

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری

گروه MBA

مرکز تهران غرب

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته MBA

گرایش: استراتژی

عنوان پایان نامه:

ارزیابی اثربخشی استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO/TS-16949:2002

در صنایع خودروسازی (مطالعه موردی در کارخانه سازمند صنعت)

الهام رضایی

استاد راهنما

جناب آقای دکتر محمد تقی امینی

استاد مشاور

جناب آقای دکتر محمد مهدی پرهیزگار

شهریور ۱۳۹۲

تقدیم به

پدرم و مادرم

اسوه سعی و صداقت؛

سرچشمه صبر و محبت؛

که زندگی با حضورشان زیبا و خواستنی است و موفقیت در پناهشان دست یافتنی.

و تقدیم به

خواهرانم

که مهربانیشان آرامش بخش لحظه های زندگی من است.

و تقدیم به

همسر فداکارم

که همیشه مشوق خوب من است

و بسیاری از اوقاتی را که صرف این تحقیق نمودم ، متعلق به او بود.



تاریخ:.....

شماره:.....

بسمه تعالی

صورتجلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

جلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد خانم الهام رضایی
دانشجوی رشته MBA به شماره دانشجویی ۸۸۰۲۷۱۵۲۲ تحت عنوان ((ارزیابی
اثر بخشی استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO/TS-16949:2002 در صنایع
خودروسازی (مطالعه موردی در کارخانه سازمند صنعت)
با حضور هیات داوران در روز..... مورخ...../...../.....ساعت.....
در محل ساختمان..... برگزار شد و هیات داوران پس از بررسی، پایان نامه
مذکور را شایسته نمره عدد..... به حروف..... با درجه..... تشخیص داد.

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبۀ دانشگاهی	دانشگاه/موسسه	امضاء
۱	جناب آقای دکتر محمد تقی امینی	استاد راهنما			
۲	جناب آقای دکتر محمد مهدی پرهیزگار	استاد مشاور			
۳		استاد داور			
۴		نماینده تحصیلات تکمیلی			

اینجانب الهام رضایی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۸ مقطع کارشناسی ارشد رشته MBA گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام.

بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

دانشجو تأیید می‌نماید که مطالب مندرج در این پایان نامه (رساله) نتیجه تحقیقات خودش می‌باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

الهام رضایی

تاریخ و امضاء

اینجانب الهام رضایی دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۸ مقطع کارشناسی ارشد رشته MBA گواهی می‌نمایم چنانچه براساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب، و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب، و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

الهام رضایی

تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مرتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می‌باشد.

دی ۱۳۹۱

تشکر و قدر دانی

حمد و سپاس آفریدگاری را که سزااست که عمیق ترین ادراکات از شناخت ذات بپکش عاجزند، پردای او را در برنگیرد و حجابی او را مستور نکند، هم او که انسان را آفرید و به او قوه تعقل عطا فرمود و به سبب بر خورداری از همین قوه او را اشرف مخلوقات قرار داد.

پس از سپاس در گاه حق بر خود لازم می دانم از تمامی عزیزان و سرورانی که مسیر تحقیق از دبستان تا دانشگاه را مرهون تلاش ها و زحمات آن ها می باشم، قدردانی و تشکر نمایم.

از زحمات استاد محترم دانشگاه جناب آقای دکتر محمد تقی امینی که در طول انجام تحقیق به عنوان استاد راهنما زحمت زیادی را متحمل شده و با ارایه رهنمودهای موثر خویش مسیر پایان نامه را هدایت نمودند، صمیمانه تشکر و قدر دانی مینمایم.

همچنین از زحمات جناب آقای دکتر محمد مهدی پرهیزگار که به عنوان استاد مشاور که به دفعات از راهنمایی های ایشان در محل موانع و مسائل بوجود آمده در طول انجام پایان نامه استفاده نمودم، کمال تشکر و قدر دانی را دارم.

در پایان از زحمات تمامی عزیزان که در گروه MBA در طول انجام این تحقیق صمیمانه همکاری داشتند و ضمن یادآوری نکات مثبت در جهت بهبود و اصلاح آن رهنمودهای گرانبهایی را ابراز فرمودند نهایت سپاس و تشکر را دارم.

چکیده

با توجه به پیشرفت سازمانهای جهانی به سوی استانداردهای سیستم مدیریت کیفیت و نیاز سازمان های داخلی کشور به سیستم مدیریت کیفیت و تطابق با استانداردهای جهانی در جهت بهینه سازی و استاندارد سازی فرایندهای درون و برون سازمانی این جانب در صدد آمده ام تا در شرکت برازش صنعت که یک شرکت تولید کننده قطعات خودرو می باشد به بررسی و ارزیابی اثر بخشی استقرار سیستم مدیریت کیفیت جامع بر اساس استاندارد ISO/TS-16949:2002 پرداخته به گونه ای که بر اساس معیارهای ذیل قبل و بعد از اخذ گواهینامه سیستم مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت :

- میزان شکایت مشتریان در مورد کیفیت محصول؛
- تحویل به موقع محصول، شرایط تحویل و بسته بندی؛
- مقایسه درصد ضایعات قبل و بعد از اجرای نظام؛
- بررسی میزان محصول برگشتی از سوی مشتریان؛
- هدف از تهیه این نظامنامه سنجش میزان اثربخشی پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت در شرکت سازمند صنعت.

روشهای تحقیق استفاده شده در این پروژه :

- روش تحقیق پیمایشی : روش پیمایشی به معنای فن خاصی برای جمع آوری اطلاعات نیست. با این وجود آنکه پرسشنامه در این روش کاربرد گسترده ای دارد، اما برای جمع آوری اطلاعات می توان از فنون دیگری هم استفاده کرد. مثل مصاحبه های عمیق و ساخت یافته، مشاهده و تحلیل محتوا ، و بسیاری فنون مناسب دیگر.
- روش تحقیق کاربردی : تحقیقات کاربردی به منظور حل سریع مسائل و مشکلات و اتخاذ تدابیر لازم انجام می شود به عبارت دیگر، در تحقیق کاربردی ، محقق یافته های تحقیق را در صحنه عمل می آزماید، بنابراین تحقیق کاربردی جنبه نظری دارد و بیشتر به سمت پدیده های واقعی و مسایل عملی معطوف است.
- تحقیق وسیع : به تحقیقی وسیع گفته میشود که پس از تحقیق بر یک موضوع خاص نتیجه تحقیق در سازمانهای مشابه نیز کاربرد خواهد داشت.

- تحقیق میدانی : محقق باید بگردد و با دیدن و شنیدن، مطالب را کشف کند. معمولاً تهیه گزارش پیرامون وقایع یا موضوعات اجتماعی و علمی و مسایل حسی و تجربی و کاربردی، از این راه انجام می‌گیرد.

نتیجه گیری

بر مبنای اطلاعات فصول پایان نامه معلوم شد که رابطه معناداری میان استقرار سیستم مدیریت کیفیت ISO/TS-16949:2002 و رضایت مشتریان شرکت، کاهش محصول برگشتی، کاهش ضایعات، و تحویل به موقع محصول وجود دارد.

یعنی تأثیر استقرار نظام تضمین کیفیت ISO/TS 16949:2002 بر رضایت مشتریان، تحویل به موقع محصول، درصد ضایعات و محصول برگشتی باعث بهبود عملکرد شرکت شده است.

کلید واژه : ارزیابی، اثربخشی، صنایع خودرو سازی، شرکت سازمند صنعت، سیستم مدیریت کیفیت جامع، ISO/TS 16949:2002

مقدمه.....	۱
فصل اول: کلیات تحقیق	۴
۱-۱- پهن مسأله.....	۵
۲-۱- اهمیت و ضرورت موضوع تحقیق.....	۷
۳-۱- سوالات تحقیق.....	۸
۴-۱- اهداف تحقیق.....	۹
۵-۱- روش تحقیق.....	۱۰
۶-۱- فرضیه های تحقیق.....	۱۱
۷-۱- تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق.....	۱۱
۸-۱- قلمرو موضوعی.....	۱۲
۹-۱- قلمرو مکانی.....	۱۲
۱۰-۱- قلمرو زمانی.....	۱۲
۱۱-۱- جامعه آماری.....	۱۲
۱۲-۱- نمونه آماری.....	۱۳
فصل دوم: ادبیات تحقیق	۱۴
مقدمه.....	۱۵
۱-۲- ISO/TS 16949.....	۱۶
۱-۱-۲- کیفیت چیست؟.....	۱۶
۱-۱-۱-۲- عوامل اساسی موثر بر کیفیت.....	۱۷
۲-۱-۱-۲- تعریف کیفیت از نظر تعدادی از محققان.....	۱۷
۳-۱-۱-۲- متفکران کیفیت.....	۱۸
۱-۳-۱-۱-۲- ادوارد دمنینگ.....	۱۹
۲-۳-۱-۱-۲- جوزف جوران (نظریه بهبود کیفیت).....	۲۰
۳-۳-۱-۱-۲- آرماند فیگنباوم (نظریه مسئولیت همگانی در مورد کیفیت).....	۲۰
۴-۳-۱-۱-۲- فیلیپ کرازبی (نگرش ساختار گونه به موقعیت مدیریت جامع).....	۲۰
۲-۱-۲- تاریخچه سری استانداردهای اینزو.....	۲۱

۲۷۳-۱-۲- مفاهیم پای
۲۷۱-۳-۱-۲- کیفیت
۲۹۲-۳-۱-۲- درجه
۳۰۳-۳-۱-۲- طبقه (کلاس)
۳۰۴-۳-۱-۲- کیفیت و قیمت
۳۱۵-۳-۱-۲- کیفیت و هزینه
۳۲۶-۳-۱-۲- کیفیت عالی و کیفیت پست، کیفیت ضعیف و کیفیت خوب
۳۴۷-۳-۱-۲- کیفیت، پایایی، و ایمنی
۳۴۸-۳-۱-۲- عوامل کیفیت
۳۵۹-۳-۱-۲- ابعاد کیفیت
۳۶۱۰-۳-۱-۲- دستیابی، تداوم و بهبود کیفیت
۳۷۱۱-۳-۱-۲- کنترل کیفیت Q.C
۴۰۱۲-۳-۱-۲- بهبود کیفیت
۴۲۱۳-۳-۱-۲- تضمین کیفیت Q.A
۴۴۱۴-۳-۱-۲- اهداف کیفیت
۴۵۱۵-۳-۱-۲- سیستم های کیفیت
۴۶۱۶-۳-۱-۲- پی نوشتی بر تعاریف
۴۸۴-۱-۲- روش اجرای ایزو
۴۹۱-۴-۱-۲- تصمیم و ماموریت
۴۹۲-۴-۱-۲- خط مشی کیفیت
۴۹۳-۴-۱-۲- انتخاب استاندارد
۴۹۴-۴-۱-۲- انتخاب محدوده
۴۹۵-۴-۱-۲- طرحریزی پروژه
۵۰۶-۴-۱-۲- تجزیه و تحلیل شرکت
۵۰۷-۴-۱-۲- ارزشیابی مقدماتی
۵۰۸-۴-۱-۲- ایجاد ارتباط و انتخاب ممیز
۵۰۹-۴-۱-۲- تهیه روشهای اجرایی
۵۰۱۰-۴-۱-۲- انتخاب و آموزش ممیزان داخلی

۵۱ مستندسازی ۱۱-۴-۱-۲
۵۱ استقرار سیستم ۱۲-۴-۱-۲
۵۱ ممیزی برای گواهینامه ۱۳-۴-۱-۲
۵۱ دامنه اخذ گواهی ۱-۱۳-۴-۱-۲
۵۲ فواید اخذ گواهی ۲-۱۳-۴-۱-۲
۵۳ بازاریابی ۱۴-۴-۱-۲
۵۴ تشریح الزامات استاندارد IS O 9001 : 2000
۵۴ سیستم مدیریت کیفیت ۱-۵-۱-۲
۵۴ نیازمندیهای عمومی ۱-۱-۵-۱-۲
۵۵ نیازمندیهای مستند سازی ۲-۱-۵-۱-۲
۵۵ مسوولیت مدیریت ۲-۵-۱-۲
۵۶ شکل دهی محصول ۳-۵-۱-۲
۵۶ اندازه گیری، تحلیل و بهبود ۴-۵-۱-۲
۵۷ مدیریت منابع ۵-۵-۱-۲
۵۸ ممیزی داخلی کیفیت (IQ A)
۵۸ چهار اصل برای کارآیی ممیزی داخلی کیفیت
۶۰ عملکرد و ارزیابی عملکرد ۲-۲
۶۰ تعاریف عملکرد ۱-۲-۲
۶۱ سطوح تجزیه و تحلیل عملکرد ۲-۲-۲
۶۱ تعاریف ارزشیابی: ۳-۲-۲
۶۱ معیارهای ارزشیابی عملکرد ۱-۳-۲-۲
۶۳ جنبه میزان رضایت مشتریان در مورد کیفیت محصول ۴-۲-۲
۶۴ مدل‌های اندازه گیی رضایت مشتریان ۱-۴-۲-۲
۶۵ تشریح متدولوژی و معرفی مدل شاخص رضایت مشتری در آمریکا ۱-۱-۴-۲-۲
۶۶ تشریح متدولوژی و معرفی شاخص ملی رضایت مشتری در سوئیس ۲-۱-۴-۲-۲
۶۸ تشریح متدولوژی و معرفی شاخص ملی رضایت مشتری در مالزی ۳-۱-۴-۲-۲
۶۹ مزایای بکارگیری سیستم مدیریت رضایت مشتری ۴-۱-۴-۲-۲
۷۲ روش اندازه گیی رضایت مشتری در این پروژه ۲-۴-۲-۲

۷۲مسئولیتها : ۱-۲-۴-۲-۲
۷۲شرح عملیات : ۲-۲-۴-۲-۲
۷۴جنبه تحویلی به موقع محصول ۵-۲-۲
۷۴سریستم کنترل تولی و تحویلی کانبان ۱-۵-۲-۲
۷۶انواع مختلف کانبان: ۱-۱-۵-۲-۲
۷۶عوامل موثر بر تعداد پالت های موردنظر ۲-۱-۵-۲-۲
۷۸جنبه مقایسه درصد ضایعات ۶-۲-۲
۷۹جنبه میزان محصولات برگشتی ۷-۲-۲
۸۰شاخصهای اندازه گیری ۱-۷-۲-۲
۸۲روند و جایگاه شاخص های کیفی در زنجیره تامین ۲-۷-۲-۲
۸۲روش اجرایی جهت کنترل اقلام نامنطبق ۳-۷-۲-۲
۸۳تعاریف، مفاهیم و اختصارات : ۱-۳-۷-۲-۲
۸۴شرح عملیات : ۲-۳-۷-۲-۲
۸۷برگشتی از جانب مشتری ۳-۳-۷-۲-۲
۹۰بازرسی و آزمون ۴-۷-۲-۲
۹۱روش خودکنترلی : ۱-۴-۷-۲-۲
۹۲شرح عملیات : ۲-۴-۷-۲-۲
۹۹پیشینه تحقیق ۳-۲
۱۰۱رابطه بین IS O 9000 و عملکرد ۴-۲
۱۰۳فصل سوم: روش تحقیق ۱۰۳
۱۰۴مقدمه ۱۰۴
۱۰۴روش تحقیق ۱-۳
۱۰۵جامعه آماری ۲-۳
۱۰۶روش گردآوری اطلاعات ۳-۳
۱۰۶سنجش روایی و پایایی ۴-۳
۱۰۶روایی ۱-۴-۳
۱۰۷پایایی ۲-۴-۳

۱۰۸	تحلیل آماری و روشهای تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۰۹	فصل چهارم: تجزیه و تحلیلی اطلاعات
۱۱۰	۱-۴- مقدمه
۱۱۰	۱-۱-۴ فرضیه های تحقیق
۱۱۱	۲-۴- محدودیتهای تحقیق
۱۱۲	۳-۴- رده مدیعی در شرکت
۱۱۲	۱-۳-۴ رتبه بندی از نظر رده مدیعی
۱۱۲	۲-۳-۴ نمودار توزیع فراوانی رده مدیعی
۱۱۳	۴-۴- تحصیلات پرسنل شرکت
۱۱۳	۱-۴-۴ رتبه بندی از نظر مقطع تحصیلات مدیان و کارشناسان شرکت
۱۱۳	۲-۴-۴ نمودار توزیع فراوانی میزان تحصیلات مدیان و کارشناسان شرکت
۱۱۴	۵-۴- رشته تحصیلی پرسنل شرکت
۱۱۴	۱-۵-۴ رتبه بندی از نظر رشته تحصیلی کارشناسان و مدیان شرکت
۱۱۴	۲-۵-۴ نمودار توزیع فراوانی رشته تحصیلی مدیان و کارشناسان شرکت
۱۱۵	۶-۴- سابقه کار پرسنل شرکت
۱۱۵	۱-۶-۴ رتبه بندی از نظر سابقه کار کارشناسان و مدیان شرکت
۱۱۵	۲-۶-۴ نمودار توزیع فراوانی سابقه کار مدیان و کارشناسان شرکت
۱۱۶	۷-۴- رده سری پرسنل شرکت
۱۱۶	۱-۷-۴ رتبه بندی از نظر رده سری کارشناسان و مدیان شرکت
۱۱۶	۲-۷-۴ نمودار توزیع فراوانی رده سری مدیان و کارشناسان شرکت
۱۱۷	۸-۴- تحلیلی ساعات دوره های برگزار شده IS O برای پرسنل
۱۱۷	۱-۸-۴ رتبه بندی دوره ها و ساعات دوره های برگزار شده IS O برای کارشناسان و مدیان
۱۱۷	۲-۸-۴ نمودار توزیع فراوانی تعداد نفر ساعت بر مبنای دوره های برگزار شده
۱۱۸	۹-۴- بررسی فرضیه ها
۱۱۸	۱-۹-۴ بررسی فرضیه اول: رضایت مشتریان
۱۲۰	۲-۹-۴ بررسی فرضیه دوم: تحویلی به موقع محصول
۱۲۲	۳-۹-۴- بررسی فرضیه سوم: درصد ضایعات

۱۲۴ ۴-۹-۴ بررسی فرضی چهارم: محصول برگشتی
۱۲۶ فصل پنجم: یافته ها، نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۲۷ ۱-۵-مقدمه
۱۲۷ ۲-۵- یافته های تحقیق
۱۲۸ ۳-۵- نتیجه گیری
۱۳۰ ۴-۵- پیشنهادات
۱۳۳ ضمائم تحقیق
۱۳۴ فهرست منابع و مآخذ
۱۳۵ منابع و مراجع فارسی:
۱۳۸ منابع خارجی
۱۳۹ مستندات تحقیق (پیوست)

نمودار ۱-۲- گامهای اجرای ایزو ۹۰۰۰.....	۴۷
شکل ۱-۲ نمودار مستند سازی (محمد صفایی - شماره ۴۸ - ص ۶).....	۵۰
نمودار ۱-۴ توزیع فراوانی رده مدی می.....	۱۱۲
نمودار ۲-۴ توزیع فراوانی تحصیلات پرسنل.....	۱۱۳
نمودار ۳-۴ توزیع فراوانی رشته تحصیلی پرسنل شرکت.....	۱۱۴
نمودار ۴-۴ توزیع فراوانی سابقه کار پرسنل شرکت.....	۱۱۵
نمودار ۵-۴ نمودار توزیع فراوانی رده سری مدیان و کارشناسان شرکت.....	۱۱۶
نمودار ۶-۴ توزیع فراوانی ساعات دوره های برگزار شده.....	۱۱۷
نمودار ۷-۴ رضایت مشتریان قبل از IS O.....	۱۱۹
نمودار ۸-۴ رضایت مشتریان بعد از IS O.....	۱۱۹
نمودار ۹-۴ تحویلی به موقع محصول قبل از IS O.....	۱۲۱
نمودار ۱۰-۴ تحویلی به موقع محصول بعد از IS O.....	۱۲۱
نمودار ۱۱-۴ درصد ضایعات قبل از IS O.....	۱۲۳
نمودار ۱۲-۴ درصد ضایعات بعد از IS O.....	۱۲۳
نمودار ۱۳-۴ محصول برگشتی قبل از IS O.....	۱۲۵
نمودار ۱۴-۴ محصول برگشتی بعد از IS O.....	۱۲۵

..... ۶	ساختار سیستم مدیریت کیفیت شرکت در چهار سطح به شرح ذیل تعیین می شود:
..... ۳۲	جدول ویژگی های کیفی برجسته.....
..... ۱۰۷	جدول ۱-۳ سنجش روایی و پایایی.....
..... ۱۱۲	جدول ۱-۴ رتبه بندی رده مدیعی.....
..... ۱۱۳	جدول ۲-۴ رتبه بندی تحصیلات پرسنل.....
..... ۱۱۴	جدول ۳-۴ رتبه بندی رشته تحصیلی پرسنل شرکت.....
..... ۱۱۵	جدول ۴-۴ رتبه بندی سابقه کار پرسنل شرکت.....
..... ۱۱۶	جدول ۵-۴ رتبه بندی رده سری پرسنل شرکت.....
..... ۱۱۷	جدول ۶-۴ رتبه بندی ساعات دوره های برگزار شده.....
..... ۱۱۸	جدول ۷-۴ بررسی فرضی رضایت مشتریان.....
..... ۱۲۰	جدول ۸-۴ فرضی تحویلی به موقع محصول.....
..... ۱۲۲	جدول ۹-۴ فرضی درصد ضایعات.....
..... ۱۲۴	جدول ۱۰-۴ فرضی محصول برگشتی.....

مقدمه

در جهان امروز هر لحظه با تحولات و تغییرات شگرف و برق آسای مواجهیم. حرکت کیفیت گرایی در جهان تجارت، حرکتی تکاملی، مثبت و در عین حال توفنده و پر تلاش است که در دهه اخیر آغاز شده و به سرعت سراسر گیتی را فرا گرفته است.

استانداردهای ایزو ۹۰۰۰ در حقیقت یک الگوی عملی و موفق برای پاسخگویی به این سیستم است. الگویی که عنوان زیان مشترک جهانی را به خود اختصاص داده و هم اکنون بیش از ۴۵۰۰۰۰ واحد تولیدی و خدماتی در سراسر دنیا موفق به دریافت گواهینامه ایزو ۹۰۰۰ شده‌اند.

اگر چه برخی از مدیران و کارشناسان در اولین برخوردها، بل‌تردید به آن می‌نگریستند، اما به مرور و با ایجاد فرهنگ و بینش لازم و اثبات عملی بودن آن در تمامی واحدهای تولیدی و خدماتی که علاقمند به ارتقاء کیفیت محصولات و خدمات خود هستند، به تدریج شک‌ها تبدیل به یقین شد و مدیران به صورت روز افزون به استفاده از این اسلنداردها علاقه و تمایل نشان دادند.

تاریخ تمدن بشر، نشان می‌دهد که دوره‌های مختلف به اقتضای مجموعه‌ای پیوسته از شرایط آغاز می‌شود و عوامل مختلف تشکیل دهنده این شرایط نیز به نوبه خود براساس اصل غیرقابل تغییر «همیشگی بودن تغییر» تغییر می‌کنند تا جایی که ارتباط بین این عوامل، شرایط جدیدی را به وجود آورد و شرایط جدید، دوره نوینی را آغاز نکند. در بررسی تاریخ طبیعی، متوجه می‌شویم که اصل انتخاب اصلح، دوران مختلف طبیعی را هدایت کرده و به دوران بعدی رسانده است و در تاریخ تمدن، اصلی که تکامل بر مبنای آن صورت گرفته است، «کیفیت» است. بنابراین انگیزه هر اختراع، اکتشاف و پیشرفتی، «کیفیت» است. نیاز به کیفیت به اعماق تاریخ برمی‌گردد و پرداختن به کیفیت، بحث جدیدی نیست. بحث جدید، ابزار تحقق کیفیت و سیاست‌های مدیریت کیفیت می‌باشد و با سیاستگذاری و مدیریت مناسب، می‌توان بر تغییرات ناشی از تکنولوژی، اقتصاد و نیروهای اجتماعی غلبه کرد.

در مدیریت امروز، باید امکان برگشت محصول توسط مشتری، نارضایتی مشتری، دوباره کاری و مسائلی از این قبیل، از بین برود.

امروزه در صحنه بین‌المللی، دیگر کیفیت، سیاستگذاری مدیران برای حفظ موقعیت رقابتی نیست، بلکه یک اصل برای زنده ماندن و بقاست.

رمز موفقیت در مسیر بهبود کیفیت، اعتقاد مدیران ارشد به این مسیر بی‌انتهای و تهیه سیاستها و برنامه‌های مشخص و معین کوتاه مدت و بلند مدت است.

یک ملت باید با کیفیت بهتر محصولات و خدماتش، کیفیت بهتر زندگی را به جهانیان نشان دهد. در فرهنگ ما، تمیزی، زیبایی، بوی خوش، درستکاری، عدل و انصاف، همه و همه توصیه شده است. مصداق عملی این اعتقادات باید در کیفیت بهتر محصولات و خدمات تجلی گردیده و با بهبود مستمر، ارتقاء یابد.

پس شرکت باید طوری سازماندهی گردد که عوامل فنی، اداری و انسانی که بر کیفیت محصول و خدمات آن، اثر می گذارند، تحت کنترل قرار گیرند. لازمه این امر ایجاد و اجرای یک نظام مدیریت است که حول محور کیفیت بوده و متکی بر مشارکت تمامی اعضای سازمان و با هدف موفقیت درازمدت از طریق جلب رضایت مشتری و سود رساندن به شرکت، اعضای سازمان و جامعه باشد، به بیان دیگر، آنچه که تحت عنوان نظام مدیریت کیفیت و یا تضمین کیفیت برای سازمانها و شرکتهای شناخته شده است.

براساس الزامات این استانداردها، اشتباهات و خطاها، نه تنها باید با اقدامات اصلاحی، اصلاح گردد، بلکه باید با انجام اقدامات پیشگیرانه از همان ابتدا از بروز آنها جلوگیری کرد. (بند ۴-۵ از ایزو ۹۰۰۱ نسخه ۲۰۰۰).

این استانداردها به سازمانها و شرکتها کمک می کند تا فعالیتها را به طور اثربخش و با کارایی بالا انجام دهند تا دارای ساختار کارآمد و ثمربخش شوند و به مشتریان این اطمینان و تضمین داده شود که کیفیت موردنظر آنان براساس خواسته های بیان شده و تلویحی آن تحقق یافته و ارتقاء می یابد. از مزایای دیگر این استانداردها، بهبود طراحی و کیفیت محصولات، کاهش ضایعات و دوبار کاریها، ایجاد روابط انسانی و ارتقاء زندگی کاری و افزایش بهره وری و بالاخره اعتبار شرکت در سطح ملی و بین المللی است.

(گل واجویی - ۸۰ - ۱۳۷۹ - صص ۴-۵)

واژه کیفیت معانی زیادی دارد: درجه مرغوبیت، انطباق با نیازمندیها، کلیه ویژگیهای مقوله ای که توانایی تأمین نیازهای تصریح شده یا تلویحی را دارد، مناسب مصرف، عاری بودن از عیب و نقص یا آلودگی اینها فقط معدودی از معانی اند با این حال، معنایی که در متن ISO/TS16949 به کار می رود، همان است که به کلیه ویژگیهای برآورده کننده نیازها مربوط است. تعریف «مناسب مصرف» کوتاه تر است، زود به یاد می آید و می توان هنگام تصمیم گیری در مورد کیفیت به کارش برد. مشخصات غالباً تعریف ناقص چیزی است که مشتری نیاز دارد و از آنجا که بعضی نیازها را به دشواری می توان آشکارا بیان کرد، معنی اش آن نیست که محصول یا خدمت نامنطبق مناسب مصرف نیست. با این حال محصولی که با نیازمندیها مطابقت دارد ممکن است کاملاً به درد نخور

باشد. همه اینها بسته به آن است که انطباق با نیازمندی های چه کسی مورد نظر است . اگر شرکتی استانداردهایی را برای خود تعیین می کند که نیازهای مشتری را تأمین نمی کنند، پس این ادعا که محصولات با کیفیت تولید می کند، دروغ است. از سوی دیگر اگر استانداردها خیلی بیش از آنچه که مشتری نیاز دارد باشد، برچسب قیمت نیز خیلی بیش از آن خواهد بود که مشتری آمادگی پرداختنش را دارد.

مشتری تنها کسی است که می تواند بگوید کیفیت محصولات و خدمات عرضه شده رضایت بخش است یا خیر، و شما یا با بازخوردی مستقیم و یا با از دست دادن فروش، کاهش سهم بازار و سرانجام، از دست دادن کسب و کار می توانید از این امر آگاه شوید.

در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی و ارزیابی اثربخشی استقرار سیستم مدیریت کیفیت جامع ISO/TS16949:2002 در صنایع خودروسازی در کارخانه سازمند صنعت می پردازد.

پژوهشگر، با انجام این پژوهش، در نظر دارد با توجه به شاخصهای کلیدی و مهم در بهره وری تولید ، استقرار این سیستم مدیریت کیفیت را در این کارخانه ارزیابی نماید، تا مشخص گردد که باز هم استقرار این نظام مقرون به صرفه می باشد؟

فصل اول
کلیات تحقیق