

ابعاد کیفیت



فرشید شکر خدایی - عضو شورای سیاست گذاری و کمیته فنی جایزه ملی کیفیت
نایب رئیس هیات مدیره انجمن مدیریت کیفیت ایران
نایب رئیس کمیسیون رقابت، خصوصی سازی و سلامت اداری اتاق ایران
مدیرعامل گروه پارسیان هوشمند

تعریف کیفیت در سطوح بلوغ مختلف



درجه بلوغ سازمان

کیفیت = شاخص های عملکردی + شاخص های برداشتی

Quality = Performance + perception



کیفیت = مناسب بودن برای مقصود

Quality = Fitness To Purpose

Juran's Quality Handbook



ابعاد کیفیت

• کیفیت یک محصول را میتوان به طرق مختلف تشریح و ارزیابی کرد معمولا

خیلی مهم است که این ابعاد کیفیت را از هم تمیز دهیم. گاروین ۱۹۸۷ م. ابعاد

کیفیت را در ابعاد مختلف ارایه میکند که با هم مرور می کنیم



Garvin's Product Quality Dimensions

David Garvin

1. Performance

2. Features

5. Durability

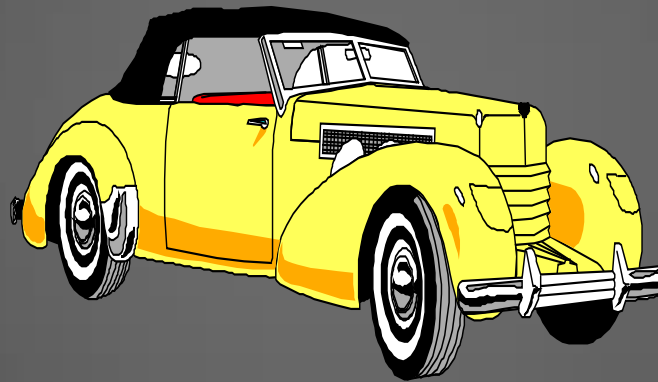
3. Reliability

6. Serviceability

4. Conformance

7. Aesthetics

8. Perceived Quality



1. عملکرد Performance

آیا محصول مورد نظر وظیفه خود را بخوبی انجام می دهد؟



2. ویژگی ها Features

محصول مورد نظر چه کارهایی انجام می دهد؟



4. Conformance انطباق

آیا محصول دقیقا همان گونه که مورد نظر طراح بوده است تولید گردیده است؟



5. Durability قابلیت دوام

محصول مورد نظر چه مدت عمر خواهد کرد؟



6. Serviceability قابلیت تعمیر پذیری

تعمیر محصول تا چه حد ساده است؟



7. زیبایی Aesthetics

محصول چگونه به نظر میرسد ؟



کیفیت درک شده

8. Perceived Quality

چه درک و تصویری از کیفیت محصول در ذهن مشتری است؟



Service Quality Dimensions

Parasuraman, Zeithamel, and Berry's (PZB) Service Quality Dimensions

1. Tangibles

2. Service Reliability

3. Responsiveness

4. Assurance

5. Empathy



6. Availability

7. Professionalism

8. Timeliness

9. Completeness

10. Pleasantness



ابعاد کیفیت خدمت

1. ملموس بودن
2. قابلیت اعتماد خدمت
3. پاسخگویی
4. تضمین
5. توان درک و انتقال احساس (یکدلی)
6. دسترسی
7. حرفه ای بودن
8. به موقع بودن
9. کامل بودن
10. لذت بخش بودن

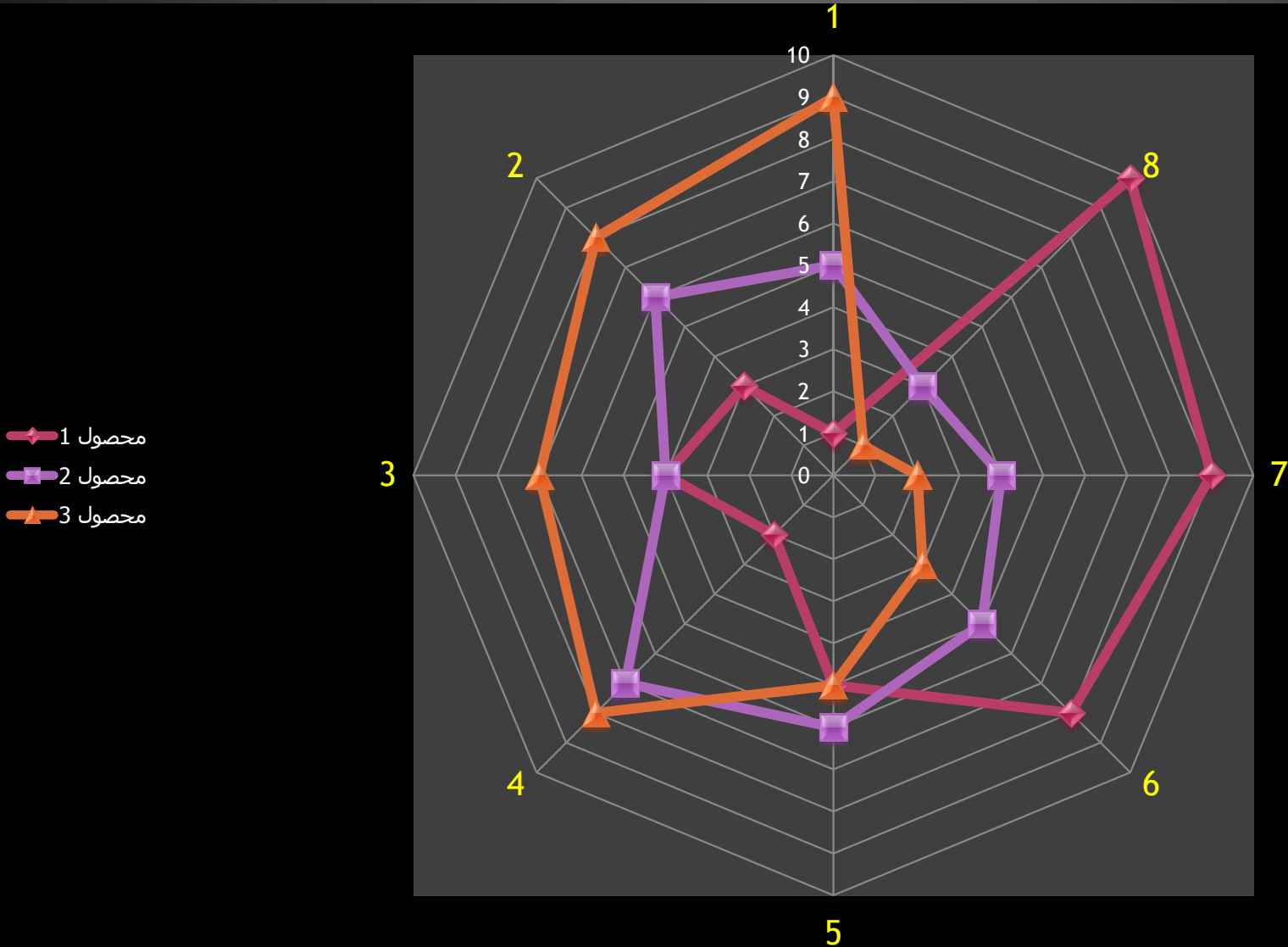


ابعاد جدید کیفیت

1. نو بودن
2. در خدمت جامعه بودن
3. سبز بودن
4. مسؤلیت پذیر بودن
5. قابلیت بازیافت
6. طبیعی بودن
7. سنتی بودن
8. بومی بودن
9. اخلاقی بودن
10. و.....



تفاوت در ابعاد و نرخ کیفیت



نتیجه گیری

- ابعاد مختلف کیفیت با توجه به مشتری بازار هدف مدیریت می شوند
- رقابت پذیری از طریق کیفیت، پایدار است.
- قیمت ، تنها یکی از عوامل رقابت پذیری است .
- **راهبرد ملی کیفیت** در سطح کلان و اجزای آن به تفکیک محصولات و خدمات باید تدوین شود.
- ابعاد جدید مانند سبز بودن ، مسوولیت پذیر بودن ، حامی جامعه بودن ، نو بودن و ... به ابعاد کیفیت اضافه شده است.

