



نهمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت www.amsconf.ir

با وجود اهمیت بسته بندی و تاکید مسئولان، بسته بندی در کشور ما هنوز هویت صنعتی یا صنعتی پیدا نکرده و واحدهای تولیدی همچنان برای پیدا کردن یک روش یا یک ماشین بسته بندی مناسب محصول خود سردرگم هستند. لذا این مقاله به این واقعیت مهم می پردازد.

۲. کنترل کیفیت در بسته بندی

هدف اصلی تولید کننده تولید و تحویل اقلام با یک مشخصه معین به مصرف کننده و در عین حال اطمینان از سودآوری عملیات است. برای برآورده ساختن این هدف باید کیفیت مورد سنجش و ارزیابی قرار گیرد [۴].
بخش کنترل کیفیت سه سطح اصلی در مسئولیت ها دارد:
کیفیت مواد اولیه این بخش مسئول تضمین این مساله است که تمام مواد اولیه ورودی به فرایند تولید مناسب باشند. یعنی اینکه این مواد تحت شرایط طبیعی، محصول نهایی رضایت بخش را تولید خواهند کرد. روش معمولی این است که تولیدکننده مواد اولیه تمام بررسی های کیفی مهم را انجام دهد.
کیفیت مواد بسته بندی: سطح دوم مسئولیت تضمین تولید مواد و بسته بندی با کیفیت مطلوب و حداقل هزینه است. اطمینان یافتن از اینکه تولید، مشخصات کل مجموعه را برآورده می سازد و راه اندازی سیستمی برای حذف و رفع موارد معیوب رضایت مشتری از جمله این موارد است.
بخش کنترل کیفیت مسئول متضمن این است که مصرف کننده از کیفیت کالای دریافتی راضی باشد و کیفیت محصول در تمامی مراحل انبار، توزیع، فروش و مصرف حفظ شود.

۳. استاندارد بسته بندی

بکارگیری استانداردها و سیستمهای کیفیت در ایجاد و القاء اعتماد و اطمینان در نزد مشتریان بسیار سودمند است. پذیرش سیستمهای کیفیت بر اساس ایزو ۹۰۰۰ برای شرکتهای در حال توسعه ضروری به نظر می رسد، چنین سیستمهایی آنها را قادر می سازد به بازارهای جهانی و صادراتی رقابتی شدید وارد شده و همچنین سهم بازار خود را افزایش دهند. بکارگیری استانداردها، کیفیت را بهبود بخشیده، بهره وری و کارایی عملیات را افزایش داده و اتلاف سرمایه ها را کاهش می دهند. استانداردهای موجود بسته بندی عبارتند از:

- (۱) استانداردهای بهداشتی
- (۲) استانداردهای حمل و نقل
- (۳) استانداردهای عملیات گذشت، برداشت و چیدمان
- (۴) استانداردهای بکارگیری رنگها و شکل و فرمها
- (۵) استانداردهای اطلاعات مورد نیاز که بایستی به مشتری منتقل شود.
- (۶) استانداردهای امنیتی و نگهداری کالا
- (۷) استانداردهای بکارگیری و بازیافت پس از مصرف

استفاده از بسته بندیهای مطلوب برای صادرات و انطباق استانداردها با مصرف کنندگان و سلیقه کشورهای واردکننده به عنوان عامل موفقیت در بازارهای داخلی و خارجی اهمیت زیادی دارد [۵].
تدوین مقرراتی جهت استفاده از برچسب مخصوص صادرکننده یا برچسب و علائم درخواستی خریدار از جمله تمهیداتی است که برای جلوگیری از خدشه دار شدن اعتبار کالاهای صادراتی ضروری است.



نهمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت www.amsconf.ir

نگاهی متفاوت به کنترل کیفیت با تمرکز بر صنعت بسته بندی

زهره زمانی^۱، عاطفه حسن زاده^{۲*}

۱- کارشناسی مهندسی صنایع، دانشگاه تهران، دانشکدگان فنی، دانشکده فنی فومن، فومن، ایران
۲- استادیار، دانشگاه تهران، دانشکدگان فنی، دانشکده فنی فومن، فومن، ایران

خلاصه

برنامه ریزی استراتژیک با دیدگاه کیفیت یعنی استخدام مفهوم کیفیت و مدیریت جامع کیفیت برای ایجاد تحولات یک سازمان طوریکه آن سازمان بتواند در پاسخگویی به نیازها و انتظارات مشتری ها در یک موقعیت برتر قرار گیرد برای کسانی که کیفیت را به درستی درک نکرده اند، تفکیک برنامه ریزی استراتژیک از کیفیت و مدیریت جامع کیفیت میسر نمی باشد. در این میان، با وجود اهمیت بسته بندی و تاکید مسئولان، بسته بندی در کشور ما هنوز هویت صنعتی یا صنعتی پیدا نکرده و برخی واحدهای تولیدی همچنان برای پیدا کردن یک روش یا یک ماشین بسته بندی مناسب محصول خود سردرگم هستند. در این راستا، کنترل کیفیت در بسته بندی، آگاهی از استانداردهای بسته بندی، رابطه کیفیت با فرهنگ ملی، توسعه کنترل کیفی، برنامه ریزی استراتژیک مبتنی بر کیفیت و چارچوب ارتقای عملکرد کمیسیون مشترک اعتباربخش از موضوعات اصلی مورد بحث در این مقاله است.

کلمات کلیدی: استاندارد بسته بندی، کنترل کیفیت، توسعه کنترل کیفی، برنامه ریزی استراتژیک، کمیسیون مشترک اعتباربخش

۱. مقدمه

می توان گفت زبان تولید، بسته بندی و آرایه کالا با شکل مناسب در بازار است. لزوم نگرش سیستماتیک به صنایع بسته بندی، امروز بسیار بیشتر از گذشته احساس می شود. تئوریهای اقتصادی موجود و کاهش نقدینگی و سرمایه در گردش واحدهای تولیدی، کاهش منابع تامین کننده درآمدهای مالی همه و همه اهمیت نقش صنعت بسته بندی و لزوم نگرش مدیریتی و سیستماتیک را بیشتر ایجاب می کند. در جهان امروز محصولات بسته بندی شده دارای ویژگیهای کاملاً شناخته شده است، اما متأسفانه هنوز نقش اقتصادی، اجتماعی بسته بندی از سوی بسیاری از تولیدکنندگان کشور به درستی درک نشده است و آگاهی لازم نسبت به آن به عنوان یک ابزار بازاریابی در بازارهای داخلی و خارجی وجود ندارد [۱-۳].

* Corresponding author: عاطفه حسن زاده، دانشکده فنی فومن، دانشکدگان فنی، دانشگاه تهران
Email: hasanzadeh.a@ut.ac.ir

نهمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت www.amsconf.ir

با دیدگاه گسترده ای که برای کیفیت مطرح شود، دشواری تحقق آن در سازمانها را بخوبی نشان میدهد. فاصله کیفیت در حرف تا تحقق در عمل مساوی است با فاصله بین حفظ وضعیت موجود و تحول بنیادی در سازمان. به همین دلیل در مراحل اجرایی مدیریت جامع کیفیت دو مرحله کسب آگاهی و دانش و تجربه گامهایی هستند در جهت ایجاد آمادگی در سازمان برای ایجاد تغییر.

برنامه ریزی استراتژیک با دیدگاه کیفیت یعنی استخدام مفهوم کیفیت و مدیریت جامع کیفیت برای ایجاد تحولات بنیادی در یک سازمان است به گونه ای که سازمان بتواند در پاسخ گویی به انتظارات و نیازهای مشتریان در یک جایگاه برتر قرار گیرد. برای کسانی که مفهوم کیفیت را به درستی درک نکرده اند، امکان درک جدایی برنامه ریزی استراتژیک از کیفیت و مدیریت جامع کیفیت متصور نیست.

هر سازمانی برای اثبات مثبت بودن و اثر بخشی سیستم مدیریت محصول و همچنین ارزیابی نقاطی از سیستم خود که می توان بهبود مستمر اثر بخش را در آنها اعمال نمود، مبنایستی به مقوله ارتقای مستمر فرآیند خود بیاندیشد. این امر شامل مرحله ای از جمله نظارت، اندازه گیری، اطلاعات مربوط به نظرات مشتریان در سایر منابع و اطلاعات میشود. خواسته های مشتریان نقطه تمرکز سازمان ها برای اصلاح و بهبود شیوه های ارائه خدمات و تولید محصولات است. بنابراین حتی سازمانهای بدون رقیب و اعضای (مثل تامین اجتماعی) نیز می بایستی تمایلات مشتریان خود را درک نموده، استانداردهای جهانی و ملی را رعایت نمایند و با ارتقا شیوه های بهره برداری و افزایش بهره وری در کاهش قیمت تمام شده تلاش نمایند [۹].

راهیابی به بازارهای جهانی یکی از مسائلی است که درصدد مسایل تولید قرارداد، شناخت صحیح از بازارهای جهانی و آگاهی از نوع و سلیقه های متفاوت درخواستی در حیطه زمانی، کیفیت کالا و ایمنی آن، ازجمله مسایلی است که در تعیین سیاستها، طراحی و اجرای بسته بندی نقش اساسی ایفا می کند. امروزه با توجه به استانداردهای خارجی و یا داخلی در زمینه تولید محصولات، استاندارد کردن کالاها و یا خدمات، استقرار سیستم مدیریت کیفیت ازجمله پارامترهای مهم درعرصه رقابت صنعتی بشمار می روند. امروزه کیفیت برتر کالا همراه با سایر عوامل و شرایط تاثیر گذار بر فروش صادراتی مانند وضعیت بازار، نحوه توزیع و بسته بندی، خدمات پس از فروش و قیمت موثر است. استانداردهای جهانی جنبه های مختلفی از جمله طراحی کالا، بسته بندی، شرایط حمل و... را در برمی گیرند.

۷. چارچوب ارتقای عملکرد کمیسیون مشترک اعتباربخش

مراحل اجرا [۱۰-۱۱]:

۱. برای اجرا، فلسفه ای با تاکید بر اصول زیر برقرار کنید:

الف) ارتقای کیفیت یک وظیفه همگانی است.

ب) رهبران/مدیران صاحبان فرایند و سیستم ها هستند.

ج) بین تمام تلاشهای کیفیت در سازمان هماهنگی وجود دارد.

د) اجرای مشکل ترین قسمت برنامه ریزی استراتژیک مبنی بر کیفیت تلاش زیادی می طلبد.

۲. نقش مدیر اجرایی ارشد:

الف) دریافت آموزش

ب) قابل رویت بودن

ج) توانمندسازی در ایجاد هماهنگی بین اهداف

نهمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت www.amsconf.ir

۴. رابطه کیفیت با فرهنگ ملی

هدف از رسیدن به کیفیت در اکثر کشورها یکی است، اما این به تنهایی کافی نیست؛ بلکه باید شرایط و هدف های اقتصادی، سیاسی، ساختار فرهنگی، توانایی و ناتوانی های آنرا نیز مدنظر قرار داد. در جهان امروز برخی طبقه بندی ها برای هر یک از سیستم های اقتصادی به صورت کلی انجام گرفته است. در این جا سیستمهای سرمایه داری، سوسیالیستی و در حال توسعه تعریف شده ولی نمی توان همه آنها را در گروه خود یکسان تصور کرد. به طور مثال در یک سیستم اداری، رقابت آزاد، مالکیت خصوصی، تشکیل واحدهای جدید در اثر رقابت، بهبود کالا بطور مستمر، تولید محصولات جدید، دستیابی آزاد به بازارهای داخل و خارج، قوانین و مقررات حمایت از مصرف کننده و وجود شرکت های چند ملیتی را می توان از جمله مختصات آن دانست. هر یک از این عوامل می توانند هدف های بلند مدت کیفیت را رقم زنند. در یک کشور سوسیالیستی شاید هدف اصلی رسیدن به اهداف سیاسی و عقیدتی باشد و در نتیجه روش کنترل کیفی را بگونه دیگری تحت تاثیر قرار می دهد [۶].

۵. توسعه کنترل کیفی

کاربرد روش های آماری برای به دست آوردن مشکلات تولیدی، کاهش هزینه و نیروی کار، هماهنگی بین طراحی و تولید و بسیاری دیگر از عملیات از همان سال های اولیه آغاز گردید. برخی از صنایع مانند صنایع دارویی، فولاد سازی و شیمیایی (برخلاف مکانیک، الکترونیک و صنایع ساختمانی) علاقه بسیاری در خصوص کاربرد روش های آماری از خود نشان دادند و برندگان عمده جایزه دمنینگ شدند. اما بروز شکایات از محصولات برقی خانگی مانند خرابی، طراحی نامناسب و نیز در گروه ساختمانی شکایت از طراحی بد بیمارستان ها نظیر وجود صدا به علت نزدیک بودن اتاق بیمار به خیابان و درخواست آنها برای انتقال به مکان ساکت تر، وجود آب زیاد در بتن ریخته شده و ایجاد بوی بد، این گروه از صنعتگران را نیز متوجه استفاده از روش های کنترل کیفی کرد [۷].

۶. برنامه ریزی استراتژیک مبتنی بر کیفیت

دهه آغاز قرن بیستم را می توان اوج ندای کیفیت خواهی آدمیان از اول خلقت تاکنون قلمداد کرد؛ به گونه ای که سازمان های صنعتی و خدماتی دنیا از جمله سازمان تجاری جهانی (W.O.T) حقوق بسیاری برای مشتریان و مصرف کنندگان قائل است. امروزه سازمانهای خدماتی و تولیدی دیگر نه می توانند و نه حق دارند خدمات و تولیدات خود را به هر شکلی که می خواهند به جامعه جهانی عرضه نمایند. در سالهای اخیر بیش از سالهای گذشته واژه کیفیت بر سر زبانهاست و این نشانگر آن است که افراد و سازمانهای دولتی و غیر دولتی به گونه ای تحت تاثیر جاذبه این واژه قرار گرفته اند. اغلب افراد کیفیت را در خارج از محیط طبیعی سازمانها و بصورتی منفک از عملکرد افراد و سازمانی تلقی میکنند. آنان کیفیت را چیزی می دانند که برای نشان دادن آن لازم است از یک وسیله سنجش، یک متر یا استاندارد استفاده شود [۸].

اگر چه امکان دارد این دیدگاه بخشی از حقایق را منعکس کند، اما کسانی که کیفیت را در این حد درک کرده اند، هرگز قادر نخواهند بود در سازمانهای خود موجب تغییر و تحول اساسی شوند. کیفیت باید در یک سطح بالاتری درک شود تا بتواند منشا حرکت و تحول در سازمانها باشد.



نهمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت www.amsconf.ir

درکل، فراموش نکنیم قبل از برنامه ریزی استراتژیک، یک سازمان را برای پذیرش دگرگونی اساسی آماده کنیم، در غیر این صورت برنامه ریزی استراتژیک مبتنی بر کیفیت اثربخش نخواهد بود.

۹. قدردانی

نویسندگان مقاله بر خود لازم می دانند مراتب سپاسگزاری خود را از کمیته علمی و اجرایی "نهمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت" جهت فراهم نمودن این فرصت مغتنم آموزشی – پژوهشی اعلام دارند.

۱۰. مراجع

1.Smith-Spark, J.H. Katz, H.B. Wilcockson, T.D.W. Marchant, A.P. (2018), "Optimal approaches to the quality control checking of product labels", International Journal of Industrial Ergonomics, 68 (55), pp 118–124.

۲. سیدرحانی، س.ف. اهری، ح. (۱۳۹۸)، "مروری بر پوشش های بسته بندی نانو و نقش آنها در کنترل کیفیت مواد غذایی"، فصلنامه علمی علوم و فنون بسته بندی، دوره ۱۰، شماره ۴۰، صص. ۷۴-۸۸.

۳. حاجی غفارلو، م. جوقی، م. (۱۳۹۹)، "بسته بندی هوشمند مواد غذایی: معرفی، مطالعه امکان سنجی طراحی و تولید در کشور"، نشریه علوم و فنون بسته بندی، دوره ۱۱، شماره ۴۴، صص. ۵۴-۶۷.

۴. آقاجانی، ز. پیروز، ا. (۱۳۸۷)، "استانداردهای مدیریت کیفیت و نقش آن در حمایت از مصرف کننده و تولیدکننده"، نشریه بررسی های بازرگانی، دوره ۴، شماره ۲۸، صص. ۷۳-۹۹.

۵. امام پور، م. (۱۳۸۹)، "استاندارد الزامات بسته بندی، شناسایی یک بسته استاندارد"، نشریه علوم و فنون بسته بندی، بهار، شماره ۱.

۶. اسفندیارپور، ج. مرادی، ع. جهانبخش، ا. (۱۳۸۹)، "رابطه بین کیفیت زندگی و هویت اجتماعی با فرهنگ محیط زیستی (مطالعه موردی: شهر کرمان)"، نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، دوره ۱۷، شماره ۲، صص. ۳۳-۶۴.

۷. عالم تبریز، ا. خالدیان، ف. مهدی پور، م. (۱۳۹۸)، "ایجاد حدود کنترلی در شاخص های عملکرد زمانی پروژه با شبیه سازی مونت کارلو و روش طول زمان کسب شده"، نشریه فرایند مدیریت و توسعه، دوره ۱۷، شماره ۱.

۸. صالحی، ح.ر. مرجانی، م.ر. (۱۴۰۱)، "شناسایی عوامل موثر بر استقرار سیستم مدیریت کیفیت در یک شرکت تولیدی بر اساس معیارهای کارت امتیازی: مطالعه موردی: شرکت تولید ویشکا"، نشریه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره ۸، شماره ۲، صص. ۲۶-۳۸.

۹. والمحمدی، ج. روشن ضمیر، ش. (۱۳۸۹)، "بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت کیفیت جامع"، نشریه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، دوره ۲۲، شماره ۷۲، صص. ۱۱۹-۱۴۱.

۱۰. جهانگیری، س. فرنی، م. ثابتي چوبدار، ل. (۱۴۰۰)، "نحوه بکارگیری برنامه ریزی استراتژیک در شرکت ها و سازمان های تولیدی"، نشریه مدیریت گردشگری و تکنولوژی، دوره ۳، صص. ۶۴۶-۶۶۴.



نهمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت www.amsconf.ir

د) دادن پاداش

ن) پیگیری اجرای برنامه جامع اجرایی

و) پایش فرایندهای کلیدی

ی) مشارکت دادن همه کارکنان با تمرکز بر مشتری

۳. نقش مدیر بخش

الف) توسعه هرچه بیشتر مهارت های کلیدی مدیریت

ب) انجام برنامه ریزی در بخش – ایجاد هماهنگی بین اهداف

۴. نقش هر فرد

الف) جستجوی روش هایی برای ارتقای کارهای روزانه فرد

ب) ارائه درونداد به مدیریت

ج) شرکت فرم آموزش

۵. نقش تیم های فرایش

الف) اجرای وظایف که توسط شورای رهبری تعیین می شود.

ب) دریافت آموزش درباره ارتقای کیفیت فرایند

ج) تعیین سنجش های پیشرفت

د) مستندسازی

ن) دریافت درونداد از سرپرستان و همکاران قبل از اعضای تیم

ی) کمک به تیم های فرایش شامل آموزش، تیم سازی، عضویت پایش فعالیت های تیم فرایش، هماهنگی تلاشها، خروجی و اجرای برنامه های آموزشی

۶ دریافت ایده و ارزیابی اولیه نقش شورای رهبری

الف) تامین

ب) در صورت لزوم تعدیل منابع برای اجرای پروژ های ارتقای کیفیت

ج) ارزشیابی پیشنهادات جدید صدور مجوز برای تیم ها

۸. نتیجه گیری

با دیدگاه گسترده ای که برای کیفیت مطرح گردید، دشواری تحقق آن در سازمان ها خود ر بخوبی نشان می دهد. فاصله کیفیت در مصرف تا تحقق آن در عمل مساوی است با فاصله بین حفظ وضعیت موجود و تحول بنیادی در سازمان ها، تا زمانی که سازمان ها به گونه ای متحول اداره نشوند که بتوانند به نیازها و انتظارات مشتری های خود پاسخ دهند، هر برداشت و بحث و اقدامی درباره کیفیت کمترین سودی نخواهد داشت.

بنابراین تحقق کیفیت در سازمان ها یک امر جدی است و نیاز به مدیریت تغییر دارد. هیچ تغییری بدون آگاهی و آمادگی و ذخیره انرژی لازم برای اغییر امکان پذیر نمی باشد. به همین دلیل در مراحل اجرایی مدیریت جامع کیفیت دو مرحله کسب آگاهی و دانش تجربه، گامهایی هستند جهت ایجاد آمادگی در سازمان برای ایجاد تغییر (اجرای کدیریت جامع). حرکت برای تحقق کیفیت در سازمان از برنامه ریزی استراتژیک با اجرا آغاز می شود و با ارزشیابی و برنامه ریزی مجدد تثبیت تغییر در یک دوره و استمرار حرکت رو به جلو عینیت می یابد.



11. Papke-Shields, K.E. Boyer-Wright, M.B. (2017). “Strategic planning characteristics applied to project management”, International Journal of Project Management, **35**(2), 169-179.