**1028 生產與作業管理**

**第七章 六標準差品質 心得報告**

第七組： M024012010 蘇光燦M024012036 吳維修 M024012017 吳適行

M024012016張宗華 M024012021 胡博程 M024011007 呂亭潔

**7.1 全面品質管理**

從早期到現在，品質就是一種由生產者所提供的保證，從最早期的較粗糙的QI檢驗方式、QC統計品管手法直到較近期的TQM全面品質管制方法，品質的確保是一路走向精細化。因為客戶的要求越加嚴苛，所以生產者也必須去創造出更加符合顧客需求等級的產品，也因此在生產的過程中除了更加嚴謹的產品設計、規格化的生產製造，對於品質的要求也是不得不更加精密的去執行與檢驗。

許多品質學家對於品質所下的定義均有一個共通點，那就是”以顧客為導向”，”品質是用來滿足客戶需求的”。因此我們可以下一個判斷，”品質就是需要符合客戶的需求，客戶則包含內部與外部客戶”。以生產角度來看，顧客就是下一個製程站；以銷售角度來看，顧客就是最終的消費者。要如何讓顧客滿意，這實在是一個很大的課題。

也因為顧客的要求越加嚴苛，所以品管系統的演進也愈加嚴謹，早期由品檢決定出貨品質的時代在今日早已不適用，全民品質的時代儼然來臨。TQM強調的顧客導向，企業全體參與，就是要將品質推廣到企業全體員工之中，上至高階管理者，下至全體作業員，每個人心中若是都能深植品質這個觀念，那公司的品質自然而然能夠改善，變得更好。TQM的核心精神則是藉由不斷持續改善、企業全體的參與最終要令顧客感覺滿意。但是品質的發展不僅如此，現今的品質政策發展正逐漸朝向企業的經營理念、企業文化此方面進行，若一個企業能將品質精神深植於企業文化之中，相信所生產的產品將能令顧客覺得更好、更適用。

**7.2品質規格與品質成本**

一但在決定提供給顧客的品質規格後，接下來就是利用訂定品質計畫去執行它。針對各項產品的各種特色及可能發生的問題點，進行各項可能的檢測確保產品的高品質。或許在提供高品質產品的同時可能會增高生產的成本，但是卻可以大幅度後續因為不良品生產後，造成的維護成本，反而降低整體的生產成本。更可以大幅提升產品品質，進而提升企業的形象。

**7.3六標準差品質**

六標準差活動可說是TQM的延伸，是一種追求「最小變異」的思維，利用統計學上的常態分配與機率模式，來分析主導決策，此理念在有效的分析工具的配合之下，從顧客需求啟動，應用統計工具，量測流程品質，分析驗証問題之根本原因，迅速有效的改善，同時標準化持續執行改善步驟；將企業之管理、生產與服務等流程之變異降至最低，而達到顧客滿意、成本降低、獲利增加及追求完美之目標；在實務上即是不斷地改善，以提昇品質的過程。

六標準差也可轉化為管理系統，它所強調之組織文化、顧客導向、解決問題、持續改進等…都是TQM系統所含括之要項，只是六標準差更強調統計方法，將目標量化，且有一套完整的訓練方法，明確目標及運作架構。

其執行方式是TQM　PDCA 發展出的DMAIC，藉由定義(D)/衡量(M)/分析(A)/改善(I)/控制(C)的循環，將問題點解決並長保戰果。

六標準差在企業內是相當風行，若依循其規定執行，不論應用在各行各業均有提升品質、提高利潤之效，也有很多案例佐證；但須注意的是不要流為口號或趕流行象徵，否則僅是虛耗企業資源，成為另一個 須改善的標的。

**7.4 Shingo系統：防呆設計**

生產流程中的機器設備不會疲倦，不會累，在正常的使用狀況下，都將命令執行的精準無誤。人不是機器，有時後一恍神或者注意力不集中，會有人為疏失的產生，為了生產過程中減少人為疏失，發明了防呆設計。

防呆是一個源自於日本圍棋與將棋的術語，由新鄉重夫（Shigeo Shingo）提出，之後隨著工業品質管理的推展傳播至全世界。防呆是一種預防矯正的行為約束手段，運用避免產生錯誤的限制方法，讓操作者不需要花費注意力、也不需要經驗與專業知識即可直覺無誤完成正確的操作。從課本中學到了防呆的知識，才知到原來我們生活中也都一直在用防呆來提醒自己，例如：每天起床要用的鬧鐘，發出聲音來叫我們起床；汽車的油表指示計，紅色亮燈來提醒要去加油了；紅綠燈也是一種生活上的防呆設計，如果沒有紅綠燈控制交通，車子可能就會有相撞的危險。

防呆設計無所不在，學到這個概念能夠運用在很多地方，不只是工業生產方面，希望以後也能夠運用防呆概念去解決遇到的困難。

**7.5 ISO 9000與ISO 14000**

ISO雖然是國際標準組織認可的品質管理與保證標準，藉此來輔助企業建立與維護高效率的品質系統，是工具也是企業目前朝永續經營發展目標的一個必經過程，像ISO 9000:2000版文件是基於跟供應鏈及利害關係人的間的品質管理原則而訂定，而ISO 14000則是針對企業對於環境管理的責任標準為何作為認證的依據。

然而這些認證的標準只能作為企業在執行流程貨品質上做為一個參考的目標，不能代表有通過ISO認證標準及代表此企業永久為好品質的代名詞，像最近(102年10月)發生的大統基沙拉油等食用油及相關油品造假事件，雖然大統基早已通過ISO 9001認證，但長期在大統基經營者為了個人利益而忽視民眾的健康而去調配的配方，雖為大統基帶來了極大的利益，卻也賠上了公司多年來的信譽及人民的健康，可是大統基不是已經通過ISO及政府食品單位的相關認證了嗎？為何還會發生這種情況？我想設這是所以消費者困惑及對商品失去信心的關鍵。

其實一個好品質的呈現不能靠通過哪些認證而變成行銷的一種手法，而是企業本身是否落實自我品質稽核的工作，且透過顧客及合格的認證單位進行稽核(如政府、第三認證單位)，經由這些程序層層把關之下且定期的作稽核才能真正的落實品質管理。

**7.6標竿學習**

標竿學習嚴格來說並不是一個新的概念，在古代早就有「見賢思齊」、「三人行必有我師」、「取人之長補己之短」等的說法，演變至今，標竿學習成為當今企業追求卓越極為倚重的工具之一。為什麼要推動標竿學習？推動標竿學習的目的又在哪？標竿學習主要目的在於學習卓越企業的做法，了解自身與其間的差異，訂定目標，加以持續改善，以提升企業的競爭力。一般人透過標竿學習，能讓自己精益求精；而企業透過標竿學習，能持續改善企業各方面的品質(如生產品質、服務品質等)，如此在面臨環境不斷變動的情形下方能永續經營。