

GARANCIJA KAO ELEMENT KVALITETA I KAO ELEMENT ODRŽAVANJA

GUARANTEE AS PART QUALITY AND GUARANTEE AS PART MAINTANANCES

Safet Brdarević, prof.dr.
Mašinski fakultet u Zenici
Zenica

Amela Skopljak, dipl.ing.maš.
M&L company
Visoko

REZIME

Garancija proizvoda ili usluge predstavlja jamstvo kojim se davalac garancije obavezuje da će obaviti sve zakonom propisane ili dobrovoljno preuzete obaveze prema kupcu u vezi sa prodanim proizvodom ili uslugom.

Garancija kao element kvaliteta predstavlja jamstvo da će proizvod ili usluga imati predviđeni stepen sposobnosti izvršenja predviđenih funkcija (trajnost, pouzdanost, tačnost, lakoću rukovanja,...).

Garancija kao element kvalitete proizvoda je vrlo važan element marketinga.

Garancija kao element održavanja predstavlja jamstvo pouzdanog proizvoda i mogućnost servisiranja istog u slučaju otkaza, za određeni period vremena.

Garancija kao element održavanja može uticati na bolji ili lošiji položaj proizvođača i njegovu ukupnu reputaciju.

Ključne riječi: garancija, kvalitet, održavanje

ABSTRACT

Guarantee products or services is warranty which giver guararantee oblige oneself will be doing all law regulation or voluntarily take over obligations towards customer at connection with sold product or service.

Guarantee as part quality is guarantee that product will be to have foreseen ability degree execution foreseens function (permanence, reliability, precision, lightness operate,...)

Guarantee as part quality products is very important part of marketing.

Guarantee as part maintanances is guarantee reliable product and possibility servicing that in case failure, for certain period time.

Guarantee as part maintanances be able influence on better or worse position producers and their totally reputation.

Key words: guarantee, quality, maintenance (servicing)

1. UVOD

Garancija obuhvata obaveze njenog davatelja da se na njegov račun u primjerenom roku uklone kvarovi i nedostaci na proizvodu u garancijskom razdoblju, pod uslovom da se proizvod upotrebljava na propisan način.

Garancija za proizvod ili pruženu uslugu:

- garancija kvalitete proizvoda ili usluge je važan element marketinga,
- vodeća preduzeća – lideri primjenjuju strategiju garancije kvaliteta kao sredstvo za postizanje potpunog zadovoljstva korisnika proizvoda ili usluge,
- preduzeće se garancijom obavezuje da će postupiti u korist korisnika u slučaju propusta ili počinjene pogreške.

Osnovni smisao garancije jeste da proizvođač garantuje da će proizvod funkcionisati u ispravnom stanju.

Garancijski rok, koji počinje teći od dana prodaje proizvoda kupcu izražava se različito i zavisno o vrsti proizvoda i može biti:

- vremenski (kalendarsko vrijeme, šest mjeseci, 1 godina, 2 god., 5 god., ...),
- eksploatacijski (sati rada, ...),
- kombinovani (određeno kalendarsko vrijeme ili sati rada, šta prije bude dostignuto, ...).

Razdoblje nakon isteka garancije može biti:

- post-garancijsko,
- izvan garancijsko.

Garancija:

- razlikuje se od potrošača do potrošača,
- razlikujemo po vremenskoj osnovi,
- vremenska osnova zavisi o kvaliteti proizvoda.

Ovisno o garanciji većina kupaca se odlučuje da li će kupiti proizvod ili ne.

Garancija se često koristi kao element diferenciranja od konkurencije.

Svrha garancije je zaštititi interese kupaca, stvoriti kod njih sigurnost i ukloniti otpor prema kupnji, a dobar servis označava kvalitetan odnos prema kupcima.

Servisiranje proizvoda je uslužna djelatnost kojoj je zadatak održavanje i popravljanje proizvedenih i prodatih gotovih proizvoda.

Servis može biti presudan za odluku o kupovini jer se uz pružanje sigurnosti za rad kupljenog proizvoda, opskrbom rezervnih dijelova, kvalitetom i vremenom izvršavanja svojih zadataka te programom usluga prilagođuje željama i potrebama kupaca.

2. GARANCIJA KAO ELEMENT KVALITETA

Kvalitet je dominirajući problem upravljanja i jedan od ključnih elemenata strategije svakog preduzeća. Kvalitet predstavlja stepen sposobnosti određene marke za izvršenje njenih funkcija.

Kako garancija proizvoda ili usluge predstavlja jamstvo kojim se davalac garancije obavezuje da će obaviti sve zakonom propisane ili dobrovoljno preuzete obaveze prema kupcu u vezi sa

prodanim proizvodom ili uslugom, tako i garancija kao element kvaliteta predstavlja jamstvo da će proizvod ili usluga imati predviđeni stepen sposobnosti izvršenja predviđenih funkcija (trajnost, pouzdanost, tačnost, lakoću rukovanja,...).

Kvalitet proizvoda i usluge je postao najvažniji faktor za opstanak na tržištu i kvalitet proizvoda, odnosno garancija kao element kvalitete proizvoda je vrlo važan element marketinga. S tim u vezi vodeća preduzeća garanciju kvaliteta primjenjuju kao sredstvo za postizanje zadovoljstva korisnika proizvoda ili usluge.

Putem boljeg kvaliteta proizvoda opadaju garancijski troškovi (u nekim preduzećima i do 30%). Troškovi reklamacija i poslovne uslužnosti se smanjuju, kao i broj žalbi kupaca.

Kako se pod kvalitetom proizvoda podrazumijeva svestrano zadovoljavanje kupca, da bi kupac bio u potpunosti zadovoljan veoma su značajni još i cijena i rok isporuke proizvoda ili usluge. Kod kvaliteta mjerodavne su kako želje kupca tako i proizvodi i usluge konkurencije, pošto vlastiti proizvodi i usluge moraju biti istog kvaliteta, ako ne i bolji od konkurentnih proizvoda i usluga.

S tim u vezi, organizacije da bi postigle zadovoljavajući kvalitet proizvoda i usluga, opredjeljuju se za uvođenje sistema kvaliteta, što između ostalog predstavlja i važan element marketinga.

3. GARANCIJA KAO ELEMENT ODRŽAVANJA

Održavanje predstavlja sistem upravljanja radnim stanjem i pouzdanošću proizvoda u eksploataciji. Od održavanja se traži da spriječi nastajanje kvarova i pojave zastoja, da se stanja u otkazu svedu na najmanju moguću mjeru i broj pojavljivanja, te da se stanja u otkazu što prije otklone.

S tim u vezi razmatrat ćemo pouzdanost i servis kao značajne elemente održavanja proizvoda. Jedan od ciljeva pouzdanosti proizvoda za preduzeća je i smanjenje troškova garancije. Garancija kao dio troškova proizvođača koji nastaju nakon isporuke proizvoda obuhvata troškove reklamacije, troškove zamjene i troškove popravke uslijed otkaza. Svi ovi troškovi opadaju sa povećanjem nivoa pouzdanosti.

Ukupni troškovi proizvođača čine zbir troškova proizvodnje i troškova poslije isporuke. Ukupni troškovi su visoki pri veoma niskom nivou pouzdanosti, prvenstveno zbog povišenih troškova garancije i popravki u garantnom periodu.

Ukupni troškovi su visoki pri visokom nivou pouzdanosti zbog velikih troškova proizvodnje (istraživanje i razvoj, skupi dijelovi, materijali, specijalne tehnologije i dr).

Minimalni troškovi će odrediti optimalnu vrijednost pouzdanosti R_{op} .

Pouzdanost proizvoda koja odgovara minimalnim troškovima je optimalna pouzdanost proizvođača.

Ukupni troškovi korisnika su sačinjeni od troškova nabavke i troškova održavanja. Oni imaju minimum pri optimalnoj vrijednosti pouzdanosti proizvođača. Drugi dio troškova nastaje u upotrebi proizvoda, na koje značajno utiču zamjene, popravke i ukupno održavanje proizvoda. Sa stanovišta ukupnih troškova potrebno je sagledati čitav životni vijek proizvoda sa težnjom da se poveća nivo pouzdanosti i smanje troškovi.

Uslovi održavanja koji utiču na pouzdanost takode moraju biti poznati prije predviđanja pouzdanosti. Tu se prije svega misli na periode zamjene dijelova sa poznatim ili procjenjenim vijekom trajanja, procedure preventivnog održavanja, identifikaciju dijelova koji se mogu zamijeniti ili popraviti u toku rada sistema, zahtjeva za specijalnom opremom, i sl.

Preduslov analize efektivnosti tehničkog sistema je postojanje podataka o ponašanju tog sistema u toku korištenja.

Potrebno je organizovati prikupljanje podataka za svaki sistem neposredno po njegovom puštanju u rad.

S tim u vezi podaci potrebni za analizu pouzdanosti i pogodnosti održavanja se unose u za to predviđeni obrazac.

Iz ovog obrasca se mogu lako praviti zaključci u vezi sa opisom i uzrokom neispravnosti, identifikacijom izvora neispravnosti (rukovanje, konstrukcija, izrada), posljedicama na sistem (nemogućnost korištenja, smanjenje efekta, bez posljedica), preuzetim mjerama i tekućim stanjem.

Na osnovu značenja podataka dobivenih u fazi razvoja i eksploatacije i kritičkim razmatranjem istih mogu se vršiti eventualne izmjene kako bi bili zadovoljeni zahtjevi za pouzdanost sistema, koji su u početku bili postavljeni pred element (ili konstrukciju) ili pak da prvobitni zahtjevi budu promjenjeni u skladu sa dobivenim podacima.

Gledajući istorijat pouzdanosti moguće je uvidjeti posljedice koje su neminovne ako se koncept pouzdanosti ne ugrađuje od samog početka razvoja sistema ili konstrukcije.

Pravovremeno uključenje pouzdanosti u sistem (konstrukciju) snižava troškove održavanja i proizvod čini konkurentnijim, pa samim tim i smanjenje troškova garancije.

Razmatrajući garanciju kao element održavanja neophodno je spomenuti i servis nakon prodaje.

Servis nakon prodaje se pojavljuje kod roba za koje prodavac garantuje da će servisirati isporučenu robu, u garantnom roku bez nadoknade i nakon isteka tog roka uz plaćanje usluge. Uz garanciju servisiranja daje se obaveza, obično distributera, da će imati na raspolaganju dijelove za određeni period vremena.

Servis nakon prodaje može uticati na bolji ili lošiji položaj proizvođača i njegovu ukupnu reputaciju. Za potrebe servisiranja prave se posebni ugovori sa jasno naznačenim obavezama kupca i proizvođača u pogledu odgovornosti za kvarove, isporuke rezervnih dijelova, obuke servisera i sl.

4. ZAKLJUČAK

Garancija kao element kvalitete proizvoda je vrlo važan element marketinga jer je kvalitet proizvoda i usluge postao najvažniji faktor za opstanak na tržištu.

Garancija kao element održavanja može biti presudna za odluku o kupovini jer se uz pružanje sigurnosti za rad kupljenog proizvoda, opskrbom rezervnih dijelova, kvalitetom i vremenom izvršavanja svojih zadataka te programom usluga prilagođuje željama i potrebama kupaca.

5. LITERATURA:

- [1] Imamović M.: Teorija pouzdanosti, Institut za privredni inženjering, Zenica, 2010.
- [2] Klarić S.; Upravljanje kvalitetom, Univerzitet „Džemal Bijedić“ - Mašinski fakultet, Mostar, 2005.
- [3] Klarić S.; Upravljanje kvalitetom; Alati i metode poboljšanja, Univerzitet „Džemal Bijedić“ - Mašinski fakultet, Mostar, 2009.
- [4] VTK BiH; Izvoz roba i usluga, Agencija za promociju izvoza BiH, publikacija štampana uz pomoć EU, Sarajevo, 2008.