

استقرار نظام کیفیت مطابق با استانداردهای روز در ایران خودرو



افزایش بهره وری با رویکردی چند جانبه به عوامل موثر بر کیفیت محصولات، فرآیندها و خدمات، زمان تحویل و هزینه تدوین شده و در راستای استراتژی‌های کلان سازمان قرار گیرد تا بتواند با ایجاد هم افزایی، سازمان را در مسیر تعالی خویش و کسب مزیت های رقابتی یاری کند.

مسیر ناگزیر برای خودروساز شدن

هدف اصلی گروه صنعتی ایران خودرو، خودروساز شدن و رسیدن به سطح کیفی خودروسازان جهانی است که برای دست یابی به این امر تغییرات ساختار گسترده‌ای در حوزه های تولید، مهندسی و کیفیت طراحی و پیاده سازی شده که هدف از این تغییرات صیانت از مشتریان از طریق مدیریت متمرکز بر فعالیت های اصلی و کلیدی تأثیرگذار بر کیفیت محصولات و خدمات شرکت است. تقویت رویکرد خودکترلی در فرآیندهای ساخت و تولید، تقویت گیت های تجاری سازی ACOM و بازرسی قبل از تحویل PDI از طریق انتقال این فعالیت ها به کیفیت مرکزی و سازمان فروش، سیستم رفع ایرادات در فرآیند تولید و کیفیت در فرآیند ساخت و تولید بخشی از این فعالیت‌ها است. به منظور اطمینان از این که کلیه راهکارها و اقدامات مربوط به کیفیت در راستای رضایت حداکثر مشتریان است، ایران خودرو بر اساس اطلاعات دریافتی از مشتریان در سال ۹۴ تعداد ۲۵۵ مصوبه در ۶۵ جلسه ستاد عالی ارتقاء کیفیت در جهت بهبود پروژه ها تصویب کرد. روند افزایشی متوسط رضایتمندی مشتریان از کیفیت محصولات سواری تولیدی ایران خودرو حاکی از برنامه ریزی های اثربخش و جهش کیفیت طی سال‌های اخیر است.

برنامه های سال ۹۵

این شرکت برنامه های کلان کیفی دیگری برای اجرا در سال ۹۵ طرح ریزی کرده است. کاهش عيوب محصولات نزد مشتریان و عدم مراجعه مشتری تا

کیفیت یکی از شاخص های اصلی رضایتمندی مصرف کنندگان محسوب می شود که پیکره اصلی ایران خودرو با هدف افزایش مستمر و مداوم آن شکل گرفته است. کیفیت مهم ترین عامل وفاداری مشتریان در بازار رقابتی امروز بشمار می رود. گروه صنعتی ایران خودرو پروژه های متنوعی برای ارتقای کیفیت محصولات در زنجیره ارزش خود تعریف کرده و اجرا می کند.

هدف گذاری ۲۰ هزار کیلومتری

ارتقای کیفیت خود یک راه بی پایانی است که بستگی به شرایط فضای کسب و کار، ورود تکنولوژی های صنعتی و سرمایه گذاری دارد. برنامه کیفی ایران خودرو به گونه ای طرح ریزی شده که باید خودروی تولیدی با ۲۰ هزار کیلومتر پیمایش مشکلی نداشته باشد. این اقدام ابتدا از ۱۰ هزار کیلومتر شروع شده و در حال حاضر تلاش می شود تا به ۲۰ هزار کیلومتر افزایش یابد. ارتقای کیفیت محصولات برای پیمایش های بالاتر از این نیز در ایران خودرو هدف گذاری شده است. ارتقای کیفیت محصولات در ایران خودرو بر مبنای راهبردها و اهداف مشخصی دنبال می شود. تولید و تحویل محصول و خدمات بدون عیب از اهداف اصلی ایران خودرو است. براین اساس با بررسی وضعیت موجود و مقایسه تطبیقی با سایر خودروسازان، تدوین اهداف بلندمدت کیفیت تا سال ۱۴۰۰ مبتنی بر شاخص های جهانی در سطوح مختلف تعیین و در دستور کار قرار گرفته است. رسیدن به متوسط فعلی جهانی در سال های آینده و رتبه درخورد ایران خودرو تا سال ۱۴۰۰ از مبانی اصلی تعیین اهداف بلندمدت به شمار می رود.

افزایش رقابت پذیری با استراتژی کیفی

در سال های اخیر با افزایش سطح تولیدات و تنوع آنها، فشردگی بازار، بالا رفتن سطح انتظارات مشتریان و همچنین بحران اقتصاد جهانی، نیازمندی های بازار دچار تغییرات اساسی شده است. بدون تردید، در چنین برهه ای از زمان، شرکت های موفق، دارای استراتژی‌ها و برنامه های تجاری کارآمد و جامعی هستند که در آن تمام جنبه های موثر در ایجاد مزیت رقابتی و ارزش ساز تعیین و تعریف شده، به طوری که مبنای انجام همه تصمیمات، اقدامات و فعالیت ها از بالاترین تا پایین ترین سطوح است.

همچنین یکی از مهم ترین استراتژی های کارکردی یک سازمان برای کسب مزیت رقابتی، استراتژی های کیفیت است. لازم است این استراتژی، در راستای

دست یابی به اهداف این بخش تعریف شده است. همچنین در حوزه طرح ریزی کیفیت نیز برنامه های بهبودی برای اجرا در سال ۹۵ در نظر گرفته شده است. برنامه کلان در این بخش استانداردسازی سیستم‌ها و فرآیندهای کیفی و کاهش عيوب محصولات از نظر مشتریان است. برای دستیابی به اهداف هر بخش رویکردهای ویژه ای نیز طرح ریزی شده است که با اجرای آن اهداف کیفیت در سال ۹۵ محقق خواهد شد.

یکپارچه سازی سایت های تولیدی

یکپارچه سازی سایت های تولیدی نیز از دیگر اهداف کیفی است که ایران خودرو در نظر دارد با اجرای برنامه های بهبود کیفیت در سایت های تولیدی در سال جاری به آن دست یابد. کاهش عيوب محصولات تولیدی در سایت های ایران خودرو از نظر مشتریان، استانداردسازی سیستم ها و فرآیندهای کیفی و هزینه‌های کیفیت از برنامه های کلان در این بخش است. نتایج

ارزیابی های شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران که براساس معیارهای سازمان گسترش و نوسازی صنایع صورت می گیرد، موید روند بهبود کیفیت در محصولات شرکت ایران خودرو است. شرکت ایران خودرو با بیشترین محصول تولیدی در رنج ۲۵ تا ۵۰ میلیون تومان ۳۰ درصد بهبود را از ابتدای رویه جدید ISQA داشته است. براساس نتایج ارزیابی های این شرکت محصولات رانه، پژو پارس و دنا بیشترین بهبود در تولیدات داخلی کشور را داشته اند. نتایج ارزیابی های شاخص های پس از تحویل در پایان سال ۹۴ نشان می دهد میزان بهبود ضریب مراجعات تا ۱۰ هزار کیلومتر نسبت به ابتدای سال ۹۴ در تمامی محصولات ایران خودرو ۳۹ درصد است. همچنین میزان بهبود ضریب مراجعات تا ۵ هزار کیلومتر که شاخص مهمی برای ارزیابی کیفیت محصولات به شمار می رود نیز نسبت به ابتدای سال ۹۴ برای کلیه محصولات ایران خودرو ۵ درصد است. شاخص آدیت ظاهری محصولات پارس، پژو ۴۰۵ و آریسان به ترتیب ۵۱، ۵۱ و ۶۷۲ درصد بهبود در سال ۹۴ را نشان می دهد. در همین سال شاخص آدیت عملکردی محصول پارس، پژو ۴۰۵ و آریسان به ترتیب دارای ۳۵، ۲۲ و ۲ درصد بهبود بوده است.

بنابر اندازه گیری های شرکت بازرسی و کیفیت استاندارد ایران، در سال گذشته شاخص برگشتی قطعات C۱۰۰ براساس IN در بازه ۵ هزار کیلومتر ۱۴ درصد بهبود یافته است. همچنین شاخص C۱۰۰ در سه ماه پس از تحویل محصول پارس، پژو ۴۰۵ و آریسان به طور میانگین به ترتیب ۵۵، ۵۰ و ۵۷ درصد بهبود را نشان می دهد.

همچنین روند متوسط امتیاز منفی آدیت ایدرو از سال ۸۹ تا ۹۴ حکایت از کاهش معنی دار امتیازات منفی محصولات ایران خودرو دارد. به گونه ای که متوسط امتیاز منفی محصولات ایران خودرو از عدد ۹۳ در سال ۸۹ به عدد ۲۸ در سال ۹۴ کاهش یافته است. در مجموع گزارشات و ارزیابی های صورت گرفته در کیفیت محصولات تولیدی گروه صنعتی ایران خودرو بیانگر استقرار نظام کیفیت مطابق با استانداردهای روز در این شرکت است. ایران خودرو با هدف تامین و جلب رضایت مشتریان همواره به دنبال اجرای برنامه‌های بهبود در حوزه های مختلف تامین و تولید است. کیفیت مسیری بی پایان است که این خودروساز مصمم است با قدرت و اراده ای که در پیش گرفته در این مسیر گام بردارد.

اهم دستاوردهای بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴

از سال ۱۳۹۲ بیمه مرکزی ج.ا.ایران اقداماتی حائز اهمیت جهت رشد صنعت بیمه و به تبع آن اعتلای اقتصادی و اجتماعی کشور انجام داده که اهم نتایج و دستاوردهای آنها بشرح زیر است:

تدوین سند اهداف راهبردی و اقدامات راهبردی و عملیاتی همسو با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و در راستای عملیاتی سازی اقتصاد مقاومتی و اولویت های راهبردی وزارت امور اقتصادی و دارایی، درصد میزان تحقق هر کدام از اهداف راهبردی و اقدامات متناظر در ۳ دوره از سال ۹۲ تا پایان ۹۴، بهمراه پایش های میان دوره سه ماهه، به جدیت در سه سال اخیر انجام و پیگیری می شود. در دوره ۱۳۹۲-۱۳۹۴ وضعیت شاخص های کلان صنعت بیمه به شرح زیر است که نشان از بهبود کلی شاخص ها و وضعیت بیمه دارد.

وضعیت شاخص های مهم صنعت بیمه

عنوان	واحد	مقدار		
		سال ۱۳۹۲	سال ۱۳۹۳	سال ۱۳۹۴
ضریب نفوذ بیمه*	درصد	۱/۷	۱/۹	---
حق بیمه سرانه	میلیون ریال	۲/۶	۲/۹	
شاخص هرفیندال	واحد	۲۱۵۷	۱۹۶۲	۱۸۷۱
سهم بخش غیردولتی از حق بیمه تولیدی بازار**	درصد	۵۶/۵	۵۹/۳	۶۰/۵
سهم بخش زندگی	درصد	۹/۱	۱۰/۵	۱۱/۹
حق بیمه تولیدی	هزار میلیارد ریال	۱۶۲	۲۰۵/۷	۲۲۶/۱
تعداد بیمه نامه صادره	میلیون فقره	۴۲/۸	۴۵/۸	۵۰/۷
خسارت پرداختی	هزار میلیارد ریال	۱۰۴/۹	۱۲۴/۶	۱۴۴/۳
تعداد موارد خسارت	میلیون فقره	۱۷/۷	۱۹/۴	۲۴/۸

* به دلیل عدم اعلام رقم رسمی تولید ناخالص داخلی ۱۳۹۴ از سوی بانک مرکزی تا حال حاضر، امکان محاسبه این شاخص وجود ندارد.

** حاصل جمع مجذور سهم از بازار حق بیمه هر یک از شرکت‌های بیمه و به شرح زیر تفسیر می شود:

شاخص هرفیندال- هیرشمن HHI

بازار رقابتی کامل $HHI < 100$

بازار شبه رقابتی یا غیر متمرکز $100 \leq HHI < 1000$

بازار انحصاری یا متمرکز $1800 < HHI \leq 10000$

بازار بسیار انحصاری یا بسیار متمرکز $HHI \geq 1800$

بازار کاملاً انحصاری $HHI = 10000$

*** تعداد ارزیابان خسارت فعال تا پایان سال ۱۳۹۴ معادل ۱۵۲ واحد است .

سایر دستاوردهای مهم بیمه مرکزی از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۴ به شرح زیر است:

- تصویب قانون جدید بیمه شخص ثالث در سال ۹۴ در مجلس شورای اسلامی؛

- تقویت ابزارها و رویکردهای نظارتی بیمه مرکزی و کنترل جدی توانگری مالی و ذخیره گیری ها، ممانعت از شناسایی سودهای موهوم، الزام شرکت ها به رعایت موازین فنی در صدور بیمه نامه ها، نظارت جدی بر نحوه اداره موسسات بیمه و پایش عملکرد شبکه های فروش و بازاریابی بیمه؛

- ارائه پوشش های بیمه ای برای صنایع مهم داخلی، همچنین پیگیری تصویب لایحه تأسیس صندوق بیمه همگانی حوادث طبیعی؛

- برقراری سامانه نظارت و هدایت الکترونیکی بیمه (سنهاب)، به منظور هدایت و نظارت بر صنعت بیمه کشور؛

- اعطای مجوز به حدود ۱۰۰ طرح و پوشش بیمه ای جدید (۸۳ مورد مربوط به بیمه های عمر و درمان)؛

- تدوین و اصلاح بیش از ۲۵ آیین نامه جدید بیمه ای و ۲۸ مصوبه نظارتی در شورای عالی بیمه جهت تنظیم، هدایت و نظارت بر بازار بیمه کشور.

اهم برنامه ها و اقدامات بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران برای خنثی کردن تحریم ها:

- ایجاد حساب اتکائی ویژه تحریم و عملیاتی نمودن این حساب در سطح ملی برای ارائه پوشش به کلیه موسسات بیمه ایرانی

- تشکیل کنسرسیوم های اتکائی و کلوب های پی اند آی برای شناورهای ایرانی و خارجی

- ارائه پوشش های اتکائی مناسب در کلیه رشته ها در کشور که به دلایل تحریم امکان انتقال ریسک به خارج از کشور ممکن نبود.

- جلوگیری از خروج میلیون ها دلار ارز ناشی از واگذاری عملیات اتکایی به خارج از کشور؛

- افزایش بهینه نگهداری ریسک در داخل کشور؛

- تلاش برای واگذاری برخی از ریسک‌ها به خارج از کشور

به منظور تداوم و ارتقای همکاری های بین المللی راهبردی؛

- پشتیبانی و حمایت مالی و فنی از شرکت های بیمه جهت ارائه پوشش های مناسب جهت ریسک های بزرگ؛

- افزایش دانش آرایه برخی از پوشش های بیمه ای مانند P&I، که در انحصار شرکت های خاص خارجی بوده است .

اهم برنامه های صنعت بیمه در دوران پسا برجام:

- رتبه بندی شرکت های بیمه داخلی جهت افزایش رقابت، شفاف سازی، افزایش کیفیت و افزایش و تنوع در خدمات بیمه ای

- اعطای مجوز ارائه خدمات بیمه ای در خارج از کشور حسب درخواست شرکت‌ها و موسسات بیمه ای داخلی

- افزایش و ارتقای سطح آموزش های حرفه ای فعالین صنعت بیمه

- اعطای مجوز به اشخاص حقیقی و حقوقی متقاضی فعالیت در صنعت بیمه

- تدوین طرح های جدید بیمه ای به منظور حمایت از تولیدات ملی

- مدیریت منابع و مصارف ارزی از طریق حمایت از موسسات بیمه داخلی

