

TQM
ТОТАЛЕН МЕНАЏМЕНТ НА КВАЛИТЕТОТ
ЈАПОНСКА ФИЛОЗОФИЈА ЗА КВАЛИТЕТОТ

Роберт Нунески

Japan Tobacco International, Јоханезбург - Ј. Африка

New Port News Shipyard –
филозофија за квалитетот

Ние ќе градиме добри бродови овде,
Со профит ако можеме,
Со загуба ако треба,
Но секогаш ќе градиме добри бродови

1 . Тотален менаџмент на квалитетот

TQM (**Total Quality management**) е филозофија или начин на работа, што ги обврзува сите инволвира во бизнисот да ги поддржуваат другите во компанијата да придонесат за висока сатисфакција на потрошувачите. Секоја компанија има различна мисија и различни потрошувачи, вработени и други акционери, па така начинот на пристап кон постигнувањето на тоталниот квалитет може да биде различен. За компаниите кои имаат Total Quality култура, типични се следниве карактеристики:

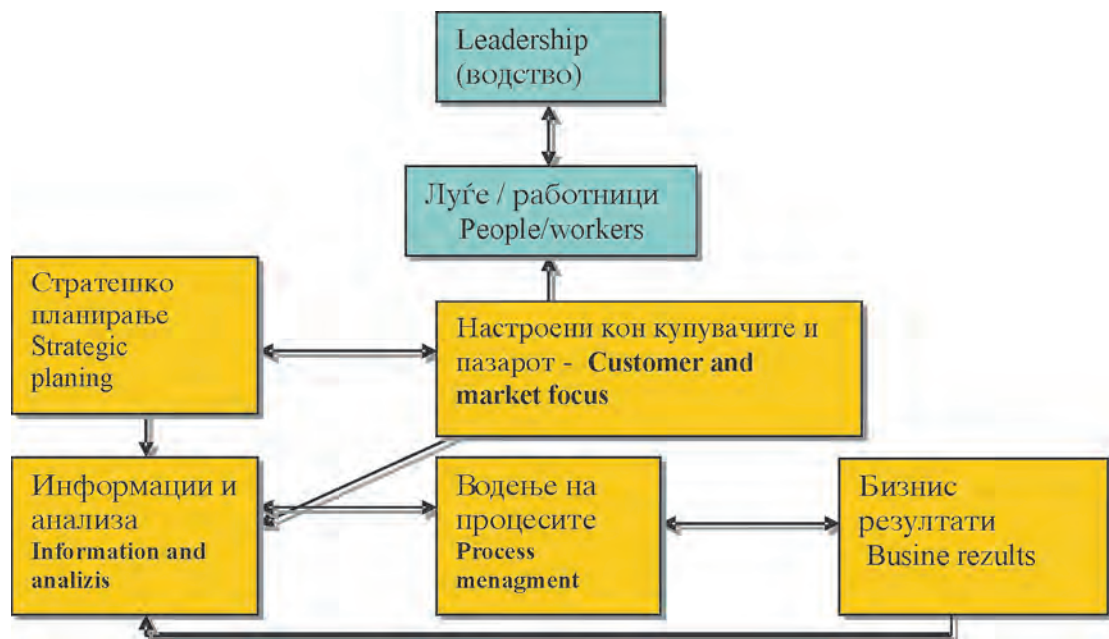
- Секој вработен е фокусиран кон купувачот (потрошувачот) и се грижи за потребите на “внатрешниот потрошувач”, или соработникот кој го користи резултатот од неговата работа, и за потрошувачите кои ги користат услугите или производите од компанијата
- Компаниите ги препознаваат потребите на потрошувачите и обидот на конкуренцијата за брзи промени и затоа треба да бидат водени од страста за константно подобрување
- Компаниите ја гледаат работата како е извршен низ процеси, или делови

од поврзани активности коишто можат да вклучат повеќе оддели во организацијата. Тие бараат начин да ја организираат и подобрат работата од перспектива на целата компанија, наместо да почнат да ги оптимизираат процесите поодделно.

- Компанијата го подобрува разбирањето, координацијата и бенефициите на повеќе од еден талент на незините вработени низ инволвирање и учествување на работниците често низ користење на тимови.

Како што спомнавме предходно, пристапот кон постигнување на тоталниот квалитет кај компаниите може да биде различен. Многу компании ги сметаат критериумите во Malcom Baldrge National Quality Award (MBNQA) како корисен прирачник кој ќе им помогне во подобрувањето на квалитетот, бидејќи овие критериуми покажаа елементи кои национално признати експерти ги идентификуваа како значајни потреби за висок квалитет.

Критериумот на MBNQA идентификува седум големи категории во кои перформансите се важни за постигнување на квалитет. Тие се:



Категориите наведени горе се независни и мораат да функционираат добро за да се добие квалитет. Водството и работниците ја сочинуваат организацијата. Другите категории се поврзани со активностите во организацијата. Водството е од витално значење за постигнување висок квалитет, бидејќи лидерите ги иницираат и поддржуваат сите други елементи за да се постигне квалитетот. Низ информациите и анализите лидерите креираат стратешки планови, кои се основа на правецот на компанијата во кои ги идентификуваат потрошувачите и пазарите. Низ анализата од добиените

информации, се дознаваат потребите на потрошувачот и на пазарот. Исто така се развиваат процеси коишто ќе одговараат на потребите на потрошувачот и на пазарот. Водењето на процесот да биде ефективен, води до бизнис резултати. Анализите од бизнис-резултатите можат да доведат до промена на одлуките на менаџментот, стратешкото планирање, значајните пазари и потрошувачи, или до промена на водењето на процесите. Со бизнис-резултатите се затвора кругот коишто води до константно подобрување, како и до флексибилност на компанијата брзо да одговори на потребите на пазарот.

2. Што е контролата за квалитет?

Топ менаџментот на компаниите секако има одговорност кон продуктите и услугите на компанијата, но менаџерите на фабриките, одделите, контролорите и работниците се одговорни за квалитетот на продуктот или услугата на нивните фабрики, оддели групи и тимови. Обврска на инженерите и техничарите е систематски и методолошки да ги подготват, прегледаат и подобрат стандардите коишто ќе овозможи на компанијата да го снабди пазарот со продукти со што пониска цена.

Контролирањето на квалитетот не значи само проучување на статистиката

или подготвување на табели и контролни шеми. Според Kaoru ISHIKAWA, цел на квалитетната контрола е да ја зацврсти економската стабилност на државата овозможувајќи извоз на високо-квалитетни производи со прифатлива цена, и на крајот поставување сигурни темели за во иднина, со воспоставување и активно извозување на индустриска технологија. Битна цел на квалитетната контрола треба да биде да ги овозможи компаниите да го делат разумно профитот измеѓу купувачите, вработените и акционерите, да се зголеми стандардот на живеење, и да се направи животот подбар низ целиот свет.

2.1 Дефиниција на контролата за квалитет

Во JIS-Јапонски индустриски стандарди) терминологски стандарди 38101-1981, контролата на квалитет е дефинирана како “систем од методи за вредносно ефективно обезбедување на продукти и услуги, чиј што квалитет е соодветен на потребите од купувачот”.

Бидејќи модерната контрола на квалитетот користи статистички методи, понекогаш се споредува со статистичката квалитетна контрола. (SQC). За ефективна имплементација на контролата на квалитет потребно е учество и кооперативност од сите вработени во компанијата, почнувајќи од топ менаџментот, преку менаџерите и контролорите па до обичните работници во сите фази на активност на компанијата, од истражување на пазарот, планирање на производството, креирање на производот, набавки, производство, инспекции, продаба, после-продажни услуги, финансии и.т.н.

Контролата на квалитет може да биде постигната само кога сите сили на компанијата се насочени кон неа.

За имплементација на Тоталната контрола на квалитетот (TQC) потребно е следново:

1) Сите оддели мора да учествуваат, при што одговорните на одделите треба да го преземат водството. Секој оддел мора да преземе иницијатива за приближување на сродните оддели.

2) Секој вработен мора да биде вклучен во контролата на квалитетот, односно сите членови на компанијата мора да партиципираат во имплементацијата на контролата на квалитетот.

3) Управувањето со квалитетот мора да биде имплементирано сестрано (да биде разбирлив, лесно да се сфаќа). За да се произведе продукт којшто купувачот и општеството ќе го купи и ќе биде задоволен од него, квалитетот мора да биде на прво место, но во исто време цената (пример продажна цена и профит), испораката (производствени количини, продажни количини и залихи) и сигурноста мора да бидат контролирани.

2.2 Јапонска филозофија за контрола на квалитетот

Јапонските научници за контрола на квалитетот и корисниците сфатија дека науките како физика, хемија, машинското инженерство и електронското инженерство се заеднички низ целиот свет, но затоа може да се каже дека во науките како менаџмент на квалитетот имаат влијание културните разлики и човечкиот фактор. Станало јасно дека американ-

скиот и европскиот метод на контрола на квалитетот не можат да бидат вклучени во Јапонија без модификација, и дека мора да се развие јапонска форма на контрола на квалитетот за да биде соодветна за оваа земја.

Во подолу наведената табела можат да се видат некои разлики помеѓу Јапонија и Западот.

	Запад	Јапонија
1. Професионализам	Силен	Слаб
2. Организација	Силна персонална улога	“Vertical society”
3. Платежен систем	Врз база на заслуга	Според стаж
4. Трансфер на работни места	Висок	Низок (животно вработување)
5. Пишани системи	Фонетески	Сликовен
6. Ниво на образование	Зависно од државата	Главна високо
7. Етнички карактеристики	Мултинационални	Една раса
8. Религија	Христијанство	Вудизам, Конфуцианизам
9. Релација помеѓу набавувачите	Противнички (50 – 60 %)	Приателски (70 %)
10. Капитализам	Старомоден	Демократски
11. Контрола од државата	Зависно од државата	Не многу силна

Јапонската индустрија по Втората светска војна почна да расте. Од 1960 година со либерализација на трговијата, контролата на квалитетот станала уште поважна. Со слоганот “Слободна трговија преку квалитет” почнале активности за да им се помогне на компаниите да произведуваат производи со висок квалитет и доволно ниски цени за да можат да бидат конкурентни за извоз. Кампањата била толку успешна што денес Јапонија произведува производи со светски квалитет и е способна да извезува насекаде во Светот.

Денес основните карактеристики на јапонската тотална контрола на квалитетот се базираат на 10-те карактеристики кои биле идентификувани во 1987. Тие се:

1) Активностите на контролата на квалитетот се одвиваат со присуство на сите оддели и со вклученост на сите вработени водени од топ-менаџментот

2) Широко прифаќање на квалитетот, како прво правило на менаџментот

3) Создавање на полиси на фирмата и водење на фирмата според тие полиси

4) Ревизија на контролата на квалитет и нејзините апликации

5) Осигурувањето на квалитетот се проширува од планирањето и развојот до продажбата и услугите

6) Контролата на квалитетот е кру‘на активност

7) Едукација и тренинг за контрола на квалитетот

8) Развивање на апликации и нивно имплемирање во контролата на квалитетот

9) Проширување на контролата на квалитетот од производствените индустрии до другите индустрии

10) Национални промотивни кампањи за квалитет

Квалитетот не е само минлива мода. Макар колку долго компанијата да продава производи или услуги, таа мора да продолжи со квалитет.

Јапонскиот метод на контрола на квалитетна е прифатен од многу земји. Тие го воспоставиле тој систем со модификација, врз база на нивните потреби и ситуации.

3.0 Напредок во областа на осигурувањето на квалитетот

Базиата на TQC е осигурување на квалитетот

Квалитетот може да биде осигуран преку повеќе методи:

1) Врз база на инспекција (100% проверка, проверка на мустри, самоконтрола)

2) Врз база на процесите (контрола на процесот, откривање на можностите на постоечките процеси и самоконтрола)

3) Низ развој на нови производи

Посебно треба да се земаат во предвид вториот и третиот метод, бидејќи тие се основи на квалитетот.

Во почетокот на воспоставувањето на квалитетната контролата на квалитетот се сметало дека со ригорозна инспекција тој ќе се зголеми. На тоа и се базира осигурувањето на квалитетот врз база на инспекција.

3.1 Осигурување на квалитетот врз база на инспекција

Осигурувањето на квалитетот врз база на инспекција има многу недостатоци, меѓу кои се и:

- Процесот на инспекција не е перфектен, а целта за целосна елиминација на дефектите не може да се оствари дури и со 100% контрола.

- Има многу вработени што вршат инспекција, а со тоа се намалува продуктивноста.

- По тие инспекции производството

мисли дека нивните производи се без дефект, но квалитетот на производот е дел од производството и одделот на производство.

- Резултатите од инспекцијата се огромни и стасуваат предочна. Затоа не вреди да се анализираат.

- Квалитетот на многу делови / парчиња не може да биде гарантиран, бидејќи тие се составени од многу други материјали и делови кои не се претходно тестирани.

- И ако се забележи дефект, се зголемува чкарот и работата на работниците, но не се добива сигурност дека тој дефект нема да се повтори.

- Со зголемување на брзината на

производството, инспекциониот процес треба да биде автоматски.

- Да се има инспекција, тоа значи дека квалитетот треба да биде оставен само на одделот за инспекција (контрола).

3.2 Контрола на квалитетот базирана врз контрола на процесот

“Да се гради квалитетот низ процесите” е значајно за квалитетот. Строго контролираните процеси се начин да се избегне производството на дефектни

производи. Меѓутоа, контролата на процесите сама по себе не може да гарантира квалитет на лошо дизајниран продукт направен со лоши делови/материјали.

3.3 Контрола на квалитетот базирана врз развојот на нов производ

Ова е трета фаза на контролата на квалитетот. Поради недостатоците на квалитетна контрола базирана врз контрола на процесот, се влегува во фаза каде се обидува да се воспостави квалитет кога производот ќе се креира. Тогаш се појавува и слоганот “Да се гради квалитетот низ дизајнот и процесите”. Со други зборови индустријата почна да гради

квалитет во продуктите со испитување на секоја фаза од нивниот развој, низ дизајнот и пробното производство, со што пристапот кон квалитетот почна да биде доверлив. Исто така, се повеќе вработени од сите оддели се вклучени во имплементацијата на квалитетот и осигурувањето на квалитетот.

4. Квалитет кој ќе го задоволи потрошувачот / купувачот

Да се направи квалитетен производ често погрешно се разбира како правење на производ со најдобар можен квалитет. Под контрола на квалитетот се подразбира дизајн, производство, и продажба на производите, со квалитет што ќе го задоволи потрошувачот/купувачот кој нив ќе ги користи. Со други зборови, под добар квалитет се мисли најдобриот квалитет којшто компанијата може да го произведе со постоечката технологија и можностите на процесот и со тоа да ги задоволи потребите на купувачот во поглед на цената и целта за која го користи производот. Добар пример за горенаведеното е следново:

Што вие би преферирале да купите, најдобрата камера во својата класа која чини \$1000 или нормална камера која чини \$200, којашто е перфектна за фамилијарни слики?

Од наведениов пример, потрошувачот нема да купи продукт којшто е надвор од неговите куповни способности,

без разлика колку е добар квалитетот, и сигурно е дека нема да купи продукт којшто нема да му ја заврши работата за која е наменет, без разлика колку евтин тој да е. Ние купуваме производи што ќе одговараат на нашите потреби и на нашите плати. Затоа, денеска е важно да се земат предвид фазите на развој на новиот производ, квалитетот на дизајнот и намената, со претходна анализа на пазарот.

Некои компании се уште имаат само комерцијален пристап, сметајќи дека се што ќе произведат можат да продадат. Таквите организации којшто веруваат дека прават добра работа и се уште успеваат да ги излажат/надитрат луѓето да ги купуваат нивните производи, се многу назад зад напредокот на цивилизацијата. Кога ќе се погледне нивното претпријатие во долгорочен период и ако се земе предвид нивниот опстанок и нивниот придонес кон заедницата, јасно е дека тие треба во најмала рака да го сменат настапот од стариот “продавачки”, на начин ориентиран кон купецот.

4.1 Четири аспекти на квалитетот

Ако сакаме да произведуваме производи со добар квалитет за купувачот, треба предходно да решиме каков квалитет планираме да произведеме и продадеме. За да се направи ова, треба да се земат предвид следниве четири аспекти на квалитетот:

- Квалитет – карактеристики на квалитетен производ
- Цена – карактеристики поврзани со цената (добивка – профит) и чинењето
- Испорака - карактеристики повр-

зани со количините и времето на испорака
- Услуга – проблеми кои се јавуваат откако производот ќе биде испорачан

Кога производот е придружен со добра послепродажна услуга, со доверлив квалитет, со добра компатибилност и долг век на траење, купувачот ќе го купи со доверба. Во обратен случај, тој ќе биде несигурен да купи производ со краток век на траење, недоверлив квалитет, производ којшто може да се расипе само неколку дена или недели по купувањето.

4.2 Појлаки

Испитувањето на пазарот, како и поплаките, се исто така важни за унапредување на квалитетот. Лесно е да се заборава на производ кој веќе е продаден, но ако компанијата произведува производи кои купувачот ги сака, мора да открие што чувствува тој во врска со производот и да го спореди со производите на конкуренцијата.

Старовремските компании гледаат да ги оттурнат поплаките што е можно повеќе, но компаниите којшто се стремат

кон квалитет го прават обратното: тие гледаат да присоберат што повеќе информации од поплаките и незадоволните купувачи. Тоа значи дека компаниите се грижат за потрошувачите, а не само за профитот кој тие го остваруваат.

По примањето на поплаките се врши анализа како дошло до грешка во производот. Се преиспитуваат процесите и инспекциските контроли, за потоа да се пронајдат слабите линкови во процесот и тие да се исправат.

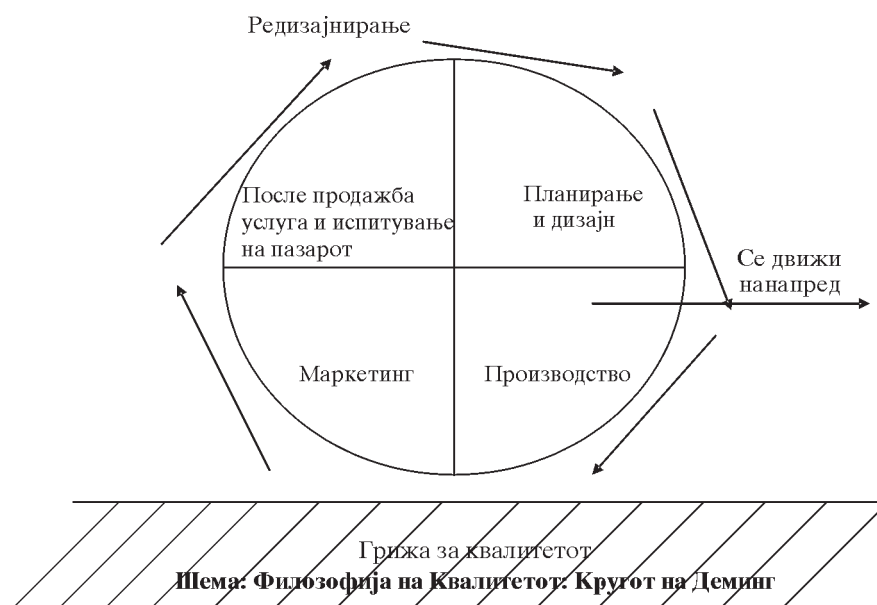
4.3 Кругој на Деминг

Пристапот кон четирите аспекти на квалитетот (квалитет, цена, испорака и услуга), се разбира, најважен е при планирање на нов продукт и квалитетен дизајн. Како што е покажано на графиконот подолу, прв чекор е да се решат стандардите за квалитетот на производот, да се иницијализираат технички и други стандарди, да се утврди како работата ќе биде извршена на други оддели итн. Продуктот понатаму е произведен по стандардот предходно донесен и се испраќа на пазар. Потоа се врши испитување на пазарот со цел да се види што мисли купувачот за производот и кои се неговите

побарувања во врска со производот во иднина. Резултатот од испитувањето на пазарот се користи за да се ревидираат квалитетот и постоечките стандарди, со цел производството да продолжи, а квалитетот да се зголеми.

Ефективноста на кругот на квалитетот е детерминирана со најслабиот чекор. На овој начин е можно да се продолжи со производство на тоа што купувачот го сака- константно унапредување, и да се оди чекор по чекор понапред.

Овој круг се нарекува Кругот на Деминг, бидејќи во Јапонија бил претставен од д-р. Деминг.



4.4 Куќувачој

Претходно кога ќе се јавеше проблем во компанијата, луѓето најчесто се трудеа да ги прикријат своите одговорности или да ги префрлат на друг. Со овој пристап проблемите не се решаваат. Ако одговорните луѓе го земат во предвид секој нареден процес како свој купувач, ако внимателно ги слушаат нивните потреби, и се подготвени да разговараат со нив отворено, тогаш проблемите меѓу одделите ќе исчезнат.

Побарувањата за квалитет помеѓу процесите, мора да го земат предвид тро-

шокот и техничката опременост на компаниите. Многупати се случува во некои фабрики, тие кој што се одговорни за процесот да немаат идеја каков квалитет очекуваат од претходниот процес или, и ако знаат, тогаш нивните барања се или превиши или прениски. Овие проблеми исчезнуваат тогаш кога луѓето одговорни за претходниот процес видат каде оди нивниот продукт и ќе почнат да соработуваат со луѓето од следниот процес. Кога различни процеси во фабриките почнуваат подобро да соработуваат, работата оди полесно.

5.0 Контрола: Контролни методи и Филозофија

“Ротирај го планот – направи – провери – преземи акција”, познат како Кругот на Деминг (образложено погоре),

не е доволен да се добие висок квалитет. Kaoru ISHIKAWA го дели кругот на шест позначајни чекори, и тоа:

- | | | |
|---|---|------------|
| 1) Одреди ја крајната цел | } | План |
| 2) Одлучи кои методи ќе бидат употребени за постигнување на целта | | Направи |
| 3) Изврши тренинг и обучување | } | Провери |
| 4) Изврши ја работата | | Дејствувај |
| 5) Провери ги резултатите | } | |
| 6) Преземи корективна акција | | |

6.0 Статистички методи искористени во контролата на квалитетот

Статистикака има големо поле на користење, не само за контрола на квалитетот туку исто и во бизнис-менаџментот. Изучувањето на статистичките методи можат да влезат во следниве категории.

- а) Статистички пристап
- б) Теорија на статистиката
- ц) Користење на статистичките методи (основен, среден, напреден)

За да се разбере статистичкиот пристап во контролата на квалитетот треба да се знае дека:

1. Резултатот од секоја работа што ја работиме, секогаш постои варијација. На работата од човекот и на индустриските процеси секогаш дејствуваат различни фактори, па затоа пробите, мерењата, тестирањата и испитувањата се субјект на грешка.

2. Грешката е основна концепција – податоците од претријативата и организациите можат да бидат нереални и неточни

3. Податоците секогаш се собираат за да се преземе некоја акција

Теоријата на статистиката во основа не треба да биде обимна. Нема потреба луѓето кои работат во компаниите да станат експерти по статистика, доволно е тие да знаат да ги користат алатките познати како “статистички методи”. Исто е со алатките наречени “мерни инструменти” кои дури и обичните работници знаат да ги користат, без знаење на теоријата на методологијата. Затоа пак тие што се одговорни за планирањето на инсталирање на мерните инструменти треба да ја познаваат теоријата на методологијата. Тие што ги изучуваат, развиваат и дизајнираат мерните инструменти, треба да ја проучуваат и методологијата.

6.1 Статистички алатки

Статистиката и статистичките методи континуирано напредуваат, ако не е потребно да се знае се за нив за да се промовираат во квалитетната контрола и во бизнис-менаџментот. Напротив, може да биде штетно ако се знае за нив, па затоа статистичките методи треба да бидат поделени во основно, средно и напредно ниво, за да бидат прилагодени на актуелните потреби на работното место каде тие ќе бидат искористени.

Основните методи се насочени кон сите вработени, од топ-менаџментот, преку средното ниво на менаџери и обичните работници. Во овие статистички алатки се вклучени:

1. Парето-дијаграми
2. Причина и ефект дијаграм
3. СНЕК-листи
4. Скатер-дијаграми
5. Хистограми
6. Графיקони и контролни табели

Основен елемент на овие алатки е дека сите тие се визуелни, во форма на графיקони, дијаграми и табели со помош на овие алатки, 95% од проблемите може да бидат решени.

Исто така овие алатки ако се изучуваат треба да се изучуваат сите во исто време.

Средното ниво на алатки е насочено кон инженерите и младите контролори. Тие се продолжение на основните методи. Во нив спаѓаат :

- 1) Статистичка дистрибуција, статистичка претпоставка и тестирање
- 2) Составување на мустри, теорија на статистичка грешка, варијанса
- 3) Статистички метод на земање мустри
- 4) Претставување на дизајнирање на експерименти
- 5) Едноставна анализа на корелација и регресија
- 6) Едноставна техника на доверливост
- 7) Едноставен метод на тестирање на сензори

Кога некој може да ги користи сите горенаведени методи, ќе стане инженер кој е способен проблемите да ги решава самостојно.

За напредното ниво, во кое спаѓаат инженерите специјалисти и инженерите во контролата на квалитетот, следниве

методи треба да бидат додадени на предходните две нивоа:

- 1) Напредно дизајнирање на експерименти
- 2) Мултиваријабилна анализа
- 3) Напредна техника на моделот на доверливост

4) Напреден метод на тестирање на сензори

- 5) Временски анализи
- 6) Други методи

Погоре наведените методи треба да бидат насочени кон одбрани луѓе, кои покрај што знаат да ги користат овие методи, треба да знаат и да ракуваат со компјутери.

7.0 ИСО Стандарди

При работа со набавувачи, компаниите често специфицираат различни потреби или стандарди за квалитет коишто набавувачите треба да ги имаат. Компаниите можат да бидат набавувачи на разни потрошувачи. На пример Интел снабдува со чипови многу произведувачи на компјутери. Би било многу тешко Интел да се прилагодува на различни стандарди кои би ги побарале компаниите. Затоа е корисно да се има еден интернационален стандард за кој било набавувач/снабдувач. ИСО 9000 дава такви стандарди.

ИСО 9000 е серија од стандарди за управување со квалитетот и за развој под дирекција на Интернационалната организација за стандардизација (ИСО) во Женева, Швајцарија. Овие серии на стандарди се групирани во пет поголеми подгрупи коишто можат да бидат употребени во различни ситуации.

- ИСО 9000 (како што наведовме погоре) е водич како да се користат останатите четири стандарди

- ИСО 9001 е стандард кој опфаќа голем домен. Се однесува на оние компании каде добавувачот е одговорен за развивање, дизајнирање, производство, инсталација и сервисирање на производот.

- ИСО 9002 се однесува на

компаниии кои имаат производство и инсталација, но не се одговорни за развивање, дизајнирање и сервисирање на производот.

- ИСО 9003 се употребува за финална инспекција и тестирање на производот. Не опфаќа стандарди за производство и затоа е најприкладен за компании кои вршат дистрибуција на производи

- ИСО 9004 им дава насоки на менаџерите на организациите како да создадат систем на квалитет и како да ги задоволат горенапоменатите четири стандарди

За да стане регистрирана по одреден стандард, организацијата треба да ги документира сите процеси и да има процедури за секој елемент во стандардот. Тие процедури мора да бидат во согласност со препораките и потребите на стандардот. Потоа, одобрен регистриран ревизор проверува дали навистина организацијата работи спрема назначените процедури. Ревизија се прави и по добивањето на сертификатот. Накратко, организацијата се проверува дали го прави она што го вели. Користењето на стандарди го подобрува квалитетот и развојот на организацијата, бидејќи грешките кои често се прават бидуваат забележани и лесно се најдуваат и исправаат.

7.1 ИСО 9000:2000 Серија: Принципи на управување на квалитетот

За успешно да се води и управува една организација, потребно е тоа да се насочува и контролира на систематски и транспарентен начин. Успехот може да дојде само со имплементирање и одржување на менаџерски систем којшто е направен константно да ги подобрува перформансите, во зависност од потребите на сите инволвирани странки.

Идентификувани се осум принципи на управување на квалитетот се што можат да бидат искористени од топ-менаџментот за да можат да водат една организација и успешно да ги подобруваат перформансите.

Заедно со концептот на процес базиран квалитет, овие принципи се основа на ИСО 9001 и ИСО 9004.

Осумте принципи на управување на квалитетот дадени од ИСО 9000 се:

1) Насоченост кон муштеријата – Организацијата зависи од нејзините купувачи / муштерии и затоа треба да ги разбере нивните сегашни и идни потреби, за да ги задоволи нивните пореби и да се стреми да ги надмине нивните очекувања.

2) Водство – Водачите воспоставуваат разбирање во компанијата и ѝ даваат насока на компанијата. Тие треба да креираат и одржуваат внатрешна хармонија во која луѓето ќе бидат целосно вклучени во постигнувањето на целите на компанијата

3) Учество на луѓето – Луѓето од сите нивоа се основата на организацијата и нивно целосно ангажирање се употребува за бенефиција на организацијата

4) Пристап кон процесите – Очекуваниот резултат се постигнува побрзо кога активностите и ресурсите се управувани како процес

5) Системематски пристап кон управувањето – Идентификувањето,

разбирањето и управувањето на внатрешните процеси како систем, придонесуваат за ефикасност на организацијата и ефикасност во постигнувањето на целите

6) Константно подобрување – Константното подобрување на перформансите на компанијата треба да биде нејзина трајна цел.

7) Пристап до факти за донесување на одлуки – Ефективната одлука е базирана на анализа на информации.

8) Заеднички бенефиции и релација кон набавувачите – Организациите и набавувачите се меѓусобно поврзани и само со заедничко разбирање е возможно тие да создат вредност.

ИСО 9000:2000 се однесува на ИСО 9004 (Quality management system) и на ИСО 9001.

ИСО 9001 се базира на потребите на потрошувачите. ИСО 9004 ги зема предвид и потребите на акционерите. Набавувачите спаѓаат во ИСО 9004 и немаат директна врска со ИСО 9001.

ЗАКЛУЧОК

Зборувааме накратко за системите на обезбедување и управување со квалитетот. Без разлика дали зборуваме за јапонскиот систем/филозофија или за ИСО или за кои било други стандарди, заедничко за сите нив е дека тие се насочени кон купувачот/ потрошувачот. Стремежот на организациите е да ги идентификуваат потребите на купувачот, а да креираат производ според тие потреби, зашто потрошувачот нема да купи продукт што е надвор од неговите куповни способности, без разлика колку е добар квалитетот, и сигурно нема да купи продукт што нема да му ја заврши работата за која е наменет, без разлика колку евтин.

И, на крајот да одговориме на прашањето: Кои се предностите/ бенефициите на компаниите кои што вовеле стандарди за управување со квалитетот?

- Квалитетот е покачен, бројот на дефектни производи е намален

- Колку што се подобрува квалитетот, толку се намалуваат поплаките од купувачите

- Со подобрување на квалитетот на производот се зголемува и довербата од купувачот

- Се намалува цената на изработката

- Производот може да биде продаден по повисока цена

- Производството се зголемува и можно е да се обезбеди рационален план за производство

- Се намалува непотребната работа и се зголемува ефикасноста

- Цената на чинење на инспекциите и тестирањата се намалува

- Талентираните работници можат да избијат на површина

- Меѓучовечките односи се подобруваат и бариерите помеѓу различни оддели исчезнуваат

- Луѓето почнуваат да зборуваат заеднички јазик и меѓусебно се разбираат подобро

- Информациите од пазарот се добиваат многу побрзо

- Новите производи се прилагодуваат побрзо спрема побарувачката од пазарот

- Состаноците одат потечно

- Работниците од цела компанија работат заедно, бидејќи е создаден систем за соработка.

- Компаниската култура се подобрува
- Процесот на донесување одлуки се забрзува.

ЛИТЕРАТУРА

1. James B. Dilworth, 2000. , The Drayden Press, 3 edition (January, 2000), Operations Management, Providing Value in Goods and Services.

2. Jay Heizer, Barry Render., 2006. - Prentice Hall; 8 edition (June 2006) - Prentice Hall; 8 edition (June 2006). Operations Management.

3. John S Oakland, 1993. Butterworth-Heinemann Ltd; 2Rev Ed edition (15 Mar 1993) , Total Quality Management: The Management of Change Through Process Improvement.

4. Kaoru Ishikawa, 1990. Productivity Press; 1 edition (January 1, 1990) , Introduction to Quality Control

5. ISO 9000:2000 Series Auditor/Lead auditor.

TQM

TOTAL QUALITY MANAGEMENT - JAPAN PHILOSOPHY OF QUALITY

R. Nuneski

*Japan Tobacco International
Johannesburg - S. Africa*

SUMMARY

Brief explanation was given on various systems of quality management and assurance. Regardless whether it is Japanese system, ISO standard or any other standard, common to all of them is that they are focused on the customer/consumer. The aim of the companies is to identify customers needs and to create product in accordance with their needs. No customer will ever buy a product which exceeds his buying capacities, no matter how good its quality was. In the same way, customer would not buy a product which he finds unsuitable to serve his aim, no matter how cheap it was.

Author's address:

Robert Nuneski
Japan Tobacco International
Johannesburg - South Africa