

FFV-U Nytt.

Personaltidning inom sektorn FFV UNDERHÅLL
Arboga Linköping Östersund Stockholm

U-nytt nr 1 Fredagen den 2 februari 1979.

Vi som skriver

T-PLAN Tid

Gamla T-plan blir "nya T-plan"

Omläggningen kommer att göras så, att de uppgifter som finns i "gamla" T-plan, automatiskt förs över till "nya" T-plan, varefter erforderlig rensning kan göras.

I samband med omläggningen kan nämnas att i "nya" T-plan ryms endast 21 positioner för uppdragens benämning varför de gamla benämningarna kommer att "klippas" fr o m den 22:a positionen.

I övrigt överförs uppdragen ograverade så när som att eventuella "specialuppföljningsnummer" utgår.

Datalistor/bildskärmar

Under våren sker bearbetning veckovis på samma sätt som gamla T-plan.

Efter semestern däremot, kommer bildskärmar att införas, vilket ger ökade möjligheter till en aktiv planering.

Nya blanketter

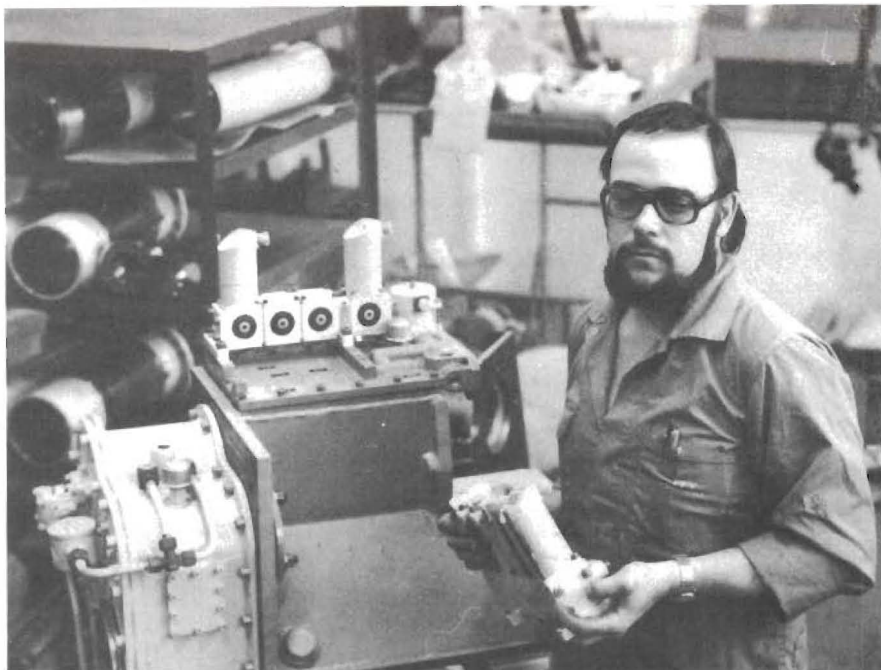
I "nya" T-plan används nya blanketter som kommer att kunna rekvideras från expensförråden.

Blankettnummer etc meddelas i sektormeddelande.

Utbildning

Utbildning för "nya T-plan" kommer att genomföras under februari/mars Cirka 200 FFV-U-are får en dags kurs. Det kommer också en sektorinstruktion med regler för tidskrivningen (40-korten).

Sture Fahlborg, 8240



Jan-Erik Fasth 2338, här med hydrauldetalj till stridsvagn, kritiserar den civila marknadsföringen, och därmed indirekt den information som ges om detta. Han får svar från flera håll. Fortsatt debatt välkomnas i spalterna!

Existerar marknadsföring i FFV-U?

När underhållsbehovet för försvaret undan för undan minskar så har man, såvitt jag förstår, en hel del ledig kapacitet för civila kundbehov på underhållsområdet. Jag tänker främst på det område där jag själv är verksam, hydraulikunderhåll. Där har vi arbetat på en del civila projekt och även fått vissa jobb. Men vi som sysslat med dessa försök har känslan av att det hela stagnerat. Är man inte inom ledningen intresserad att göra en riktig marknadsföring av våra resurser för att få mera civila jobb?

I CVM-nytt och FFV-Nytt läste vi om Tekniska Träffen vid Linköpings Tekniska Högskola, där även FFV-U var med på ett hörn. Det var ett litet steg i rätt riktning men det finns viktiga fackmässor på olika områden, närmast tänker jag på höstens Hydraulmässan i Göteborg, där vi inte alls är representerade. Om nu våra marknadsförare inte utnyttjar fackmässorna, varför reagerar inte våra

fackföreningar och kräver att någonting görs?

Om man överhuvud taget är intresserad i ledningen och inom "facken" att företaget ska bestå, borde något ske innan det är för sent och andra företag kommer före oss.

Det synes oss "gräsrotter" som betydligt mer arbetsansaffande att gå ut på de svenska fackmässorna med våra tjänster och produkter än jippoliknande deltagande i mässor som Paris och Farnborough.

Jan-Eric Fasth, 2338.

Repliker

U-nytt fick denna insändare i höstas och begärde in synpunkter från olika håll.

Vi vet att insändaren är representativ för många "gräsrotter" och den kommer verkligen i ett läge, då alla

anställda borde veta bättre — och FÅ bättre information.

Redaktionsrådets samtliga medlemmar anser att det är glädjande när läsarna använder U-nytt för sina funderingar och i detta fall särskilt bra eftersom synpunkterna berör en så viktig fråga.

Red för sin del är besviken på att alla etablerade informationskanaler enligt MBL (informationskommittéer) i denna fråga inte tycks fungera liksom att det "linjevägen" (via respektive arbetsledare) tydligen inte klargjorts hur sektorn arbetar med marknadsföringen. Men mest får jag vara självförebärande för att U-nyttis notiser i dessa ting inte heller tycks ha varit begripliga eller tillräckliga.

Långsiktplanerna (LSP) innefattar ju detta om marknadsföring ganska grundligt och detta föredras mycket detaljerat vid IKU- och andra liknande möten. Av naturliga skäl kan vi i personaltidningen inte avslöja affärshemligheter och det därför som MBL-tillämpningen är så viktig: att fackföreningarnas medlemmar från sina respektive styrelser får den (öppna) information, som företaget i tjänsten kanske inte riktigt lyc kas med att föra ut till berörda anställda. Det mesta tycks fastna hos mellancheferna.

Jan-Eric Fasths temperamentsfulla inlägg utgör en allvarlig kritik mot alla i informationskedjan: företagsledning, arbetsledare, fackorganisationer och personaltidning.

FCTF-ordföranden

Ingemar Vilnersson var snabbast att svara. Han instämmer helt i insändarens frågor, och tycker att dessa ting borde öppet debatteras i våra spalter.

Även övriga fackliga ledare vid CVM (som ju närmast är berörda) instämmer i detta. Ordf i CVM:s verkstadsklubb, Sven-Åke Överström tillägger:

— Det är glädjande att fackens medlemmar verkligen engagerar sig i marknadsföringsfrågor trots att vi inte direkt har med de arbetsuppgifterna att göra. Våra kamrater på verkstadsgolven, som jobbar med objekten, har ju en god möjlighet att se vad vi kan göra och därför komma med förslag till nya arbetsuppgifter. Det bör vara värdefullt för företaget.

Marknad

lät genast genom Ingemar Andréason 8027, sända ett långt brev till Jan-Eric Fasth (i apparatverkstan) med

förklaring över hur marknadsföring går till. Marknad framhåller att det är farligt om man utan analys och förberedelser börjar gå ut allmänt på nya marknader utan att ha "plöjt före" med mjukvara (=teknisk kunskap) och dito service för att få stabila och tekniskt tunga tillväxtområden.

Andréason säger också att marknadsintroduktionen måste förberedas noggrant, utvecklingspengar måste sättas in (investera i marknadsföring). Vissa kunders krav på kvalitet och leveranstakt vet vi för lite om ännu.

Det finns risker med att åta sig ströjobb, som kostar mycket i marknadsföring, utan att till slut ge någon vinst.

Marknadsplan rättesnöre

Den politik som vi ska följa redovisas i marknadsplanen, och den måste vara rättesnöre i hela marknadsföringen. Alla måste vi samverka mot de målen. (Försäljningssektionerna har närmast hand om de planerna.)

Beträffande de internationella flygmässorna, som vi började delta i 1975, säger Ingemar Andréason, att de behövs för att FFV där kan sälja den teknik vi behärskar och det kräver en lång uppbyggnadstid — 3 till 5 år — att bli uppmärksam och tagen på allvar på den hårda internationella flygmarknaden. Positiva resultat från våra första framträdanden börjar nu visa sig. (Det har förrapporterats i U-nytt.)

— Det är verkligen inget "jippoliknande" deltagande i flygutställningarna, utan mycket seriöst inriktat engagemang, som på sikt kan få betydelsefull inverkan på vår verksamhet säger Elmer Axelson.

U-nytt ville gärna

förmedla mer information om långtidsplanerna, om marknadsföringsfrågor, om (nya) jobb på ovanliga marknader, men vi måste iaktta förtrogenhet för att inte göra avslöjanden för våra konkurrenter.

MEN då måste i stället MBL-rutinerna verkligen tillämpas så att våra medarbetare inte ska behöva känna sådan oro och egentligen misstroende, som Jan-Eric Fasths insändare ger uttryck för. Red. vet att Jan-Eric inte är ensam i sina åsikter. Därför har vi också försökt kommentera detta utförligt för att skingra oklarheterna.

Finns det fortfarande frågetecken att räta ut, så står U-nytt, som alltid, öppen för frågor och svar, debatt och dialog. VÄLKOMNA!



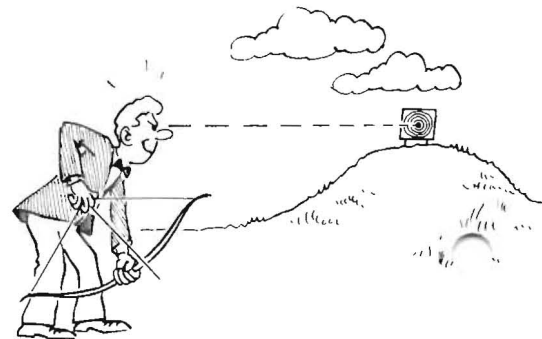
Apropå föregående insändare, kommer här nyheten om att vi i dagarna kommer att få MARKNADSHANDBOKEN, MHB. Lenart Askerlöfs teckningar ger varje kapitel en talande inledning.

Rubrikens ständiga fråga till marknads- och försäljningsfolket irriterar dem en smula. Har du frågor om försäljning, ställ dem till din avdelnings försäljningssektion.

Har du sålt nåt

Det är den ständiga frågan som försäljnings- och marknadsfolket möter från medarbetaren i sektorn.

Att "sälja" är inte att enbart "knacka dörr". Det inser man rätt snart efter att ha tagit en titt i den nu utkomna MARKNADSHANDBOKEN. Den har inom parentes varit under framtagning i flera år och en mindre försöksutgåva har också varit ute på remiss.



KAPITEL 2: FFV Underhålls mål

Handboken består av två delar med 15 kapitel i varje del. Ändå gör den inte anspråk på att vara en komplett lärobok i marknadsarbetet. Vad fyller då boken för uppgift?



KAPITEL 11: Produktplanering= värdering av nya projekt (PPL).

Vi saxar svaret på frågan ur bokens förord:

"Marknadshandboken är avsedd att vara en uppslags- och referensbok för personal vid U som i sitt arbete har att handlägga - eller som i övrigt kommer i kontakt med marknads/försäljningsärenden.

KVALITETSREVISION

-ett förebyggande kvalitetsarbete

I dagarna ges en Si ut om kvalitetsrevision, vilket inom större moderna industrier är en lika självklar och accepterad sak som ekonomisk revision.

Kvalitetsrevision (engelskans Quality Audit) innebär, något förenklat, en uppföljning av kvalitetspåverkande verksamhet i ett företag i syfte att få klarlagt att man uppnår de kvalitetsmässiga mål man satt upp för företagets produktion.

Kontrollens huvuduppgift är att avgöra om objektets egenskaper fyller uppställda fordringar. Ändamålet med kvalitetsrevision är som framgått ovan att i förebyggande syfte följa upp alla kvalitetspåverkande faktorer inom företaget, vilka samverkar i ett synnerligen komplicerat mönster, från det beställning tas emot tills den färdiga och godkända produkten levereras. För att identifiera, utvärdera och vid behov korrigera sådana faktorer ingår kvalitetsrevision som ett nödvändigt komplement till mera konventionella metoder. Den är föden enda metodik som kan förmedla en totalbild av kvalitetsläget inom U.

Vår egen insikt om kvalitetsrevisionens betydelse som ett värdefullt hjälpmedel och vårt åtagande genom Princip- och ramavtalet med FMV att utföra kvalitetsrevision inom U har gjort det nödvändigt att ge ut en Si om detta.

Nedan görs några kommentarer till innehållet i denna.

Inriktningen av kvalitetsrevisionen görs mot tre olika områden, nämligen

- kvalitetssystemet - systeminriktad kvalitetsrevision
- produkter - produktinriktad kvalitetsrevision
- operativ verksamhet - verkstadsinriktad kvalitetsrevision

Revisionsarbetet inom de tre områdena går i stort ut på följande:

Den systeminriktade revisionen innebär att man följer upp hur kvalitetsstyrningen fungerar, dvs i huvudsak att erforderliga instruktioner/anvisningar i form av regler, riktlinjer, delsystem, rutiner mm finns utfärdade och är lämpligt utformade för verksamheten, samt att de tillämpas på ett tillfredsställande sätt. Vidare görs analys och utvärdering av instruktionerna med hänsyn till deras betydelse för kvalitetsstyrningen. I revisionen ingår också att granska sådana organisatoriska och ansvarsmässiga förhållanden som är väsentliga för kvalitetsverksamheten.

Den produktinriktade revisionen innebär att man stickprovsmässigt kontrollerar att kvalitetsnivån hos för leveransfärdiga produkter innehålls. Detta tillgår så att man tar

Kvalitetsrevision är historiskt sett en ganska ung metod och den började användas i USA någon gång på 50-talet. Normer för kvalitetsstyrning*) i företag, som levererar till statliga myndigheter började då tillämpas och häri ingick att leverantörerna ålades att regelbundet revidera och anpassa sin kvalitetsstyrning så att den hölls effektiv. Det blev då nödvändigt för företagen att finna lämpliga metoder för uppföljning och olika system för kvalitetsrevision utvecklades.

I dag är kvalitetsrevision en betydelsefull del av kvalitetsarbetet även i många svenska företag och härtill har i första hand utländska beställare inom speciellt försvarsmateriel-, kärnkrafts- och elektronikområdena medverkat genom att dels göra leverantörsbedömning, dvs följa upp och värdera företagets kvalitetsstyrning, dels låta krav på periodiska kvalitetsrevisioner i företaget ingå i kontraktsvillkoren.

Detta ska inte tolkas så att kvalitetsrevision bara är ett nödvändigt ont som kunden kräver ska utföras. Framförallt är den ett värdefullt hjälpmedel för företaget när det gäller att bedöma, förbättra och effektivisera kvalitetspåverkande verksamhet och få kunskap om produktkvaliteten.

Hur passar då denna metod in i vår verksamhet?

Någon kanske frågar sig om det är nödvändigt att utöver den kvalitetskontroll som utförs också bedriva denna form av kvalitetsverksamhet. Här är det emellertid fråga om två helt olika verksamheter med skilda uppgifter i kvalitetsarbetet.

* Fotnot

Med kvalitetsstyrning avses styrning av sådana aktiviteter och rutiner som erfordras för att uppnå och vidmakthålla avsedd kvalitet.



KAPITEL 9: Avveckling av produkter och marknader --- också en viktig fråga för Marknad.

idag?

I förtsa hand bör den vara ett hjälpmedel för försäljningssektionerna eller motsvarande. För nyanställd försäljningspersonal bör MHB kunna tjäna som introduktion och hjälpmedel under den första tiden.

Det är vår förhoppning att genom fortlöpande utveckling och ändringstjänst byggd på återkoppling av erfarenheter från användarna efter hand få fram en bra och fungerande publikation".

Tillfälle till återkoppling av erfarenheter har man bl a vid de försäljningskonferenser som årligen anordnas av Marknad i form av internat med deltagare från försäljningssektionerna.

Sammanhållande för Marknadshandboken är undertecknad, som också svarar för fördelning av exemplar till berörd personal. Ytterligare ex kan erhållas inom den nu tryckta upplagens ram. Biblioteken på resp ort inom U har också exemplar för tillfällig utlåning.

Arne Carlsson, 8023

Kursförhinder

De som tagits ut till kurser och inte kan delta ska genast anmäla detta till utbildningskontoret och närmaste chef. Det har hänt att uttagna elever själva utsett ersättare, vilket naturligtvis är fel.



OM MAN TAR
hårstråna från alla jordens människor
och lägger stråna i en lång rad,
så skulle det ändå inte räcka till.

(Blandaren)

FFV UNDERHÅLL

MARKNADS
HANDBOK

Del 1





Den verkstadsinriktade revisionen innebär uppföljning av produktionsförutsättningarna i verkstäderna med inriktning dels på själva produktionsprocessen och dels vissa faktorer med särskild betydelse för kvaliteten, som t ex inom områden såsom mätton, arbetsunderlag och dokumentation kan ingå.

Som framgår av ovanstående beskrivning inriktas kvalitetsrevisionen inte i första hand mot hårdvaran utan mot alla de kvalitetspåverkande aktiviteter som genom att fungera väl ska ge förutsättningar för en slutprodukt med rätt kvalitet. Sammanfattningsvis ska den system- och verkstadsinriktade revisionen tillförsäkra att förutsättningar finns att nå uppställda kvalitetsmål genom att se till att kvalitetsanknutna system, rutiner och aktiviteter fungerar på avsett sätt.

Den produktinriktade revisionen ska ge besked om kvalitetsnivån inom visst materiel- eller produktområde och impuls till eventuellt erforderliga åtgärder.

Ioch för sig är kvalitetsrevision ingen direkt nyhet inom U. Kvalitetsstyrningsenheterna har sedan länge utfört kvalitetsrevision, i första hand av typen verkstadsinriktad inom ramen för sin ordinarie verksamhet ut tidigare kontrollerade och godkända produkter som beträffande olika egen-skaper kvalitetsvärderas mot gällande tekniska underlag.

Resultatet från värderingen av en produkt uttagen ur en produktgrupp ska

- ge information om kvaliteten på leveransklara produkter sådana som kunden mottar dem
- påskynda upptäckten av en oacceptabel sänkning av kvalitetsnivån
- ge indikation på utvecklingen av kvalitetsläget
- ge underlag för korrigerande/förebyggande åtgärder om så erfordras



het. Omfattningen kommer nu att utökas och verksamheten avses bedrivas kontinuerligt och på ett likartat sätt inom hela företaget. Sektorgemensamma riktlinjer har därför tagits fram och också provats inom begränsade områden.

Först måste planer tas fram som ger underlag för var, när och i vilken omfattning insatserna ska göras. Planerna tas fram inom varje avdelning och fastställs av resp avdelningschef. För genomförande av kvalitetsrevisionen svarar sektorstab KVALITET och enheten KVALITETSSTYRNING i de operativa avdelningarna och den kommer att utföras i samverkan med berörd personal inom de olika enheterna och enligt omnämnda riktlinjer.

Sven-Arne Rydell, 8080

Adressbekymmer igen

I nummer 7 påminde vi om ändrade adressbeteckningar för hälsovårdens olika instanser. Sm 78:30 meddelade ändringarna.

Man har missförstått detta delvis; 8140 Hälsovård respektive 8150 Hälsovård är INTE adresserna till "sjukan" på respektive CVA och CVM, utan till de särskilda hälsoråden.

8140-posten går alltså till ordföranden i det särskilda hälsorådet vid CVA, Lennart Stjernström, och om du adresserar 8150, så får Ingemar Vilnersson, motsvarande ordf vid CVM, den posten.

Adresserna till läkarsekreterarna är samma som till läkarna, dvs 8142 vid CVA och 8152 vid CVM.

Adresserna betecknade Expedition 8148 resp 8158 gäller skyddstjänsten och inte "sjukan".

Vid CVM har kontrolldetaljen i C-hallen, 2152, fått en del post avsedd för sjukan, 8152. Sådant slarv försenar viktiga sjukanmätningar och annat konfidentiellt...

-Apropå

felsänd internpost har Carl-Axel Gustafsson, 5734, anmärkt på att det dröjer för länge med ändringarna i telefonkatalogen. Han menar, att när nu Sm 78:30 getts ut så borde också nya blad i telefonkatalogen samtidigt distribueras. Carl-Axel säger: - Tydligt klickar samarbetet mellan

dem som ger ut Sm och dem som ger ut ändrade blad i telefonkatalogen.

Tommy Martinsson, 8250 svarar:

- Samarbetet mellan 8250 och 8250 klickar inte, men det är en långsam historia att få in alla uppgifter från alla som ska lämna sådana, som sen ska ändras igen. Så småningom blir det då tryckning och distribution... och under tiden har ändringar skett...

Avvikelse är inte = Avsteg

Inom motoravdelningen tillämpas sedan länge en avstegsrutin, som är beordrad av FMV. Den gäller "Avsteg från gällande grundunderlag i samband med underhållsarbete vid FFV-U motoravdelning". Det var FMV önskemål att en liknande rutin skulle skapas för underhållsarbeten inom sektorns övriga materielområden.

För ett år sedan kom Si 8080/10-1, som behandlar "Avvikelse från tekniskt underlag vid tillverkning- och installationsarbeten" och sedan nov 78 har vi Si 8080/14 "Avsteg från tekniskt underlag vid underhåll och modifiering".

Vad skiljer nu dessa båda Si åt? I ena fallet tals om avvikelser och i andra om avsteg.

Avvikelse

används som uttryck för fel som uppstått i samband med tillverkning och detta uttryckssätt är allmänt känt inom den tillverkande industrin.

Avsteg

talar man om på FMV och uttrycket används i samband med underhållsarbete för att ange att gällande krav i det tekniska underlaget inte kan innehållas för en apparat e d utan betydande ekonomiska och tidsödande åtgärder.

För att utreda om en produkt, detalj eller liknande, trots avvikelse eller avsteg, ska kunna accepteras, ska någon av de angivna rutinerna användas. I båda ingår att berörda ansvariga har att ur teknisk-ekonomisk synpunkt pröva om den akutella produkten kan accepteras med förevarande avvikelser eller avsteg, ibland efter viss justering. Mindre viktiga avvikelser och avsteg godkänns av U, medan övriga ska föreläggas kunden för godkännande. Detta ska styrkas genom att kunden under-tecknar "Avvikelse- eller Avstegsrapport".

Specialkrav

Det bör tilläggas att i de fall beställare eller myndighet föreskriver "egna" rutiner för avvikelse- och avstegsärenden ska dessa tillämpas. Saab-Scania och Luftfartsverket har t ex sådana krav.