

المستخلص

احمد منصور محسن الموسوي. استخدام اداة نشر وظيفة الجودة في تحسين قيمة الزبون. (رسالة ماجستير). - بغداد : الجامعة المستنصرية : كلية الادارة والاقتصاد : قسم ادارة الاعمال ، ٢٠٠٧ .

تُعد أداة نشر وظيفة الجودة إحدى أهم أدوات إدارة الجودة الشاملة ، لما لها من أهمية كبيرة في التركيز على الزبون . وتهتم هذه الدراسة بالتطبيق المتقدم لهذه الأداة ، والذي يستند الى التقييم التفصيلي لمتطلبات الزبون بغية تحديد المتطلبات الفنية التي تحتاج إلى اهتمام اكبر خلال عملية تصميم المنتج وتطويره ، وذلك عن طريق استخدام سلسلة مصفوفات بيوت الجودة الأربعة المختلفة لمراحل تطبيق -QFD- ، الى جانب أدوات ضبط الجودة السبع الجديدة المستخدمة في بناء هذه المصفوفات وتنفيذها.

وقد تم تحديد متطلبات الزبون الأساسية للمنتجين المبحوثين (الأحذية والستر الجلدية الرجالية) بصورة عامة عن طريق المقابلات ومجموعة تركيز الزبون التي شكّلها الباحث ، ومن ثم تصميم استمارتي استبانة لكل منتج ، لغرض تحديد مستوى أهمية متطلبات الزبون ودرجة توافرها في منتجي الشركة العامة للصناعات الجلدية ومنافسيهما ممثلاً بالمنتج الصيني -MARIOBANGNI- بالنسبة لمنتج الأحذية الجلدية الرجالية ، ومنتج القطاع الخاص بالنسبة لمنتج الستر الجلدية الرجالية . فيما قامت مجموعة التركيز الفنية التي كونها الباحث أيضا داخل الشركة بتحديد المتطلبات الفنية للمنتج وإسنادها إلى التقييم التنافسي الفني.

واستناداً إلى ذلك ، قام فريق عمل مشروع -QFD- الذي تم تنظيمه لأغراض هذه الدراسة من الأقسام الوظيفية ذات العلاقة لنوعي المنتجين المبحوثين بتحديد العلاقات ما بين متطلبات الزبون والمتطلبات الفنية للمنتج ضمن المصفوفات المستخدمة . وقد أظهرت النتائج ترتيب أسبقيات المتطلبات الفنية التي تحتاج إلى اهتمام اكبر من الشركة كي تحقق متطلبات الزبون الأكثر أهمية ، ومن ثم نشرها عبر أسبقيات مصفوفات بيوت الجودة اللاحقة كافة.

واعتمدت الدراسة أداة -QFD- بوصفها المدخل الذي يوجه اهتمام الشركة صوب تحقيق قيمة زبون متفوقة ، إذ تم قياس قيمة الزبون لمنتجي الشركة ومنافسيها مع تحديد موقع الشركة مقارنة مع المنافس على خارطة قيمة الزبون قبل تطبيق -QFD- وبعده . وقد أظهرت نتائج التحليل كيفية مساهمة -QFD- في إمكانية تجاوز الانحرافات ، ومن ثم تحقيق قيمة زبون إجمالية موجبة بنسبة اكبر عما كانت عليه قبل تطبيق -QFD-.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة استنتاجات أهمها ضعف التحديد الدقيق لمتطلبات الزبون وتوقعاته ، فضلاً عن ضعف الشركة من ناحية الاهتمام بالطرز والتصاميم الحديثة . واختتمت بعدة توصيات أبرزها إيلاء الاهتمام الكافي بالتحديد الدقيق لمتطلبات الزبون والمقارنة المرجعية للمنافسين عن طريق تبني أداة -QFD- بوصفها الطريقة التي تضمن تلبية تفضيلات الزبون وتحقيق القيمة التي يبحث عنها في اختياره وتفضيله منتجات الشركة على منافسيها.