

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ

الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

دانشکده. علوم اجتماعی و اقتصادی ...

گروه. مدیریت اجرایی و MBA ...

عنوان پایان نامه (رساله)

برای رقابتی شدن سازمانها (مطالعه QFD بررسی بهبود کیفیت خدمات با بکارگیری

موردی و

QFD) ارزیابی نظرسنجی نمایندگان سایا یدک در صورت اجرای

پایان نامه (رساله) :

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (یا دکتری)

....MBA در رشته ...

مؤلف

..سیما خواجه عنایتی..

استاد راهنما

.دکتر حسن فارسیجانی.

ماه و سال انتشار

بهار ۹۰

دانشگاه پیام نور

دانشکده. علوم اجتماعی و اقتصادی.

گروه.. مدیریت اجرایی و MBA ..

عنوان پایان نامه (رساله)

بررسی بهبود کیفیت خدمات با بکارگیری QFD برای رقابتی شدن سازمانها (مطالعه

موردی و ارزیابی نظرسنجی نمایندگان سایپا یدک در صورت اجرای QFD)

پایان نامه (رساله) :

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (یا دکتری)

.. MBA در رشته ..

مؤلف

.. سیما خواجه عنایتی ..

استاد راهنما

.. دکتر حسن فارسیجانی ..

استاد مشاور

.. دکتر محمد مهدی پرهیزگار ..

ماه و سال انتشار

بهار ۹۰

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	مقدمه
۴	بیان مسئله
۶	اهمیت و ضرورت تحقیق
۸	اهداف تحقیق
۸	اهداف جزئی
۹	مدل تحلیلی تحقیق
۱۰	سوال تحقیق
۱۰	فرضیه‌های تحقیق
۱۰	روش‌های تحلیل آماری
۱۰	چهارچوب نظری تحقیق
۱۲	قلمرو تحقیق
۱۳	تعریف مفهومی متغیرها
۱۴	تعریف عملیاتی متغیرها
	فصل دوم: ادبیات تحقیق
۱۵	مقدمه
۱۵	بخش اول: مبانی نظری QFD
۴۸	بخش دوم: مبانی نظری رضایتمندی مشتریان
۸۵	بخش سوم: مبانی نظری مربوط به اثر بخشی
۹۱	بخش چهارم: تحقیقات مربوط به موضوع

فصل سوم: روش شناسی

مقدمه	۹۷
مراحل انجام تحقیق	۹۷
روش تحقیق	۹۹
قلمرو تحقیق	۹۹
جامعه آماری	۹۹
حجم نمونه و روش نمونه‌گیری	۹۹
ابزار جمع‌آوری داده‌ها	۱۰۱
روایی و پایایی سئوالات تحقیق	۱۰۱
روش تجزیه و تحلیل داده‌های آماری	۱۰۱

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

مقدمه	۱۰۳
بخش توصیفی	۱۰۳
بخش استنباطی	۱۵۱

فصل پنجم: نتایج تحقیق

مقدمه	۱۵۹
نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق	۱۶۰
محدودیت‌های تحقیق	۱۶۴
پیشنهاد‌های تحقیق	۱۶۵
پیشنهاد برای محققین آینده	۱۶۶
منابع	۱۶۷
ضمائم	۱۶۹

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۱۰۴.....	جدول شماره ۱-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سن.....
۱۰۵.....	جدول شماره ۲-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به میزان تحصیلات.....
۱۰۶.....	جدول شماره ۳-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سابقه کار.....
۱۰۷.....	جدول شماره ۴-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال یک.....
۱۰۸.....	جدول شماره ۵-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال دو.....
۱۰۹.....	جدول شماره ۶-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سه.....
۱۱۰.....	جدول شماره ۷-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال چهار.....
۱۱۱.....	جدول شماره ۸-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال پنج.....
۱۱۲.....	جدول شماره ۹-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال شش.....
۱۱۳.....	جدول شماره ۱۰-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال هفت.....
۱۱۴.....	جدول شماره ۱۱-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال هشت.....
۱۱۵.....	جدول شماره ۱۲-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال نه.....
۱۱۶.....	جدول شماره ۱۳-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال ده.....
۱۱۷.....	جدول شماره ۱۴-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال یازده.....
۱۱۸.....	جدول شماره ۱۵-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال دوازده.....
۱۱۹.....	جدول شماره ۱۶-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سیزده.....
۱۲۰.....	جدول شماره ۱۷-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال چهارده.....
۱۲۱.....	جدول شماره ۱۸-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال پانزده.....
۱۲۲.....	جدول شماره ۱۹-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال شانزده.....
۱۲۳.....	جدول شماره ۲۰-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال هفده.....
۱۲۴.....	جدول شماره ۲۱-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال هجده.....
۱۲۵.....	جدول شماره ۲۲-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال نوزده.....

- جدول شماره ۲۳-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست ۱۲۶
- جدول شماره ۲۴-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست و یک ۱۲۷
- جدول شماره ۲۵-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست و دو ۱۲۸
- جدول شماره ۲۶-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به بیست و سه ۱۲۹
- جدول شماره ۲۷-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست و چهار ۱۳۰
- جدول شماره ۲۸-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست و پنج ۱۳۱
- جدول شماره ۲۹-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به بیست و شش ۱۳۲
- جدول شماره ۳۰-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست و هفت ۱۳۳
- جدول شماره ۳۱-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست و هشت ۱۳۴
- جدول شماره ۳۲-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال بیست و نه ۱۳۵
- جدول شماره ۳۳-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی ۱۳۶
- جدول شماره ۳۴-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و یک ۱۳۷
- جدول شماره ۳۵-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و دو ۱۳۸
- جدول شماره ۳۶-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سی و سه ۱۳۹
- جدول شماره ۳۷-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و چهار ۱۴۰
- جدول شماره ۳۸-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و پنج ۱۴۱
- جدول شماره ۳۹-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و شش ۱۴۲
- جدول شماره ۴۰-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و هفت ۱۴۳
- جدول شماره ۴۱-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و هشت ۱۴۴
- جدول شماره ۴۲-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال سی و نه ۱۴۵
- جدول شماره ۴۳-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال چهل ۱۴۶
- جدول شماره ۴۴-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال چهل و یک ۱۴۷
- جدول شماره ۴۵-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال چهل و دو ۱۴۸
- جدول شماره ۴۶-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال چهل و سه ۱۴۹

- جدول شماره ۴۷-۴: اطلاعات توصیفی مربوط به سؤال چهار و چهار ۱۵۰
- جدول شماره ۴۸-۴: اطلاعات توصیفی آزمون تی تست تک متغیره مربوط به تأثیر بکارگیری QFD در افزایش بهره وری ۱۵۲
- جدول شماره ۴۹-۴: اطلاعات توصیفی آزمون تی تست تک متغیره مربوط به تأثیر بکارگیری QFD در بهبود کیفیت خدمات سازمانها ۱۵۳
- جدول شماره ۵۰-۴: اطلاعات توصیفی آزمون تی تست تک متغیره مربوط به رابطه بکارگیری QFD با اثربخشی شرکت سایپا یدک ۱۵۴
- جدول شماره ۵۱-۴: اطلاعات توصیفی آزمون تی تست تک متغیره مربوط به رابطه بکارگیری QFD با رضایت مشتری شرکت سایپا یدک ۱۵۶
- جدول شماره ۵۲-۴: اطلاعات توصیفی آزمون تی تست تک متغیره مربوط به تأثیر رضایت مشتری در رقابتی شدن سازمانها ۱۵۷.

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار شماره ۱-۱: مدل تحلیلی تحقیق.....	۹
نمودار شماره ۱-۲: نمودار مربوط به سن.....	۱۰۴
نمودار شماره ۲-۲: نمودار مربوط به میزان تحصیلات.....	۱۰۵
نمودار شماره ۳-۳: نمودار مربوط به سابقه کار.....	۱۰۶
نمودار شماره ۴-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال به نظر شما با اجرای فرایند QFD به چه میزان ویژگی‌های در خواست شده مشتریان تأمین می‌شود؟.....	۱۰۷
نمودار شماره ۵-۵: نمودار ستونی مربوط به سؤال به نظر شما با اجرای فرایند QFD مقدار بیشتری از نیازهای بیان شده مشتری تأمین می‌شود؟.....	۱۰۸
نمودار شماره ۶-۶: نمودار ستونی مربوط به سؤال آیا با اجرای فرایند QFD می‌توان انتظارات اظهار شده مشتریان را بهبود بخشید؟.....	۱۰۹
نمودار شماره ۷-۷: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD انتظارات کیفی مشتریان از خدمات در سلسله مراتب ارائه خدمات قرار می‌گیرد؟.....	۱۱۰
نمودار شماره ۸-۸: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان کیفیت فعلی خدمات ارائه شده را بهبود می‌بخشد؟.....	۱۱۱
نمودار شماره ۹-۹: نمودار ستونی مربوط به سؤال به نظر شما اجرای فرایند QFD به چه میزان انتظارات کیفی خدمات ارائه شده را تأمین می‌کند؟.....	۱۱۲
نمودار شماره ۱۰-۱۰: نمودار ستونی مربوط به سؤال انتظارات کیفی و قابل محسوس خدمات ارائه شده پس از اجرای فرایند QFD تأمین می‌شود؟.....	۱۱۳
نمودار شماره ۱۱-۱۱: نمودار ستونی مربوط به سؤال انتظارات فنی خدمات ارائه شده پس از اجرای فرایند QFD تأمین می‌شود؟.....	۱۱۴
نمودار شماره ۱۲-۱۲: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان موجب نوآوری در خدمات نمایندگی‌های شرکت سایپا می‌شود؟.....	۱۱۵

- نمودار شماره ۱۳-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان باعث می‌شود که مشتری ویژگی‌های جدید خدمات را مثبت و هیجان‌انگیز ببابد؟..... ۱۱۶
- نمودار شماره ۱۴-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال به نظر شما اجرای فرایند QFD به چه میزان موجب اشتیاق مشتریان از خدمات یا کیفیت کالاها می‌شود؟..... ۱۱۷
- نمودار شماره ۱۵-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD خدمات ارائه شده توسط شرکتها به صورت کامل خواهد بود؟..... ۱۱۸
- نمودار شماره ۱۶-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD خدمات ارائه شده توسط شرکتها به روز خواهد بود؟..... ۱۱۹
- نمودار شماره ۱۷-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD توسط شرکتها عاری از خطا اجرا خواهد شد؟..... ۱۲۰
- نمودار شماره ۱۸-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD خدمات ارائه شده توسط شرکتها براساس نیازهای مشتریان ارائه خواهد شد؟..... ۱۲۱
- نمودار شماره ۱۹-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD خدمات ارائه شده توسط شرکتها موجب آسودگی خاطر مشتریان خواهد شد؟..... ۱۲۲
- نمودار شماره ۲۰-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD خدمات ارائه شده توسط شرکتها مورد اطمینان مشتریان خواهد بود؟..... ۱۲۳
- نمودار شماره ۲۱-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال با اجرای فرایند QFD خدمات ارائه شده پاسخگو خواهد بود؟..... ۱۲۴
- نمودار شماره ۲۲-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان موجب تامین انتظارات سازمان و مدیریت آن در بهبود کیفیت خدمات می‌شود؟..... ۱۲۵
- نمودار شماره ۲۳-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال آیا اجرای فرایند QFD میتواند در تحقق اهداف نمایندگی‌های سایپا موثر واقع شود؟..... ۱۲۶
- نمودار شماره ۲۴-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD در افزایش رضایت شغلی کارکنان به میزان موثر است؟..... ۱۲۷

- نمودار شماره ۲۵-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD در افزایش انگیزش شغلی کارکنان به چه میزان موثر است؟ ۱۲۸
- نمودار شماره ۲۶-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD در افزایش روحیه شغلی کارکنان به چه میزان موثر است؟ ۱۲۹
- نمودار شماره ۲۷-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD در تولید و ارائه خدمات مطابق استاندارد تعیین شده موثر واقع میشود؟ ۱۳۰
- نمودار شماره ۲۸-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان به سوددهی عملکرد شرکت سایپا منجر می شود؟ ۱۳۱
- نمودار شماره ۲۹-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای QFD به چه میزان جو مثبت و مطلوب در نمایندگی های سایپا یدک به وجود می آورد؟ ۱۳۲
- نمودار شماره ۳۰-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان به بهبود بازدهی تجهیزات یدکی منجر می شود؟ ۱۳۳
- نمودار شماره ۳۱-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان دسترسی به اهداف سازمان را تسهیل می کند؟ ۱۳۴
- نمودار شماره ۳۲-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان خدمات ارائه شده توسط نمایندگی سایپا یدک را با نیاز جامعه انطباق می دهد؟ ۱۳۵
- نمودار شماره ۳۳-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD به چه میزان موجب انسجام داخلی در بین نمایندگی های سایپا یدک میگردد؟ ۱۳۶
- نمودار شماره ۳۴-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD قابلیت خدمات شرکت سایپا را ارتقا می دهد؟ ۱۳۷
- نمودار شماره ۳۵-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD تطبیق خدمات شرکت سایپا را با نیازها ارتقا می دهد؟ ۱۳۸
- نمودار شماره ۳۶-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD رشد و توسعه خدمات شرکت سایپا را ارتقا می دهد؟ ۱۳۹

- نمودار شماره ۳۷-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD موفقیت خدمات شرکت سایپا را ارتقا می‌دهد؟ ۱۴۰
- نمودار شماره ۳۸-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD کسب منافع خدمات شرکت سایپا را ارتقاء می‌دهد؟ ۱۴۱
- نمودار شماره ۳۹-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD شاخصهای رضایت از خدمات شرکت سایپا را ارتقا می‌دهد؟ ۱۴۲
- نمودار شماره ۴۰-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD ارتباطات شرکت سایپا را با مشتریان خود ارتقا می‌دهد؟ ۱۴۳
- نمودار شماره ۴۱-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD وفاداری مشتریان شرکت سایپا را ارتقا می‌دهد؟ ۱۴۴
- نمودار شماره ۴۲-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD علایق اساسی مشتریان خدمات شرکت سایپا را تامین می‌کند؟ ۱۴۵
- نمودار شماره ۴۳-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD استفاده بهینه از امکانات موجود سایپا شرکت سایپا را تامین می‌کند؟ ۱۴۶
- نمودار شماره ۴۴-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD موجب بازخورد عملکرد شرکت سایپا یدک می‌شود؟ ۱۴۷
- نمودار شماره ۴۵-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD موجب بازخورد عملکرد شرکت سایپا یدک می‌شود؟ ۱۴۸
- نمودار شماره ۴۶-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD میتواند خدمات ارائه شده نمایندگی‌های سایپا از نظر کیفیت و رقابت را بهبود بخشد؟ ۱۴۹
- نمودار شماره ۴۷-۴: نمودار ستونی مربوط به سؤال اجرای فرایند QFD میتواند موجب رقابتی شدن نمایندگی‌های شرکت سایپا یدک شود؟ ۱۵۰

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۳۰	شکل شماره ۱-۲: ماتریس QFD افزودن بخش اطلاعات فنی به ماتریس.....
۳۲	شکل شماره ۲-۲: نمودار و جریانی ساده از فرآیند QFD.....
۳۷	شکل شماره ۳-۲: شکل فرآیند QFD.....
۴۳	شکل شماره ۴-۲: دو بخش اصلی ماتریس اول.....
۴۶	شکل شماره ۵-۲: شکل ترجمه نیازهای مشتری به ویژگیهای فنی.....
۴۷	شکل شماره ۶-۲: شکل نمونه‌ای از ماتریس کامل طرح ریزی محصول همراه با ثبت تجربیات سازمان.....
۵۰	شکل شماره ۷-۲: چارچوبی برای ارزیابی میزان مشتری مداری.....
۵۳	شکل شماره ۸-۲: ابعاد کیفیت خدمات.....
۶۴	شکل شماره ۹-۲: ساختار فرایند نظام کلی خدمات رضایتمندی مشتری.....
۷۲	شکل شماره ۱۰-۲: تقسیم بندی مدل‌های سنجش رضایت مشتری.....
۷۷	شکل شماره ۱۱-۲: مدل رضایت مشتریان کانو.....
۸۱	شکل شماره ۱۲-۲: نمایش میزان تأثیر هر یک از معیارها، بر سنجش کیفیت خدمات به مشتریان.....
۸۳	شکل شماره ۱۳-۲: مدل سروکوال.....
۸۳	شکل شماره ۱۴-۲: مدل فورنل.....

چکیده:

در این پژوهش محقق قصد دارد بهبود کیفیت محصولات سایپا یدک رادر صورت بکارگیری فرآیند QFD از طریق ارزیابی نظرسنجی از نمایندگیهای سایپا یدک مورد مطالعه و پژوهش قرار دهد به عبارت دیگر در این تحقیق محقق قصد دارد بکارگیری QFD را در رضایت مشتریان و اثر بخشی شرکت سایپا یدک بررسی نماید با امید به آنکه نتایج حاصل شده بتواند مورد استفاده مسئولین شرکت سایپا یدک و دیگر شرکتهای تولید کننده قطعات ماشین قرار گیرد.

هدف کلی:

هدف کلی از انجام این تحقیق بررسی بهبود کیفیت خدمات با بکارگیری QFD برای رقابتی شدن سازمانها (مطالعه و ارزیابی نظرسنجی ها از نمایندگی های سایپا یدک در صورت بکارگیری QFD) می باشد.

اهداف جزئی:

- ۱- تعیین تاثیر بکارگیری QFD در کیفیت خدمات سازمانها
- ۲- تعیین تاثیر بکارگیری QFD در اثر بخشی سازمانها .
- ۳- تعیین تاثیر بکارگیری QFD در رضایت مشتری مشتریان .

فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر می باشد:

- ۱- بکارگیری QFD موجب بهبود در کیفیت خدمات سازمانها می گردد.
 - ۲- بکارگیری QFD با اثر بخشی شرکت سایپا یدک رابطه مثبت دارد .
 - ۳- بکارگیری QFD با رضایت مشتری سایپا یدک رابطه مثبت دارد .
 - ۴- رضایت مشتری باعث رقابتی شدن سازمانها می گردد
- تحقیق حاضر از نظر هدف از نوع تحقیق کاربردی و از نظر ماهیت و روش از نوع توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل:

کلیه نمایندگی‌های شرکت سایپا یدک تهران می باشد که بر اساس اطلاعات اخذ شده از کارشناس آمار شرکت برابر با ۲۵۰ نمایندگی می باشد. بر اساس فرمول تعیین حجم نمونه کوکران حجم نمونه آماری این پژوهش برابر با ۱۵۲ نمایندگی انتخاب گردید. برای انتخاب واحدهای مورد مطالعه از

روش تصادفی ساده استفاده گردید. به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز این پژوهش از ابزار پرسشنامه استفاده می‌شود، نتایج حاصل شده از تحقیق حاضر بدین شرح می‌باشد:

- بکارگیری QFD موجب بهبود در کیفیت خدمات سازمانها می‌گردد.
- بکارگیری QFD با اثربخشی شرکت سایپا یدک رابطه مثبت دارد .
- بکارگیری QFD با رضایت مشتری شرکت سایپا یدک رابطه مثبت دارد .
- رضایت مشتری باعث رقابتی شدن سازمانها می‌گردد.

فصل اول

کلیات تحقیق

موضوع: بررسی بهبود کیفیت خدمات با بکارگیری QFD برای رقابتی شدن سازمانها

مقدمه

کسب و کار اغلب زمانی شروع می شود که موسسین سازمان نیازی را در مشتری تشخیص داده و معتقد باشند آن را بهتر از دیگر شرکت ها برآورده می کنند. این توانایی معمولاً ناشی از الگوی جدید و منحصر به فرد آن ها یا پیشنهاد خدمات یا محصولی با نوآوری بالا از سوی آنان است.

از طرف دیگر مشتریان، همواره خواسته ها و نیازهای خود را به زبان خودشان بیان می کنند. مثلاً، آن ها ممکن است در تشریح یک قطعه کنترلی بگویند: «می خواهیم اهرم کنترلی، راحت عمل کند. سازمان ها باید این عبارات مشتریان را به زبان داخلی خود و به صورتی که قابل اندازه گیری باشد، ترجمه کنند. بنابراین، سازمان احتمالاً باید این صدای مشتری را به صورت «نیروی لازم برای حرکت دادن اهرم» ترجمه کند. و آن را عملیاتی کند و به تغییر ویژگیهای قطعات منجر شود. سازمانها و کارگاههای تولیدی برای توجه و به منظور تأمین خواسته های مشتری و ملحوظ نمودن آن در طراحی فرآیند و طراحی محصول از فرآیند QFD استفاده می نمایند. در واقع صدای مشتری یکی از ورودی های اصلی برای شروع پروژه QFD است (هوارن، ۱۳۸۱)

QFD ابزار نیست بلکه یک فرایند برنامه ریزی است. این فرایند می تواند برنامه ساختار یافته ای برای استفاده موثر از ابزارهای تکنیکی فراهم کند. هنگام اولویت بندی مسائل، این فرایند، می تواند در شرایط چالشی به تعیین زمینه های مورد علاقه مشتری کمک کند.

در این زمینه، استفاده از ابزارهای خاص می تواند مفید تر باشد. از سوی دیگر، چون مبدا QFD مشتری است، این فرایند در حصول تمرکز روی مشتری به سازمان کمک خواهد کرد. تنها با این شیوه از تمرکز است که سازمان می تواند نیازهای خود را در خصوص ارتقای، رضایت مشتری، تشخیص دهد. برای اولین بار QFD در واحد میتسوبیسی کوبه در سال ۱۹۷۲ دیده شد. سپس کمپانی تویوتا اقدام به گسترش این دیدگاه نمود و از سال ۱۹۷۷ که مورد استفاده واقع گردید نتایج مؤثری حاصل شد. از تاریخ ژانویه ۱۹۷۷ تا اکتبر ۱۹۷۹ تویوتا متوجه شد که هزینه های راه اندازی یک وانت جدید (تولید جدید) به میزان ۲۰٪ کاهش یافته است. این کاهش هزینه ها تا سال ۱۹۸۲ به میزان ۳۸٪ و تا سال ۱۹۸۴ به میزان ۶۱٪ رسید. علاوه بر آن زمان توسعه به ۱/۳ رسید و کیفیت هم ارتقاء یافت.

امروزه QFD بطور موفقیت آمیزی در صنایع الکترونیک، لوازم خانگی، نساجی، تولید وسایل ساختمانی و توسط شرکتهایی چون جنرال موتورز، مزدا، فورد، موتورالا، زیراکس، کداک، IBM، HP و AT&T استفاده میشود (رونالد جی، ۱۹۲۶).

شماری از مسائل کلیدی مفهوم QFD به شرح زیر می باشد .

- QFD فرایند طرح ریزی است نه ابزار حل مسئله یا تحلیل آن .
 - نیازها و خواسته های مشتری ، ورودی های ماتریس هستند ، فرایند بدون ورودی نمی تواند شروع شود . QFD ذاتا سازمان را مجبور به برقراری ارتباط مستقیم با مصرف کنندگان محصول می کند .
 - QFD برای توضیح اطلاعات حیاتی پروژه به صورت ساختاری خلاصه ، از ماتریس استفاده می کند.
 - جمع آوری اطلاعات در ساختار ماتریسی ، فعالیت های ارزیابی ، بررسی های دو جانبه متقابل و تحلیل را تسهیل می کند . این تکنیک در تنظیم اهداف رقابتی و تعیین مسائل دارای اولویت به سازمان کمک می کنند.
 - ماتریس QFD دو خروجی دارد . از خروجی اول ، اهداف رقابتی برای فعالیت های کلیدی وابسته به صدای مشتری استخراج می شوند . از خروجی دوم ، موارد دارای اولویت ویژه ، برای قسمت هایی که تاکید خاصی بر آنها وجود دارد ، انتخاب می شوند . پاسخ موثر برای اهداف و موارد دارای اولویت انتخاب شده ، در افزایش رضایت مشتری اثر خواهد داشت . (همان منبع) .
- برای توصیف بهتر QFD ، از آن به عنوان فرایند طرح ریزی مشتری گرا یاد می شود . QFD باعث می شود که سازمان ، توسعه محصولات و خدماتی را که تنها با نظرات خودش پایه ریزی شده اند ، متوقف کرده و توجه خویش را به خواسته های مشتری معطوف دارد و در نتیجه ، موثر تر عمل کند .
- انتخاب موارد دارای اولویت در زمینه افزایش رضایت مشتری ، به ایجاد سازمانی می انجامد که بر محصولاتی متمایز تمرکز دارد . آن دسته از خواسته های مشتری که همواره رضایت وی را به همراه دارد ، با استفاده از رویه ها و فرایندهای موجود به دست می آید . از سوی دیگر ، QFD در زمانی که محصول هنوز رقابتی نشده است ، باعث تمرکز سازمان برخواسته های مشتری می شود .
- مزایای استفاده از QFD عبارتند از: مشتری مداری، بهبود کیفیت مطابق آنچه که خواسته مشتری است، تشویق و گسترش کار گروهی، کاهش قابل ملاحظه در هزینه های راه اندازی، کاهش تغییرات در حین فرایند طراحی، افزایش بهره وری، کیفیت و دانش مهندسی و تغییرات کمتر مهندسی. (Yoji Akao). در این پژوهش نیز محقق قصد دارد بهبود کیفیت محصولات سایپا یدک را در صورت بکارگیری فرآیند QFD از طریق نظرسنجی از نمایندگان سایپا یدک مورد مطالعه و پژوهش

قرار دهد به عبارت دیگر در این تحقیق محقق قصد دارد تاثیر بکارگیری QFD را در رضایت مشتریان و اثر بخشی شرکت سایپا یدک بررسی نماید با امید به آنکه نتایج حاصل شده بتواند مورد استفاده مسئولین شرکت سایپا یدک و دیگر شرکتهای تولید کننده قطعات ماشین قرار گیرد .

بیان مسئله

سازمان ها در طرح ریزی محصول جدید و یا بازنگری محصول موجود ، ابتدا باید با افرادی که محصولات و خدمات آنان را خریداری و استفاده می کنند ، ارتباط برقرار کرده و صداهای مشتریان را در زمینه محصولات تعیین کنند برای این کار ، باید تعدادی از مشتریان را که محصول سازمان و محصولات رقبا را مصرف می کنند ، انتخاب کرد . به این ترتیب ، در واقع مشتریان عملکرد سازمان و بهترین رقیب را ارزیابی می کنند . برخی سازمان ها و تولید کنندگان برای اندازه گیری رضایت مشتری از پرسش نامه استفاده می کنند . این ها نوعی از شیوه های اندازه گیری هستند که در اکثر فرایندهای کسب و کار از آن ها استفاده می شوند . فرآیند QFD نیز به صدای مشتریان سازمانها و تولیدکنندگان اهمیت بسیاری قائل می شود در واقع برای اجرای فرآیند QFD باید در مراحل خاص فرآیند QFD ، صدای مشتریان ثبت شود . پس از کسب اطلاعات یاد شده با ساماندهای و قرار دادن آن ها در بخش افقی ماتریس QFD ، بخش اطلاعات مشتری تکمیل شود . برای اطمینان از موفقیت و تداوم کسب و کار ، خواسته ها ، نیازها و سطح رضایت مشتریان را باید مرتباً ثبت کرده و دانش خود را در این مورد به روز نگه داشت بسیاری از سازمان ها و تولید کنندگان بزرگ نیز ، نیاز به هوشیاری مستمر نسبت به مشتری را درک کرده اند . گروههای تحقیق سازمانهای یاد شده اغلب در زمینه روشن سازی نیازها و خواسته های مشتری (صدای مشتری) کار می کنند . و نتایج حاصله را به مراجع مربوطه برای تجزیه و تحلیل بر روی اطلاعات منعکس می نمایند عدم درک صحیح صدای مشتری (خواسته ها و نیازها) به این معناست که تلاش برای توسعه محصول جدید یا بازنگری شده ، با تاخیر زیادی آغاز می شود ، زیرا این مشتری است که محصول را خریداری می کند و اوست که باید از خرید آن راضی باشد .

در نتیجه ، محصول باید مطابق خواسته ها و نیازهای او و با توجه به ورودی های اولیه در پروژه تکوین محصول جدید ، توسعه داده شود . وقتی این مورد در نظر گرفته نشود ، معرفی محصول جدید اغلب نا امید کننده بوده و فعالیتهای مربوط به بازنگری طرح ، بسیارگران و وقت گیر است و هرگز به اندازه محصولی که در شروع کار ، به طور موفق معرفی شده و بر اساس نیازهای مشتری طراحی شده است ، موثر نخواهد بود.

فرایند QFD نوعی متدلوژی طراحی محصول و خدمات بوده و ورودی آن صدای مشتری است. نیازها و خواسته های مشتری، اهرم بازنگری در محصول یا خدمت جدید است.

QFD ابزاری مفید برای تبدیل خواسته های مشتری به مشخصات موجود در محصول و نیز تصمیم گیری در زمانی است که باید مجموعه ای از مسائل را با ملزومات آنها به طور همزمان در تصمیم گیری مدنظر قرار داد. QFD فرایند گروهی منظم برای برنامه ریزی و طراحی محصولات جدید یا بهبود محصولات/ خدمات است (Yoji Akao ، ۲۰۰۲).

فرایند QFD به ورودی ها و تصمیم گیری هایی نیاز دارد که به بهترین نحو از طریق کار تیمی انجام می گیرند. در نتیجه، این فرایند تمایل دارد، بسیاری از موانع عملکردی را که در سازمان های بزرگ به وجود می آیند حذف کرده و از طریق ترکیب دانش بازاریابی مشتری با نیازهای مهندسی، به فهم خواسته های مشتری کمک کند. بنابراین شرکت هایی که تصمیم به استفاده از روش QFD دارند، در می یابند که باید:

۲- صدای مشتریان خود را جمع آوری کنند.

۳- از طریق الگویی ساختار یافته در داخل سازمان، به صداهای جمع آوری شده پاسخ دهند.

استفاده از QFD شرکت را به مشتریان وصل می کند، فرهنگ کار تیمی را در سازمان ایجاد می کند و محصول و خدمت جدید را به صورت بالقوه برای رضایت مشتری نهایی توسعه می دهد.

از طرف دیگر مسئولین شرکت سایپا یکی از تولید کنندگان خودرو در ایران نیز خود را نیازمند آگاهی از نظرات مشتریان خود دانسته و در این زمینه به تلاشهای متعددی دست زده اند به گزارش خبرگزاری ایرنا، مهرداد بذرپاش روز سه شنبه در حاشیه مراسم آغاز نصب برچسب سوخت بر روی محصولات سایپا به خبرنگاران گفت: نصب برچسب سوخت بر اساس نیازهای مشتریان آغاز شده و به تدریج بر روی تمام محصولات گروه سایپا نصب خواهد شد. وی در ادامه افزود: این برچسب نشان دهنده میزان مصرف سوخت هر خودرو می باشد و به مشتریان این امکان را می دهد که با آگاهی بیشتر دست به انتخاب و خرید خودرو بزنند. ایشان در ادامه نسبت به انجام مطالعات برای آگاهی از نظرات مشتریان اشاره نمود بذرپاش با اشاره به طبقه بندی خودروها در هفت گروه گفت: معیار D بعنوان معیار متوسط انتخاب شده است و خیلی از محصولات سایپا در وضعیتی مطلوب تر از معیار متوسط قرار دارند. برای مثال خودروهای پراید و ریو در گروه C، زانتیا و سایپا ۱۴۱ در گروه D قرار دارند. بذرپاش گفت: خودروهایی که مصرف سوخت آنها ۲۵ درصد بیش از معیار متوسط باشد، امکان تولید نخواهند داشت. براین اساس سایپا با انجام اصلاحات بر روی برخی از محصولات پر مصرف خود امکان تولید آنها را