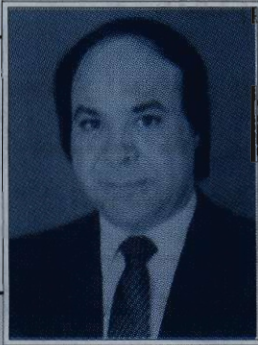


العنوان:	الموسوعة السياحية : الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة جودة الخدمات السياحية في مواجهة " العولمة السياحية "
المصدر:	إدارة الاعمال
الناشر:	جمعية إدارة الاعمال العربية
المؤلف الرئيسي:	السيسي، ماهر عبدالخالق
المجلد/العدد:	ع 116
محكمة:	لا
التاريخ الميلادي:	2007
الشهر:	مارس
الصفحات:	46 - 49
رقم MD:	62930
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EcoLink
مواضيع:	ضبط الجودة، العولمة، الخدمات السياحية، صناعة السياحة، اقتصاديات السياحة، الجودة السياحية، الرقابة الإدارية، إدارة السياحة
رابط:	<a href="http://search.mandumah.com/Record/62930">http://search.mandumah.com/Record/62930</a>

# الموسوعة السياحية

الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة

## ■ جودة الخدمات السياحية في مواجهة «العولمة السياحية»



إعداد / ماهر عبد الخالق السيسى  
استشارى طيران دولى وسياحة للأليات والأوقات  
وحدة التدريب - جنيف

استاذ محاضر «وباحث» بقسم الإدارة السياحية والفندقية  
كلية الأمير سلطان للسياحة والإدارة - المملكة العربية السعودية - أبها

● اصبح واضحا  
للجميع بان السياحة  
اصبحت قاطرة للنمو  
الاقتصادي  
والاجتماعي  
والحضاري.. ويتساوى  
في ذلك الدول الغنية

ذات المصادر المتعددة للدخل وأيضا الدول الساعية إلى النمو بتعزيز مصادر دخلها بتنشيط السياحة  
ليها فنحن في عالم يضع السياحة على رأس الأولويات باعتبارها محدة للدخل.. وكثيفة العمل وبعثة  
على نمو ورواج العديد من الصناعات والخدمات المرتبطة بها بشكل مباشر أو غير مباشر فقد اضحت السياحة الصناعة التصديرية الأولى  
في العالم بنهاية القرن العشرين.. وكذلك.. في بلدنا.. «مصر» المصدر الأول للدخل القومي.. وركيزة أساسية من ركائز النشاط  
الاقتصادي المصري بمساهمتها بنحو «١١,٢٪» من إجمالي الناتج القومي حسب آخر احصائيات وزارة السياحة المصرية.

● ولذا سوف نتناول - إن شاء الله - في كل عدد من مجلتنا الغراء... موضوعات تحت هذا الإطار.. تثرى معرفتنا...  
سياحيا... كإضافة إلى معرفتنا العامة... بما يحقق الجودة المعلوماتية لدينا كقراء فأهلا بكم.

نقطة اللاعودة بالنسبة لنموها المتزايد  
والذي بدأت في منتصف القرن العشرين  
على الرغم من بعض الصعوبات والأزمات  
التي واجهتها، إلا أن السياحة عمقت  
جذورها في ثقافتنا المعاصرة بنهاية القرن  
العشرين.

■ ولأن العالم يمر حاليا بمرحلة كبيرة من  
التطور الاجتماعي والثقافي والحضاري  
والاقتصادي والبيئي، هذا التطور أدى إلى  
دخول عصر جديد يسمى «بالسياحة الحديثة»،  
والتي تتميز «بسمات خاصة» أخذت اتجاهات  
عديدة خاصة بها.

● ونأمل أن شاء الله أن نتناول هذه  
الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة -  
تباعاً - في مجموعة من المقالات بشكل شامل  
تثرى معرفة الجميع...

● حدثت في أواخر القرن العشرين تغييرات  
درامية في الاقتصاد العالمي أزاحت جانباً من  
مصادر الثروة التقليدية «زراعة - صناعة»  
وحلت محلها «الصناعات الخدمية المختلفة» -  
صناعة الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات -  
المصارف المالية - وصناعة السياحة والسفر.  
والتي تقود اقتصاد العالم الآن كما توقع  
ذلك علماء المستقبل بقيادة الصناعات  
الخدمية لاقتصاد العالم في القرن الحادي  
والعشرين - فالسياحة لم تعد تلك الرحلة  
التي يخرج فيها الإنسان لمدة معينة  
ليقتضى وقتاً جميلاً بل أصبحت صناعة  
خدمات ضخمة نمت وتطورت على مدى  
الخمس والعشرين عاماً الماضية بنسبة  
«٥٠٠٪» على مستوى العالم وتوسعت  
السياحة المحلية بشكل درامي خلال نفس  
الفترة ووصلت حركة السياحة الدولية إلى

● يتحدث.. الجميع.. عن ثورة سياحية  
تبشر بالكثير وقد انتجت بالفعل شيئاً عظيماً  
لمن وضعوا أنفسهم في مركز يستطيعون فيه  
ركوب الموجة حيث اضحت السياحة  
الصناعة التصديرية الأولى في العالم بنهاية  
القرن العشرين.. وهذا يعني أن الأموال التي  
تتوافر من تبادل الناس على الصعيد العالمي  
فاقت حصيلة التجارة بالنفط.

● وأهمية هذه الثروة - واضحة - للدول النامية،  
ففي عالم أصبحت فيه الصناعات التحويلية  
والتجارة تعتمدان على التكنولوجيا - بينما السياحة  
بلا خجل - تعتمد على الناس في نجاحها.

● نحن في عالم يضع السياحة على رأس  
الأولويات باعتبارها صناعة كثيفة العمل..  
ومدرة للدخل.. وبعثة على نمو ورواج  
عشرات الصناعات والخدمات المغذية والمكملة  
للتنشاط السياحي.



أكثر فائدة  
وجذباً  
للسائحين لأن  
السائح يبحث  
دائماً عن  
الراحة والهدوء  
والاستقرار  
وهذا لا يتحقق  
في ظل  
الخدمات  
السياحية التي  
تتصف بكثرة  
الإجراءات  
والتعقيدات.  
- أسلوب  
تقديم الخدمة  
السياحية:

## الجودة - جودة الخدمات السياحية

إن الجودة هي معيار السبق والتفوق والفوز  
بمستقبل أفضل في عالم السياحة.. وهي أساس  
التنمية ومعيار القدرة على الاندماج في الاقتصاد  
العالمي الذي تفتحت آفاقه وتلاشت حدوده.

### ● كيفية تطوير الخدمات السياحية

«خدمة الإقامة والإعاشة - النقل السياحي - الإرشاد  
السياحي - الترفيه السياحي - البيع السياحي..  
وخدمات شركات السياحة»:  
- منهج تطوير الخدمات السياحية.  
- عوامل نجاح الخدمات السياحية.

## جودة الخدمات السياحية

- الرقابة على الجودة.  
- مفهوم الجودة.

- توكيد «ضمان» الجودة السياحية.  
- الجودة الشاملة للخدمات السياحية.

## أحدث الاتجاهات في جودة الخدمات

- منهج الجودة Six Sigma.  
- التوزيع العشوائي لنقطة التحكم الحرجة  
«Haccp» «جودة المنتج الغذائي».

● كيفية تطوير الخدمات السياحية والتي  
تقدم من خلال مكونات النشاط السياحي  
المختلفة «خدمات الإقامة - خدمة الإعاشة - خدمة  
النقل السياحي - خدمة الإرشاد السياحي - خدمة  
الترفيه السياحي - خدمة البيع السياحي وخدمة  
الاتصالات والمعلومات السياحية».

## منهج تطوير الخدمات السياحية

● لتطوير الخدمات السياحية وتحسين مستواها  
في أي دولة يمكن الاعتماد على مدخلين رئيسيين  
هما:

«أ» إدخال تحسينات وتعديلات جوهرية على  
الخدمات السياحية الموجودة وذلك بتطوير بعض هذه  
الخدمات بما يتلاءم مع احتياجات ورغبات السائحين  
وبما هو مستخدم في الدول السياحية المتقدمة.  
«ب» استحداث خدمات سياحية جديدة لم تكن  
موجودة من قبل بالمنتج السياحي بما يحقق منفعة  
جديدة للسائح مما يعمل على زيادة حجم الطلب  
السياحي المتوقع.

● وأيضاً مد الخدمات السياحية إلى قطاعات  
جديدة وأسواق سياحية جديدة لم يسبق التعامل  
معها من قبل.

● وإضافة خدمة سياحية مكملة للخدمة القائمة فعلاً  
بمعنى إضافة شركات السياحة - مثلاً - خدمة الفندقة  
إلى خدماتها أو إضافة خدمات سياحية مكملة  
للخدمات السياحية «خدمة الصرافة - التأمين».

## عوامل نجاح الخدمة السياحية

● يتوقف نجاح الخدمة السياحية وتفوقها على  
العوامل التالية:

- طبيعة الخدمة السياحية:  
● كلما اتصفت الخدمة السياحية بالسهولة واليسر  
في تقديمها بعيداً عن التعقيد والصعوبة كلما كانت

## أهمية رقابة الجودة Quality control:

● كانت أجهزة السياحة القومية وموردوا الخدمات  
السياحية إلى عهد قريب لا يعون تماماً أهمية رقابة  
الجودة في المنتجات والخدمات السياحية، وكانوا  
يعتقدون أن هذه الرقابة هي نوع من التفقيش. ولهذا  
كانت رقابة الجودة كانت تختلط في أذهانهم بشسوية  
شكاوى العملاء. وظل الأمر هكذا حتى ظهرت في  
الولايات المتحدة الأمريكية وفي الدول الأوروبية  
الغربية تشريعات حماية المستهلكين فبدأت رقابة  
الجودة تأخذ حقها كوظيفة ضرورية في النشاط  
الاقتصادي. وأصبحت رقابة الجودة من أهم  
خصائص انتظام الخدمات السياحية وضماناً من  
ضمانات إشباع رغبات السائحين وتحقيق رضائهم.  
● فالرقابة على الجودة تعني (وسائل وأساليب  
تتبعها الإدارة «العليا أو التنفيذية») لتصل لهدف  
معين. فإذا كان الهدف الجودة فيجب أن يكون هناك:  
- «معايير لهذه الجودة وتطور في صورة تعليمات  
تنفيذية وتحديد ما يجب عمله تجاه تجاوزات هذه  
المعايير مع مراعاة التحسين المستمر دائماً».  
Q-standards- Q- plan-corrective ac-  
[tion- continous improvement.]

## ضمان الجودة Quality Assurance في السياحة

● يمكن تعريف الجودة.. بأنها ارتفاع الخدمة  
السياحية إلى المستوى المتوقع من السائحين.  
ويجب النظر إلى الجودة على أنها رضا العملاء  
والعاملين معاً وهي السبيل المؤكد لرفع الإنتاجية  
وزيادة الدخل في المنشآت السياحية بوجه عام.  
● الجودة.. لا تعني الزيادة الكمية للخدمات  
(Quantity) أو الخدمة العالية الممتازة (deluxe)  
ولكن تعني (Quality) مواسمة الخدمة للمعايير  
المحددة والملائمة للسعر أو القيمة المناسبة والموجهة  
للأسواق المعينة. وهي تعظيم رضا السائح.  
● من أفضل التعريفات في الجودة أنها هي  
الصلاحية أو المناسبة للوظيفة أو الغرض - Fit-  
ness For purpose - والهدف من إدارة الجودة  
هو (افعلها صحيحة من أول مرة وكل مرة) (right first time and every time).

● يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذي يتم به  
تقديم الخدمة السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى  
جودتها ومقدار ما تحققه لهم الخدمات من منافع  
توفر لهم إشباع حاجاتهم المختلفة فالخدمة  
السياحية سواء كانت في مجال الاتصالات أو النقل  
أو الإقامة... إلى غير ذلك يجب أن تقدم للسائح  
بصورة تليق بمكانة الدولة السياحية وتتفق مع  
القواعد والبروتوكولات التي تنظم العمل السياحي  
بمختلف مجالاته.

### - وضوح الخدمة السياحية:

● إن الخدمات السياحية التي تقدمها الدولة  
للسائحين يجب أن تكون واضحة ومعروفة لديهم  
من حيث أماكن تواجدها وأنواعها وأسعارها.

### - مناسبة أسعار الخدمة:

● تعتبر الخدمة السياحية الجيدة بالسعر المناسب  
هي جوهر العمل السياحي الناجح لأن السائح  
دائماً بعيد النظر ذو حساسية شديدة للخدمات التي  
تقدم له في مناطق الزيارة يبحث عن الأفضل  
بأنسب الأسعار لذلك فإن الخدمات السياحية التي  
تتصف بالرقى والتطور مع التسعير المناسب لها  
دور في زيادة الطلب السياحي.

مدى تميز الخدمة وجودتها عن غيرها من  
الخدمات المقدمة في المقاصد السياحية الأخرى.

● كيف يمكن رفع مستوى جودة الخدمات السياحية؟

● تضمن إعلان مانيلا عن السياحة العالمية عام  
١٩٨٠ معالجة لتحسين جودة العرض السياحي  
كما يلي:

● إن تحسين مستوى جودة العرض السياحي،  
الذي يتأدى بدوره في احترام المستهلك هو هدف  
يجب وضعه في الاعتبار دائماً، ولا يعني ذلك أن  
تكون الخدمات ذات مستوى رفيع فحسب بل يجب  
أن تكون التسهيلات السياحية مخططة تخطيطاً  
دقيقاً مع الأخذ في الاعتبار طبيعة الطلب لكي يمكن  
ضمان إتاحة السياحة بنوعها الدولية والخارجية..  
لشرايح أكبر من السكان وفي ذات الوقت الحفاظ  
على مستوى جودة هذه التسهيلات.

والحصول على شهادات الأيزو (ISO 9000-9001) من أهم الوسائل الإيجابية الفعالة لمواجهة تحديات العولمة السياحية وتحرير الأسواق.

– من المعروف أنه كانت هناك ٢٠ ثلاثة أنواع من شهادات الأيزو (ISO ٩٠٠٢) في مجال الإنتاج والخدمات (ISO 9003) في مجال التفيتيش النهائي، (ISO ١٠٠٩) في مجال التصحيح والتطوير. أما بالنسبة للإصدار الجديد للأيزو فتم إلغاء مسميات الأيزو «٩٠٠٢»، «٩٠٠٣» وتحولت المنشآت الحاصلة عليها إلى «الأيزو ٩٠٠١ ISO» لسنة ٢٠٠٠.

– وما يذكر أن الدول المشتركة في المنظمة العالمية للمواصفات «ISO» في اجتماعها بسان فرانسيسكو ووافقت على مشروع المواصفات الجديدة «ISO ٩٠٠١» ٢٠٠٠ وبدأ في تطبيقها في سبتمبر ٢٠٠٠.

**ومن أهم ملامح هذه المواصفات الجديدة للأيزو:**

– تطبيق إجراءات تحقيق الجودة في مجال الإنتاج والخدمات وتوافر القدرة على التطوير للتأكد من استمرارية الجودة مستقبلاً.

– تركز على تحقيق رضا كل من المتعاملين مع المنشأة (أصحاب المنشأة- المديرين والعاملين) بها وتنمية الموارد البشرية وتطوير الموردين وزيادة الاهتمام بتوفير المعلومات وجودتها.

– سهولة تكامل النظام مع الأنظمة الأخرى للجودة التي ترغب المنشأة في تطبيقها «البيئة والصحة والسلامة».

**يجب أن نذكر دائماً إنه مع الجودة:**

– مشكلات أقل «إدارية- مرتجعات- شكاوى».

– زيادة الإنتاجية.

– السمعة الحسنة للشركة جذباً للعملاء.

– القدرة على المنافسة.

– تحسين عائد المساهمين.

– ثقة العاملين في خدماتهم وإنتاجهم.

– زيادة مهارة وخبرة العاملين.

– زيادة الأرباح للمؤسسة وللعاملين.

**يجب أن نتذكر دائماً محددات الجودة في الخدمات وخاصة السياحية.. محور اهتمامنا..**

● **المجاملة Courtesy** – فائ خدمة تحتاج إلى مجاملة.

● **الثقة بالنفس Confidence** يجب الثقة بالنفس لاداء الخدمة على أكمل وجه.

● **الاستجابة Responsiveness** يجب الاستجابة بسرعة لاداء الخدمة.

● **الفهم UnDer Standing** يجب فهم المطلوب من الخدمة.

● **العول «جدارة الاعتماد عليه» Reliability** تماسك الخدمة عبر الوقت.

● **المصداقية Credibility** الصدق في أداء الخدمة.

● **إمكانية الوصول Accessibility** إمكانية الوصول للخدمة بسهولة وتحقيقها.

الشركة السياحية وخاصة إذا كان هذا السائح من يطلق عليه (مرشدو السعر Travel Leaders).

– يجب اشتراك جميع العاملين في الشركة في تحقيق الرضا الكامل للسائح كما أوضحنا من خلال تطبيق مبدأ الجودة الشاملة T.Q.M.

● مع تعدد التشريعات التي تنظم وتراقب اعمال شركات السياحة ومنظمي برامج الرحلات السياحية الشاملة فلايزال الباب مفتوحاً على مصراعيه لرفع مستوى الجودة في اعمال شركات السياحة لإمكان تحقيق أعلى درجة من الرضا لدى السائحين مجموعات وفرادى سواء من حيث جودة البرامج السياحية وتقديم مختلف الخدمات التعاقد عليها بدقة وانضباط ومن حيث اختيار مقاصد سياحية متميزة تستطيع تقديم تجربة سياحية مثالية متميزة لا تنسى مع تعدد واختلاف انماط السياحة في الوقت الحاضر.

**ومن المقترحات التي يمكن تنفيذها لرفع مستوى هذه الخدمات ما يلي:**

● تقديم المعلومات الكافية والصادقة للسائحين عن البرامج السياحية المختلفة بمختلف مكوناتها.

● القيام بدور مستشارين للسفر والسياحة إلى جانب دورهم كموزعي خدمات سياحية مع تدريب العاملين على هاتي الصفتين.

● الاهتمام بتأكيد الحجزات طبقاً للبرامج المعلنة والإسراع في تنفيذ الخدمات قبل مواعيد السفر بمدة كافية.

● ممارسة الرقابة على جودة الخدمات الموعود بها.

● تحسين العلاقات ودعم الثقة بين وكالات السفر والسياحة وموردي الخدمات السياحية.

● زيادة عدد رحلات دراسة المقاصد السياحية المختلفة للحصول على معلومات كاملة وحقيقية عنها لإفادة عملائهم بتشخيص أنق للمنتجات السياحية المختلفة.

● الاهتمام بدراسة شكاوى العملاء والعمل الجاد على حل المشكلات.

● تنوع اسعار الخدمات المختلفة تبعاً لاختلاف البرامج مستوى ومدة ومكانا مع التاكيد من أن تكون أسعار البيع متناسبة مع مستوى الخدمات المختلفة المقدمة.

● **على أنه يمكن القول بأن:**

● المستقبل في ظل المنافسة العالمية في القرن الحالي لجذب الحركة السياحية سيكون لمن يقدم خدمة أفضل ولن يمتلك الجودة ولن يخدم السائح.

● إن الجودة هي معيار السبق والتفوق والفوز بمستقبل أفضل في عالم السياحة.

● من يملك الجودة سيمتلك السائح والعالم كله يبحث حالياً عن الجودة.

● لن يستطيع أحد رفع أسعاره إلا إذا كان يتمتع بجودة عالية في الخدمات.

● وبدون الجودة ومرعاتها في جميع المجالات سوف نخسر أهم عناصر الازدهار السياحي وهو عنصر «تكرارية الزيارة».

● الجودة هي أساس التنمية ومعيار القدرة على الاندماج في الاقتصاد العالمي الذي تفتحت آفاقه وتلاشت حدوده.

● الجودة وتطبيق المواصفات القياسية العالمية لها

● يجب التزام العاملين في صناعة السياحة والسفر بتحقيق مستويات الجودة التي يتوقعها السائحون فإذا تصور هؤلاء العاملون أن توفير الجودة ليست أمراً ضرورياً فإنهم سيتقاعسون عن تحقيقها وتصبح الجودة مجرد فكرة يتكلم عنها الجميع وغير متحققة في الواقع.. وهذا المبدأ يعبر عنه «بضمان الجودة» أو توكيد الجودة، فلكي نؤكد الجودة ونضمنها لابد من التاكيد من أن رضا العميل «السائح» قد تحقق، وذلك بفهم كامل من «كافة منشآت الخدمات السياحية المختلفة» لمطالب السائحين ودراستها والتاكيد على أهمية تحقيقها وهذا يأتي بتكامل جهود جميع العاملين بهذه المنشآت وليست إدارات الجودة وحدها لتحسين الجودة وتطويرها المستمر وذلك لتقديم خدمة سياحية تال الرضا الكامل من العميل، «فتوكيد الجودة» تعني «إدارة الجودة»، فهي جميع الأعمال المخططة والمنظمة والتي تنفذ من خلال نظام الجودة ويمكن استعراضها للعميل والعاملين بالشركة لاطاء الثقة في أن جودة المنتج سوف تتحقق وهذا يعني ضرورة وجود نظام «تخطيط- توثيق وثائق وطرق أداء» - تنفيذ».

● ولتحقيق الرضا الكامل للسائح لابد من تكامل جهود جميع العاملين من خلال التحسين المستمر للاداء واتباع الأساليب والأدوات الإدارية الحديثة في التنفيذ والمتابعة والتحسين للاداء لتحقيق الرضا الكامل للعميل دائماً وهو ما يطلق عليه «فلسفة الجودة الشاملة» (Total Quality Management TQM) وهي أحدث فلسفة في مراحل تطوير مفاهيم إدارة الجودة.

**● يجب على القائمين على إدارة الشركات السياحية التعرف على المكونات الأساسية للجودة وهي:**

– تحديد مستوى الخدمات المطلوب تقديمها لمجموعات محددة من السائحين وهل هي مرغوبة بالفعل من قبل هذه المجموعة؟

– التزام الشركة بتقديم خدماتها بنفس الجودة مع مرور الوقت (تنفيذ سليم بدون أخطاء «اعملها صح من أول مرة»).

– يجب على إدارة الشركة السياحية التأكيد بصفة مستمرة بمدى ملائمة الخدمة السياحية لرغبات واحتياجات العملاء وبالتالي اقتراح سبل تطوير هذه الخدمة للاحتفاظ بمرکزها التنافسي من خلال التحسين المستمر للخدمات.

– يجب مراعاة أن علاقة الشركة السياحية بالسائح لا تنتهي بانتهاء الرحلة بل يجب الاحتفاظ بعلاقة جيدة ودائمة مع السائح والتعرف على مدى رضائه عن الخدمات المقدمة إليه من قبل موردي الخدمات.. وهذا ما نطلق عليه (خدمات ما بعد البيع Post sale services).

– فيجب على الوكيل السياحي التوافق مع الرغبات والاحتياجات المتعددة والمتغيرة للسائحين وإلا سيتعرض لمخاطرة خسارتهم لصالح المنافسين.

– يجب الأخذ في الاعتبار أهمية الكلمة المنطوقة (Word of mouth) في مجال تنشيط مبيعات

● السلامة Security السلامة عند أداء الخدمة.  
● الحقيقة المادية Tangibles تكون الخدمة شئ ملموس.

### من أحدث برامج الجودة برامج «Six Sigma»

– أسلوب عالمي جديد ويمثل أحدث المناهج العالمية الجديدة في تحسين أداء المؤسسات الخدمية والإنتاجية والخدمات والمنتجات التي يقدمها.  
– تعتبر إدارة «Six Sigma» نمطاً جديداً من أنماط التنمية الإدارية وأساليب الإدارة الحديثة التي تنتهجها العديد من المؤسسات «أهمها الخدمية مثلها» «الفنادق» في إطار سعيها لتحسين خدماتها والنهوض بالمستويات الإدارية وزيادة الدخل- كما يعتبر ثقافة جديدة لتحقيق نتائج أفضل في مجال العمليات من خلال تطبيق سبل وإجراءات أسهل تساهم فيها.  
– يتم تطبيق برامج «Six Sigma» على النحو التالي:

- تقسيم المنظمة الى مجموعة من عمليات التشغيل.
- وضع أهداف نابذة من متطلبات عملائها.
- قياس الأداء الفعلي لهذه العمليات.
- وضع برامج لتحسين هذه العمليات بمشاركة الإدارة العليا مع مسئولى تشغيل هذه العمليات بهدف:
- 1- تقليل التكلفة لحدما الأدنى والوصول بنسبة المعيب إلى الحد الذي لا يتجاوز «أربعة في المليون» من خلال القياس والتحليل والمراقبة المستمرة لعمليات تقديم الخدمات باستخدام العديد من الأدوات والأساليب المتكاملة وتحقيق متطلباتهم.
- 2- إرضاء العملاء: والحفاظ عليهم وتحقيق متطلباتهم.

### تشتمل برامج (Six Sigma) أربعة أنواع

- «النوع الأول» هو (ORANGBELT) لتأهيل وتدريب فرق التطبيق.
- «النوع الثانى» هو (GREEN BELT) لتأهيل وتدريب رؤساء الفرق الذين يؤدون عمل فرق التطبيق.
- «النوع الثالث» هو (CHAMPION) لإعداد القادة والمديرين فى المؤسسات لنشر وعى وفكر (Six Segma) وتحصيل المؤسسة إلى مؤسسة تؤمن وتطبق مبادئ (Six Segma) وليست مؤسسة عادية.

● «النوع الرابع» هو (Biack Belt) للمتخصصين والمتفرغين قادة تنفيذ مشروعات (Six Sigma) فى المؤسسة ويحصل على التدريب لقيادة النوع الأول والثانى.

● ويبقى الهدف دائما الوصول للعالية والمنافسة محلياً وخارجياً وتحقيق نصيب أكبر من السوق فالجودة هى الوسيلة الفعالة لتحقيق هذه الأهداف.

### وعلى ذلك Six Sigma

- الوصول إلى منتج غير معيب.
- خفض التكاليف.
- تقليل الهالك.
- تحسين استغلال طاقة العمل.
- خفض أزمدة التشغيل.
- رفع مستوى رضا العميل.

### من أهم الاتجاهات الحديثة فى جودة الأغذية:

● التوزيع العشوائى لنقطة التحكم الحرجة (HACCP).

HAZARD Analysis critical control point)

– يعتبر نظام HACCP نظام التحكم فى جودة المنتج الغذائى الذى يقوم على منع مشاكل سلامة الغذاء Food Sauty.

– النظام مشتق من نظام تحليل التأثير والانهيار كنظام هندسى يتحكم فى المنتج «مواده الخام ومرامل التصنيع».

– يعطينا مؤشر على ما هو الخطأ فى النظام الشامل للإنتاج.

– كثير من المنظمات شجعت النظام مثل «المنظمة العالمية للصحة» - World Health Organiza- tion وكندا والمنظمة الدولية لمواصفات الميكروبيولوجى للغذاء و«الحكومة البريطانية».

– يعتبر النظام أداة إدارية تساعدنا للتحكم فى حدوث مخاطر كإدارة اللحص وضبط الجودة ويشتمل فريق العمل فى هذا النظام العديد من التخصصات مثل «الميكروبيولوجى، الكيمياء، والإنتاج، تأكيد الجودة وتكنولوجيا الغذاء وهندسة الغذاء».

### فوائد النظام

- يغطى النظام كل الأنشطة الخاصة بسلامة الغذاء بداية من المواد الخام، الشراء، التصنيع وحتى استخدام المنتج النهائى.
- يحرك هذا النظام كل أنشطة الفحص والاختبار لوضع نظام تأكيد جودة وقائى.
- يضبط النظام بكفاءة تكاليف مخاطر صناعة الغذاء.
- يعتبر النظام دراسة تطبيقية تعالج المخاطر الناتجة فى صناعة الغذاء وكذا التنبؤ بالمخاطر.
- يركز النظام على المصادر الفنية التى تؤدى لنقاط حرجة فى العملية.
- يقلل النظام من خسائر المنتج.
- يعتبر النظام خطوة مكملة لأنظمة إدارة الجودة.
- يعتبر النظام خطوة مكملة لأنظمة وثيقة معترف بها لسلامة الغذاء.

### مبادئ النظام HACCP

- تحليل المخاطر باستخدام منحنى التتبع "Flow Diagram" فى الطريقة وتوصيف طرق القياس.
- استخدام شجرة القرار Decision Tree لتحديد نقاط التحكم الحرجة.
- وضع مستوى الهدف والتجاوز. لوضع النقاط الحرجة تحت التحكم.
- وضع نظام الإجراءات التصحيحية -Correc-tive Actions.
- وضع نظام توثيق المستندات لكل الطرق والإجراءات.
- وضع نظام للتأكد من ضبط العمليات والتأكد من أن النظام يعمل بكفاءة تامة.

### وأهداف HACCP

– تطوير العمل والنظم بالشركة لتكون لديها

المتطلبات الضرورية فى الرقابة على الجودة Quality Control لضمان حماية المستهلك

فى الصناعات الغذائية.

– تطوير النظم فى الرقابة على الجودة وتطبيق سياسة التحسين المستمر.

– (Continuous improvement)

– مشاركة فريق الخبراء مع فريق العاملين بالشركة ومن ثم إيجاد نواة لمجموعة من العاملين وتأهيلها لتكون قادرة على حل أى مشاكل مستقبلية متعلقة بالجودة الفنية (HACCP).

### الخطأ

يقوم النظام على تنفيذ البنود التالية:

- استلام المادة الخام وتشمل «قياس درجة حرارة المادة الخام- حالة الصناديق- التحليل الكيمائى للمنتج والتحليل البكتريولوجى والخصائص الطبيعية للمادة الخام».

### التخزين

- وتشمل «ظروف التخزين من حيث حالة الشلاجات- درجة الحرارة- الرطوبة النسبية- النظافة العامة للشلاجات- الصيانة الدورية للشلاجة - السلامة الشخصية للعاملين فى مجال التخزين.

### التصنيع

- ويشمل «عوامل مراقبة الجودة المختلفة من حيث خصائصها الحسية- التحليل الكيمائى الكمى للمنتجات- التحليل البكتريولوجى للمصنعات- مدى توافر الاشتراطات الصحية فى أماكن التصنيع والسلامة الشخصية للعاملين فى مجال الإنتاج».

### نظام إدارة المخلفات

#### WASTE MANAGEMENT

- التخزين والطرق الصحية للتخلص منها.
- ومراقبة المياه المستعملة فى الأغراض المختلفة بكتريولوجياً وكيميائياً.

### مراقبة المخازن

- حيث توافر اشتراطات السلامة الصحية والاشتراطات العلمية فى المخازن المختلفة العادية والمبردة.
- وسائل النقل العادى والمبرد من حيث توافر اشتراطات السلامة الصحية مثل نظافة معدات النقل ونظم النظافة الدورية.

### برنامج العمل الضعلى للتنفيذ يشمل..

– المرحلة الأولى:

وفيهما يتم تقييم نظم الجودة الفنية والاختبارات والمعامل الموجودة والتدريب المناسب لكافة العاملين على HACCP

– المرحلة الثانية:

وتشمل كافة الاختبارات التى تجرى وكيفية تنفيذها.

– المرحلة الثالثة:

وتشمل تطوير النظم وعملية قياس الاختبارات والتنفيذ.

– المرحلة الرابعة:

وتشمل توثيق النظم المذكورة سابقاً.

### ماهر السيسى