

Kalitenin Unsurları

Özellikle müşteri memnuniyetinin ve sadakatının esas alındığı günümüz piyasa koşullarında, ürünün sadece genel olarak değerlendirilmesi, pür çıktı üzerinden kaliteli veya kalitesiz olduğuna karar verilmesi, bütünün parçalarının göz ardı edilmesi, durumu anlamak, değerlendirmek ve strateji geliştirmek için yetersiz kalmaktadır.

Kalite dendiğinde anlaşılması gereken, bir arada toplam veya genel ürün kalitesini oluşturan kalite unsurları, bugün için yedi başlıkta ifade edilebilir:

1.Tasarım Kalitesi: Ürünün, müşterilerin arzu ve isteklerine uygun olarak dizayn edilmesini ifade eder.

2.Uygunluk Kalitesi: Mal veya hizmetlerin tasarım kalitesine ne kadar uygun olduğunun bir göstergesi olan uygunluk kalitesi, üretimi gerçekleştiren birim adına bir oto kontrol sağlaması açısından son derece yararlıdır.

3.Kullanım Kalitesi: Koruyucu ambalajlama, taşıma, yerleştirme, bakım ve onarım işlerinde kalite gereklerine uyulmasıdır.

4.Dağıtım Kalitesi: Mal veya hizmetin taahhüt edilen zamanda teslim edilmesi ya da yerine getirilmesini ifade eder.

5.İlişki Kalitesi: Hem iç ve hem de dış müşteriyle ilişkide bulunan herkesin etkilediği bir çeşit hizmet kalitesidir. İlişki kalitesi, özellikle, süreçler ile hizmeti sunan ve alan kişinin etkileşiminin son derece önemli olduğu hizmet pazarlamasında daha fazla ön plana çıkmaktadır.

6.Ergonomik Kalite: Ergonomi kalitesi, eşya-insan uyumu veya eşyanın, makinenin ya da aracın, insanın fizyolojik özelliklerine, çalışma biçimine ve kullanım ortamına uygunluğudur.

7.Çevreye Uyum / Duyarlılık Kalitesi: Ürünün çevre uyumu veya doğa dostu olma bakımından değerlendirilmesi, hem çevre bilinci hem sosyal pazarlama anlayışı hem de azalan / kirlenen kaynaklar doğrultusunda belirlenmiş olan çevre standartları açısından bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bunu benimseyen ve belge sahibi kuruluşlar için, kuruluş süreçlerini ilgili düzenlemelere uyarlamak bir zorunluluktur.

Kalitenin Boyutları

Ürünün satın alınmasına etki eden temel öge ürünün göstereceği “performans” ve buna ek olarak kullanım bakımından satın alınma amacına yönelik olan hizmeti ne ölçüde görebileceği ve ihtiyacı karşılamak için “uygun” olup olmadığıdır.

Ürünün ihtiyacı, beklendiği şekilde karşılayabilmesi “hizmet görürlük” ve uzun süre kullanılabilir şekilde “dayanıklı” olması diğer kalite boyutlarıdır.

“Estetik” ve “itibar” da günümüzde kalite boyutu olarak ele alınmaktadır.

Kalitenin sürekli mükemmeli arayan bir yolculuk olması doğrultusunda; sürekli iyileşme, gerçekleştirilen Ar-Ge çalışmaları ve müşteri beklentilerinin günden güne artması ile birlikte, başka faktörlerin de kalite boyutu olarak değerlendirilmesi gereksiniminin ortaya çıkacağı anlaşılmaktadır.

KALİTE KONTROL

İşletmelerde mal ve hizmete yönelik kalite amaçlarına ulaşabilmek ve kalitenin sürekli iyileştirilebilmesi için kalite kontrol işleminin yapılması gerekir. Kalite kontrolü; müşteri ihtiyaçlarını en ekonomik şekilde karşılamak için üretimin belirli kalite standartlarına göre yapılarak, mal ve hizmet kalitesinin devamlılığını sağlama işlemidir.

Kalite kontrolünü üretimin her aşamasında, sürekli yapılması gereken işlemler dizisi olarak düşünmek gerekir. Ayrıca malın müşteriye ulaştırılmasıyla birlikte, kullanım aşamasında da mal ile ilgili müşteri kullanım araştırması yapılarak kalite kontrol işlemi gerçekleştirilebilir.

Kalite kontrolün önemi aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- *Uygun ürün üretimine katkı sağlama
- *Güvenirlilik
- *Şikâyetleri azaltma
- *Kayıp ve israfı önleme
- *Müşteri memnuniyeti ve kâr artışı

Kalite Kontrolün Amaçları:

Kalite kontrolün amacı, tüketici isteklerinin ve işletmenin genel gayesini, birlikte ve muhtemel en ekonomik seviyede karşılayabilecek ürünün üretilmesini sağlayacak plan ve programların gerçekleştirilerek uygulanması ve etkin bir biçimde yürütülmesini sağlamaktır.

Kalite Kontrolün Yararları:

Kalite kontrol, işletmeye, ürüne, sürece ve topluma yönelik bir takım yararlar sağlama beklentisi ile uygulanmaktadır.

Kalite kontrolden beklenen başlıca yararlar şunlardır:

- *Makine ve işçilerin kayıp zamanını azaltarak üretimi artırmak

- *Kalitesiz üretime engel olmak
- *Malzemelerin daha ekonomik olarak kullanılmasını sağlamak
- *Müşteri şikâyetlerini azaltmak
- *İşletmelerde üretim maliyetlerinde azalma sağlamaktır.

TOPLAM KALİTE KONTROL (TKK)

Toplam kalite kontrol; kalite kontrolün tüm süreçlere yaygınlaştırılması ve bir grubun sorumluluğundan alınıp tüm çalışanların kaliteden sorumlu tutulduğu, bütünsel bir denetim sistemidir.

Toplam kalite kontrol ile kalite kontrol faaliyeti veya görevi, kalite kontrol biriminin sorumluluğunda ve üretim sonunda gerçekleştirilen bir uygulama olmaktan çıkarılıp, her aşamada ve her kesimin sorumlu olduğu, sahiplenme ve takım çalışmasının pekiştirildiği sistematik bir anlayışa dönüşmektedir.

Toplam kalite kontrol, pazarlama, tasarım, imalat, muayene ve yükleme bölümleri dahil olmak üzere bütün bölümlerin katılımını gerektirir.

KALİTE MALİYETLERİ VE OPTİMİZASYONU

Kalite maliyetleri, meydana gelebilecek hataları önlemek amacıyla yürütülen faaliyetlerin, planlı kalite muayenelerinin ve mamulün üretim aşamalarında veya müşteriye tesliminden sonra görülen hataların sonucunda ortaya çıkan maliyetlerdir. Bunlar;

- *Ölçme ve değerlendirme maliyeti
- *Önleme maliyeti
- *Hatalı mal maliyeti
- *Başarısızlık maliyetidir.

Kalite maliyetleri arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Bu ters yönlü ilişki nedeniyle, kalite düzeyini iyileştirmek için katlanılan koruma maliyetleri arttıkça, kalite düzeyi iyileşmekte, kalite düzeyi iyileştikçe de hatalı mal ve ölçme değerlendirme maliyetleri azalmaktadır. Kalite maliyetlerini optimize etmek (en uygun hale getirmek) için bu paradoksal durumdan yararlanılabilir. Böylece; klasik kalite anlayışında bile, kalite düzeyinin belirli bir noktaya kadar artırılması halinde, toplam maliyetleri azaltıcı etki yaptığı göz önünde tutularak, kalite düzeyinin doğru belirlenmesiyle kalite maliyetleri optimize edilebilir.

Bunun yanında, kalitesizliğin de bir maliyeti vardır. Kalitesizlik;

*Hatalı ürünün değiştirilmesi

*Düzeltilmesi

*Iskartaya çıkarılması

*İade edilmesi

*Müşteri memnuniyetsizliği ile itibar kaybı maliyetlerini içermektedir.
