------|--------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------|--------------------------|--------------|--------------------|
| ۳۰۱۱۱۳۱ | ۳۰۱۱۱۳۲ | ۳۰۱۱۱۳۳ | ۳۰۱۱۱۳۴ | ۳۰۱۱۱۳۵ | ۳۰۲۰۱۳۶ | ۳۰۲۰۱۳۷ | ۳۰۲۰۱۳۸ | ۳۰۲۰۱۳۹ |

مدیریت آموزشی

| کلاس | اصول آموزش کارکنان | مدیریت آموزشگاه | مدیریت و رهبری آموزشی | مدیریت و آموزش |
|---------|--------------------|-----------------|-----------------------|----------------|
| ۳۰۱۱۱۳۰ | ۳۰۱۱۱۳۱ | ۳۰۱۱۱۳۲ | ۳۰۱۱۱۳۳ | ۳۰۲۰۱۳۴ |

دیداری

| کلاس | اصول آموزش کارکنان | مدیریت آموزشگاه | مدیریت و رهبری آموزشی | مدیریت و آموزش |
|---------|--------------------|-----------------|-----------------------|----------------|
| ۳۰۱۱۱۳۰ | ۳۰۱۱۱۳۱ | ۳۰۱۱۱۳۲ | ۳۰۱۱۱۳۳ | ۳۰۲۰۱۳۴ |

تلفن بخش: ۶۶۴۸۶۰۱۳