

# שיא האיכות — מניעת פגיעה בחיי-אדם

## ד"ר אברהם חולי (\*)

# N

ת כתבתי זו אבסס על שישה מושגים מרכזיים והם:

- ← חיי-אדם
- ← מניעה
- ← לקוח
- ← שיווק
- ← מנכ"ל
- ← עלויות אי-איכות



למונופול עלולים לאבד את הלקוחות שלהן, האזרחים, במידה והם מחליטים לעזוב אותן ולעבור להתגרר במחוז אחר או במדינה אחרת.

האחריות הכוללת לקיומה של איכות בארגון היא של **מנכ"ל** הארגון. המנכ"ל הוא האחד והיחיד בעל הראייה הכוללת של כלל התפקידים בארגון שמטרתו, בעבודת צוות, לספק ללקוחותיו תוצרים איכותיים.

ולסיום, "אי-איכות" כפי שנאמר לעיל, היא תופעה היוצרת בזבוז משאבים שעלותם פוגעת ביכולתו של הארגון להגשים את מטרותיו. רוב המשתמשים במושג של "עלויות אי-איכות" נוטים לחשוב רק על העלויות לתיקון ליקויים ופגמים בתוצרים ברי-קיימא ובשירותים אשר לעיתים גורמים להתמוטטות ארגונים ולגידול באבטלה. ואולם, העלות הגבוהה ביותר היא זו הקשורה בפגיעה בחיי-אדם. עלויות אלה אינן רק העלויות הישירות הניתנות לחישוב מתמטי, אלא בעיקר העלויות הנגרמות כתוצאה מהשפעת הפגיעה ברגשותיהם של המקורבים (ובמיוחד של בני המשפחה) לנפגע. עלויות כאלה אינן ניתנות למדידה מתמטית אך הנזק המצטבר שהן יוצרות עלול למוטט את הארגון שבו נפגעו חיי-אדם.

וכך, נסגר לו המעגל.

מעגל שנפתח במושג חיי-אדם, עובר דרך המושגים הנוספים כמו מניעה, לקוח, שיווק, מנכ"ל ועלויות אי-איכות ונסגר במושג החשוב מכל – **חיי-אדם**. ⊕

את המושג "איכות" ניתן לתאר במילים שונות כמו: "טוב", "יפה", "מושלם" וכד' כאשר את המושג "אי-איכות" ניתן לתאר במילים אחרות כמו: "לא טוב", "לא יפה", "לא מושלם" וכד'.

מניסיוני הרב הגעתי למסקנה שהתיאורים הנ"ל לוקים בחסר, כשרוב המשתמשים במושגים "איכות" ו"אי-איכות" אינם משייכים למושגים אלה את החשוב מכל והוא: **"חיי-אדם"**.

המושג "חיי-אדם" הוא מושג של "איכות" והמושג "פגיעה בחיי-אדם" הוא מושג של "אי-איכות".

ארגון השואף להיות מוביל בנושא איכות הינו ארגון היודע **למנוע** כל פגיעה בחיי-אדם כשהחמורה שבהן היא: **מוות**.

לכל ארגון יש **לקוח**. כל לקוח מצפה לקבל מהספק שלו תוצרים (חומרי גלם, רכיבים, חבילות תוכנה, מוצרים, מערכות או שירותים), שיתאימו לדרישותיו. הלקוח של מדינה הוא **האזרח** ובתור שכזה, הוא מצפה שהמדינה תספק לו את התוצרים המגיעים לו באיכות הגבוהה ביותר שניתן. ואולם, בראש וראשונה מצפה האזרח שהמדינה תעשה כל שניתן, במסגרת המשאבים הקיימים, כדי למנוע פגיעה מכל סוג שהוא בחייו. המרכיבים הבסיסיים הדרושים לקיום חיי-אדם הם המזון והמים. האזרח כלקוח, מצפה שהמדינה תמנע כל פגיעה בחייו במסגרת תחומי האחריות שלה. לדוגמה: איכות המים. האזרח מצפה שהמדינה תעשה כל שנדרש כדי שאיכות המים תתאים לצרכיו (מים לשתייה, מים להשקייה וכד').

כדי שאיכות התוצרים של ארגון תהיה גבוהה על פונקציית **השיווק** של אותו ארגון ללמוד ולהכיר היטב את הצרכים של לקוחותיו כדי לתכנן ולבצע בהתאם. ארגון שפונקציית השיווק שלו אינה מבצעת את תפקידה באיכות גבוהה, עלול לאבד את לקוחותיו. בעולם העסקי והתחרותי הדברים ברורים מאוד, אך בפעילויות של מונופול קיימת נטייה להפחית את חשיבותו של הלקוח. ואולם, גם מדינה ומחוזותיה (עיר, כפר, קיבוץ וכד') הנחשבים

(\*) יו"ר האיגוד הישראלי לאיכות, סמנכ"ל לאיכות ושביעות רצון ללקוחות ב"מוטורולה ישראל"