

Kwaliteitskunde

De Nieuwsbrief van mei zou oorspronkelijk over Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) gaan. Deze brief wordt echter in juni gepubliceerd in 'Het Ondernemersbelang' Drechtsteden/Rotterdam, dus die houdt u nog van ons tegoeed.

Gedurende onze betrokkenheid bij het platform MVO, bleek ook weer hoezeer de kwaliteitskunde soms toch in een raar daglicht staat. Deze maand zullen we daarom graag nog weer eens proberen dit vakgebied op de juiste manier plaats en alle vooroordelen weg te nemen.

Wat is het?

De kwaliteitskunde is het vakgebied, dat zich bezig houdt met het efficiënter en doelgerichter maken van organisaties.

Korter kunnen we het niet omschrijven. Een organisatie bestaat uit vele processen, die continu invloed op elkaar hebben. Al deze processen moeten 'lean and mean' worden ingericht en de juiste resultaten leveren. Inefficiënties en afwijkingen van het doel, zoals indirecte uren, afval, uitval, garantiegevallen, e-mailverkeer, memo's, onnauwkeurigheden, miscommunicatie, te veel overleg, politiek, demotivatie, ziekte, et cetera, et cetera, moeten continu worden verminderd. De organisatie en haar processen moeten zich steeds verder verbeteren, opdat een eindproduct wordt voortgebracht, dat van de *juiste* hoedanigheid is. De klant moet met liefde uw diensten en/of producten afnemen, omdat het aan de juiste eisen, wensen en verwachtingen voldoet (dit geldt voor profit en non-profit organisaties).

Wat is het niet?

Kwaliteit (lees: verbeteringen) bereiken we dus niet door een handboek te schrijven. Ook niet door een ISO-certificaat te behalen en al helemaal niet door zomaar procedures, formulieren of targets in het leven te roepen. Dat zijn allemaal uitwassen van een commercieel spel.

Er bestaat nog een fabeltje, dat we graag voor eens en altijd de wereld uit zouden willen helpen. Namelijk dat kwaliteit duur is en alleen maar geld kost. De inspanningen die onder de noemer kwaliteit vallen, verdienen namelijk per definitie hun geld terug, anders is het eenvoudigweg geen kwaliteit. Het installeren van een motor in een auto is kost nu eenmaal veel tijd en geld. Echter, zonder motor zou een auto niet veel meer zijn dan een zeepkist. Door toch de moeite te nemen er een auto van te maken, ontstaat een product dat wel te verkopen is. Kwaliteit vraagt om inspanningen, die zich op de één of andere manier altijd weer terugverdienen: Door lagere kosten in de productie, een toevoeging aan een product, een betere verkooptechniek, slimmere inkoopmethode, beter ontwerpen, efficiënter bestuur, betere communicatie of informatie, et cetera. Toetst u uw werkwijze alstublieft op deze wijze.

Van mentaliteit tot kwaliteit

Denkt u terug aan de wijze waarop, mede dankzij Deming, de Japanse automobielenindustrie vanuit het niets opbloeide en de Japanners de rest van de wereld veroverden. Denkt u aan de manier, waarop Motorola miljarden bespaarde met Six Sigma. Dat is kwaliteit: eindeloos meten, analyseren, processen managen, veranderingen doorvoeren, competenties ontwikkelen, medewerkers motiveren, leiding geven, communiceren en de mentaliteit ontwikkelen om telkens maar te willen verbeteren. De ontwikkeling van die collectieve mentaliteit om het telkens maar weer beter te willen doen, dat is echte kwaliteit en dat verdient zich altijd terug, omdat het leidt tot voorsprong op uw concurrenten. De beste overwint, de andere lopen grote risico's... Een harde werkelijkheid in recessietijd.

Van kwaliteit tot resultaat

De kwaliteitskunde kijkt vooruit, de financiële administratie achteruit. Daarmee begint het spel, dat we besturen noemen. Het is een één-tweetje. Een tandem waarbij de één stuurt en de ander controleert. Vanuit de financiële administratie ontvangt u informatie over de resultaten van de afgelopen week, maand of jaar. Vervolgens is het zaak op basis van deze informatie de organisatie aan te sturen en de bedrijfsvoering (lees: de verzameling processen) te verbeteren of bij te sturen. Daarmee betreedt u het terrein van de kwaliteitskunde. De kwaliteitskunde plant processen, probeert processen te beheersen om ze vervolgens ook te verbeteren (Juran). Indien men daarin slaagt, zal de financiële administratie een maand later terugkijken over de betreffende maand en betere cijfers laten zien (uiteraard is een deel van de financiële cijfers goed te gebruiken om processen te analyseren, maar zaken als de kwaliteit, de mens, effectiviteit en vele operationele aspecten, waarop u eigenlijk zou willen sturen, zijn meestal niet zichtbaar).

De kwaliteitskunde kijkt dus vooruit. Het bestudeert allerlei processen en zoekt op basis van data én de inzet van de medewerkers naar verbetermogelijkheden. Een organisatie is een sociaal systeem van mensen. Het is dit sociale systeem, dat moet zorgen voor de meerwaarde van het product en dat zorgt voor het onderscheid in de markt. Het op de juiste manier bijeenbrengen, motiveren en inzetten van de individuele medewerkers leidt tot de toegevoegde waarde van het product en daarmee van de organisatie in de keten. Dat levert geld op en zorgt voor een gezond voortbestaan.

We wagen ons niet aan een definitie of samenvatting van kenmerken van kwaliteitsmanagementsystemen. Dat hebben al zo velen voor ons geprobeerd, maar onze boodschap is waarschijnlijk wel helder. Het is een geheel van mensen, (stuur)mechanismen, methoden, werkwijzen en instrumenten onder verantwoordelijkheid van de directie om de hele organisatie met al haar processen te beheersen en te verbeteren. Pas als men van dat geheel niet alleen een ontwerptekening heeft gemaakt, maar men ook heeft aangetoond dat de auto ook op de juiste wijze is geassembleerd, getest, men rijles heeft gehad, men hard heeft getraind en ook wedstrijdervaring heeft opgedaan, kan men met trots de beker in ontvangst nemen en heeft het deelnamecertificaat echt betekenis. Pas dan is de concurrentiepositie verbeterd en gaat de organisatie op een gezonde manier voort. Dat zal de financieel directeur u dan wel weer voorrekenen.

Met vriendelijke groeten,

Patagonia

Voor rendementsverbetering en kwaliteitsmanagement.

P.S.: Voor non-profit organisaties en overheden geldt precies hetzelfde verhaal. U hoeft slechts de woorden concurrentiepositie en winst te vervangen door het woord doelstellingen of taken. Verder gelden dezelfde efficiëntie- en effectiviteitsprincipes, die natuurlijk wel op een iets andere manier worden ingevuld en uitgevoerd.

Contactgegevens

Bezoekadres:

Baanhoek 184
3361 GN Sliedrecht

Telefoon : 078-6209935
Fax : 078-6209936
E-mail : info@patagonia-bv.com

'Jumping to a higher level'



Skype : Patagonia-Jeroen
Website : www.patagonia-bv.com

Postadres:
Patagonia Consultants B.V.
Boshoek 7
3332 KA Zwijndrecht