

تدوین «سند راهبردی کیفیت» صنعت خودرو

جمعی از معاونان کیفیت شرکت‌های خودروساز داخلی ۲۳ شهریور ۹۵ در اتاق بازرگانی ایران گردهم آمدند تا در قالب دومین نشست و با میزبانی انجمن مدیریت کیفیت ایران به هم‌اندیشی برای اثرگذاری بیشتر کنفرانس مدیریت کیفیت در بخش صنعت خودرو در نشست تخصصی راهکارهای بهبود کیفی زنجیره تامین در صنعت خودروپردازند و بایدها و نبایدها برای رسیدن به اهداف کنفرانس را موردبررسی قرار دهند .

فرزین انتصاریان، رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران در ابتدای این نشست با اشاره به مغفول ماندن موضوع کیفیت در صنایع مختلف ایران گفت: در قانون، نظام جامع مدیریت کیفیت در نظر گرفته شده اما در برخی از وزارتخانه‌ها این موضوع شناخته شده نبوده و به دیگر سخن موضوع کیفیت در صنعت شفاف نیست. این در حالی است که کیفیت علاوه بر آنکه در بحث‌های فنی و قانونی وجود دارد، در تولید، توسعه اقتصادی، صادرات و... نقطه اصلی بوده و محرک اقتصادی به شمار می‌رود. فرزین انتصاریان افزود: انجمن مدیریت کیفیت ایران در ۲۰ سال گذشته روی موضوع کیفیت متمرکز شده و در این مدت با بخش‌های خودرویی نیز در ارتباط بوده است اما به طور کلی کیفیت به موضوعی محوری تبدیل نشده و در لایه‌های بالای صنعت نیز شفاف نیست. در حال حاضر بزرگترین چالش صنعت خودرو به موضوع کیفیت بازمی‌گردد و اگرچه خودروسازان در این بخش با مشکلاتی روبه‌رو هستند اما نمی‌توان ادعا کرد که به صورت کامل نسبت به کیفیت بی‌تفاوت بوده‌اند. وی با بیان اینکه متأسفانه مدیران ارشد کشور به کیفیت کمتر از اشتغال، اقتصاد و... توجه می‌کنند، تصریح کرد: در این شرایط مدیران صنعت خودرو وظیفه دارند تا توجه مسئولان اصلی را به مدیریت کیفیت جلب کنند و بر همین اساس به تدوین سندی راهبردی در زمینه کیفیت نیاز داریم و انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز به دنبال این برنامه است تا با همکاری متخصصان و کسانی که کیفیت را درک کرده‌اند، به تدوین این سند بپردازد. انتصاریان در ارتباط با برنامه‌های انجمن مدیریت کیفیت ایران برای پنجمین کنفرانس بین‌المللی کیفیت توضیح داد: در این کنفرانس روی ۳ محور جداگانه تمرکز خواهیم کرد. موضوع نخست بحث‌های تخصصی و دانشگاهی است و بخش دیگر به تدوین راهبرد کیفیت در حوزه‌های مختلف از جمله خودرو و همچنین تبادل نظر برای انتشار بیانیه در پایان کنفرانس اختصاص دارد. بخش سوم نیز معرفی تجربیات موفق نام دارد که براساس آن فضایی ایجاد می‌شود تا افراد موفق علاوه بر معرفی محصول کیفی خود از راه‌های دستیابی به موفقیت در تولید محصولی با کیفیت سخن بگویند. در ادامه این نشست فرشید شکرخدايي، نایب رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز اظهار کرد: در این کنفرانس ۷ سند تهیه می‌شود که یکی از آنها به خودرو اختصاص دارد. بیانیه‌ای هم که در پایان کنفرانس خوانده می‌شود، به دفتر رییس‌جمهوری ارسال خواهد شد. این نشست با محور دستیابی به پاسخ‌هایی برای برگزاری هرچه بهتر کنفرانس برگزار شده است؛ اینکه اعضای «پنل» از خودروسازان و قطعه‌سازان تشکیل شوند یا از سوی انجمن‌ها و تشکل‌های فعال در بخش خودرو. و اینکه نماینده مصرف‌کنندگان از چه مرجعی در این پنل حضور داشته باشد. پس از سخنان شکرخدايي برخی معاونان کیفیت شرکت‌های خودروسازی و قطعه‌سازی به بیان نظر و پیشنهاد‌های خود پرداختند که در ادامه به ترتیب سخنران، اظهارات مطرح شده در این نشست را می‌خوانید .

احمد نیک‌صفت

مدیر تحقیق و توسعه شرکت آکیا خودرو
کیفیت خودرو به دو بخش فنی و اجتماعی تقسیم می‌شود که باید پرسش‌هایی در این زمینه مطرح کرد. در بعد اجتماعی نگاه‌های منفی نسبت به صنعت خودرو وجود دارد که از بخش فنی بسیار مهم‌تر است و نیاز به شفاف‌سازی و اعتمادسازی دارد.

مهدی مشهدی

معاونت اجرایی کاریزان خودرو

برای تدوین راهبرد کیفیت در صنعت خودرو باید کارگروهی تشکیل شده و از ارگان‌های مختلفی از جمله سازمان ملی استاندارد، سازمان مدیریت، دفتر نیرومحرکه وزارت صنعت، معدن و تجارت و... افرادی حضور داشته باشند تا موضوع کیفیت به چالش کشیده شود. متأسفانه مردم گمان می‌کنند تمام خودروها تنها از سوی ۲-۳ خودروساز در کشور به تولید می‌رسد که این نگاه اشتباه است.

یزدان حیدری، مسئول کمیته کیفیت انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو

کیفیت محصولات تولیدی در شرکت‌های خودروسازی و قطعه‌سازی از تراز خوبی برخوردار است و مشکل کیفی به عمل باز می‌شود. در حال حاضر از نظر تئوری و قوانین در بخش کیفیت با مشکل مواجه نیستیم و اگرچه قواعد خوب است اما به‌خوبی به آن عمل نمی‌شود.

به طور کلی قطعه‌سازان خوبی در کشور مشغول فعالیت هستند. برای نمونه این پرسش مطرح می‌شود که یک قطعه‌ساز برای چند مدل خودرو، قطعه تولید می‌کند اما چرا یک خودرو با کیفیت به تولید می‌رسد و خودرویی دیگر بی‌کیفیت؟ در گذشته خودروسازان باعث کیفی‌سازی قطعه‌سازان می‌شدند اما اکنون رویه برعکس شده اما در مجموع مسئول کیفیت خودرو، خودروساز است نه قطعه‌ساز. در حال حاضر نزدیک به ۴۲ شرکت خودروسازی در کشور مشغول فعالیت هستند که این مدل در هیچ‌جای دنیا دیده نمی‌شود و هر کشور در نهایت ۵ خودروساز دارد.

تعداد زیاد خودروسازان باعث می‌شود تیراژ تولید کاهش یابد که در این شرایط تولید قطعه به صرفه نخواهد بود. از سوی دیگر خودروهایی که قرار است در همکاری با پژو و سیتروئن به تولید برسند حداقل قیمت آنها بالای ۶۰ میلیون تومان است. از آنجایی که قدرت خرید مردم کاهش یافته و این خودروها گران‌قیمت هستند، تیراژ پایین خواهند داشت و تولید آنها در کشور به صرفه نخواهد بود.

غلامرضا محمدی، قائم‌مقام معاونت کیفیت سایپا

در پنل‌های این کنفرانس باید به موضوع طراحی محصول نیز توجه داشت زیرا ۷۰ درصد کیفیت خودرو به طراحی آن بازمی‌گردد. در جامعه نسبت به کیفیت خودرو برداشت‌های مختلفی وجود دارد به گونه‌ای که در یک مدل خودروهای ارزان و گران قیمت با یکدیگر مقایسه شده و به نتیجه کیفی می‌رسند این در حالی است که جدای از قیمت نمی‌توان از کیفیت سخن گفت. موضوع دیگر انطباق نداشتن است که بخشی از آن به فرآیندهای خودروسازان بازمی‌گردد. به طور کلی ۸۵ درصد ارزش و کیفیت خودرو به قطعات بازمی‌گردد بنابراین قطعه‌ساز نباید منتظر خودروسازان باشد. تا هنگامی که فرهنگ نظارت خودروسازان بر قطعه‌سازان وجود داشته باشد، به جایی نخواهیم رسید.

نسترن صفرزاده، رییس اداره کیفیت ایران خودرو
تعامل خودروساز و قطعه‌ساز امری اجتناب‌ناپذیر است و باید نظارت روی قطعات وجود داشته باشد اما اکنون در مدل‌های تعامل به تضمین کیفیت رسیده‌ایم. خودروسازان باید به قطعه‌سازان کمک کنند اما اینکه مسئولیت کیفیت قطعه به خودروساز سپرده شود، از نظر مفاهیم کیفیت اشتباه است.

فرشید شکرخدایی، نایب‌رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران
مردم نسبت به خدمات پس از فروش گلایه‌مند هستند و بین ۶۰ تا ۸۰ درصد شکایت مشتریان به خدمات پس از فروش بازمی‌گردد. گاهی خطاهای تعمیرکاران نیز به نام خودروسازان نوشته می‌شود و خودروسازان معتقدند اینگونه خطاهای خدماتی روی نشان آنها اثر می‌گذارد.

محمدرضا نجفی‌منش، عضو هیات‌مدیره انجمن قطعه‌سازان ایران
خودروسازان و قطعه‌سازان نباید تقصیرها را به گردن یکدیگر بیندازند. این روش مشکلات را بیشتر می‌کند این در حالی است که هدف غایی در صنعت خودرو این است محصولی که در کشور به تولید می‌رسد رضایت مشتریان را جلب کند، در غیراین صورت مصرف‌کنندگان به سمت خودروهای خارجی و وارداتی متمایل می‌شوند. متأسفانه خودروهای چینی جای خود را در بازار ایران باز کرده‌اند و مصرف‌کنندگان به جای خودروهای اروپایی از این خودروها استفاده می‌کنند. اکنون زمان آن رسیده تا این تعادل را به هم بزنیم که یک راه آن همکاری مشترک با خودروسازان خارجی است که البته سازنده و شریک باید با معیارهای استاندارد و درستی انتخاب شوند. خودروساز در کیفیت نقش اساسی دارد و زمانی که به اهداف کیفی دست یابیم، کمیت هم ایجاد می‌شود. علاوه بر این کنفرانس، سمینار فروش و خدمات پس از فروش نیز اواخر آبان برگزار می‌شود بنابراین باید به این مسئله توجه کرد تا همکاری‌های به صورت موازی نباشد.

بهنام خلج، معاون کیفیت پارس خودرو
پیش از برگزاری کنفرانس، ماهیت پیام آن باید مشخص شود تا مشکلی به وجود نیاید. گاهی علاقه بر این است که موضوع چالش‌برانگیز باشد اما در نهایت هدف موردنظر به دست نمی‌آید.
در پایان این نشست انتصاریان، رییس انجمن مدیریت کیفیت ایران تاکید کرد که این کنفرانس ۲ لایه مخاطب دارد که لایه نخست شرکت‌کنندگان و لایه دوم مخاطبانی هستند که از بازتاب کنفرانس تاثیر می‌گیرند و هدف اصلی کنفرانس گروه دوم است. پس از آنکه اظهارنظرهای تعدادی از حاضران در این نشست به پایان رسید، از مدعوین درخواست شد برای حضور در پنل‌های کنفرانس اعلام آمادگی کنند؛ که حضور نمایندگانی از انجمن خودروسازان ایران و قطعه‌سازان کشور قطعی شد. بیشتر حاضران نیز ارائه برنامه‌های خود در کنفرانس را به آینده و نشست بعدی موکول کردند.