

فصل ۱۱

گسترش کارکردهای کیفیت

# Quality Function Deployment QFD

زمستان ۸۷

تهیه کننده: مهران اوسطی

منبع: ابزارهای استراتژیک و فرهنگی مدیریت کیفیت فراگیر

تالیف: دکتر مصطفی جعفری و همکاران

# QFD

- دکتر میزونو پروفیسور انسیتو تکنولوژی توکیو سال ۱۹۷۲
- شرکت صنایع سنگین میتسوبیشی (کارخانه کشتی سازی)
- QFD یک ابزار طرح ریزی است که برای تشخیص و برآوردن توقعات و انتظارات مشتریان به کار گرفته می شود
- همچنین می توان گفت QFD روشی منظم و دقیق برای طراحی، مهندسی، تولید و ارزیابی محصول به حساب می آید.

# QFD

■ ندای مشتری voice of customer

■ از QFD برای تبدیل توقعات و نیازمندیهای مشخص مشتری به خصوصیات مهندسی در موارد زیر استفاده می گردد:

- طرح ریزی محصول
- توسعه قطعه
- طرح ریزی فرآیند
- طرح ریزی تولید
- ارائه خدمت

- با استفاده از QFD خواسته های مشتری در سیر فرآیند دریافت خواسته مشتری از قسمت بازاریابی تا طراحی و از طراحی به مهندسی و از آنجا به تولید گم نخواهد شد.
- در QFD با متمرکز شدن بر خواسته های مشتری می توان زمان کمتری را در مرحله طراحی مجدد و اصلاح آن صرف نمود.
- صرفه جویی زمانی معادل یک سوم تا یک دوم زمان طراحی مجدد و اصلاح می باشد.

# تیم QFD

- در QFD دو نوع تیم وجود دارد تیم محصول جدید و تیم بهبود محصول
- اعضای تیم شامل: اعضای تیم از واحدهای بازاریابی، طراحی، کیفیت، مالی و تولید خواهند بود.

# منافع

■ هزینه های راه اندازی را پایین می آورد

■ شرکتهای خودرو سازی آمریکا یک محصول جدید را در مدت ۵ سال ارائه می کند اما شرکتهای ژاپنی مانند تویوتا و هوندا این زمان را به ۲/۵ سال کاهش داده اند.

■ کیفیت محصول و در نتیجه جلب رضایت مشتری با توجه به عواملی که در شکل ۱۱-۱ ص ۱۲۹ آورده شده بهبود می یابند.

# مشتری مداری

- فراتر از نیاز مشتری را در نظر می گیرد چراکه با توجه به محصولات رقیب و خواسته مشتریان نمودار پارتویی رسم می شود و از روی آن مواردی که باعث بالا رفتن هرچه بیشتر کیفیت می گردد انتخاب می شود.
- همچنین QFD از تجربیات و اطلاعات داخلی در این خصوص استفاده می کند و باعث مستند شدن آنها می شود
  - مزیت این کار موقعی مشخص می شود که شخص بخواهد در میانه راه پروژه ای را ترک کند

# کاهش زمان پیاده سازی

- استفاده از QFD تغییرات مهندسی را کاهش خواهد داد
- و این امر سبب کاهش طراحی های مجدد می شود

# تشویق کار تیمی

- QFD باعث نزدیک شدن نفرات از واحدهای مختلف می شود و ارتباطات افقی سازمان را گسترش می دهد
- چون نفرات از واحدهای بازاریابی - طراحی - مهندسی - ... در کنار یکدیگر هستند و تبادل اطلاعات می کنند.

# مستند سازي در QFD

- با توجه به جمع آوري اطلاعات از واحد هاي مختلف و نگهداري آنها بعضا در يك بانک اطلاعاتي مي توان از اين اطلاعات براي آموزش افراد جديد الاستخدام استفاده نمود.

# ندای مشتری

■ به دلیل اینکه QFD به خواسته مشتری توجه ویژه ای دارد و این خواسته را به خوبی در طراحی تا تولید پیاده می کند باعث کم شدن زمان ارائه محصول خواهد شد.

■ منابعی که از آنها استفاده می شود:

- گروه های متمرکز
- نظرسنجی ها
- شکایات
- مشاوره ها
- استانداردها
- آیین نامه های دولتی

# ندای مشتری

- سوالاتی که تیم QFD باید دائماً از خود پرسند:
  - مشتری واقعا چه چیز می خواهد؟
  - انتظارات مشتری چیست؟
  - آیا انتظارات مشتری برای تعیین نحوه فرآیند طراحی استفاده می شود؟
  - تیم طراحی برای جلب رضایت مشتری چه کار می تواند بکند؟
- نباید اجازه داد تمایلات مدیران ارشد جای خواسته های مشتری را در طراحی محصول پر کنند.

# ندای مشتری

- برای گردآوری اطلاعات راه های زیادی وجود دارد
- مثلاً می توان اطلاعات را از طریق تحقیق به دست آورد  
(روش درخواست)
- روش دیگر آن است که اطلاعات خود به سوی سازمان روانه شوند.