

УДК 621

ПОВЫШЕНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
Якуть Ю.П., Ленкевич О.А.

Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь

Аннотация. В данной работе представлена современная методология, стимулирующая удовлетворение потребностей потребителей: QFD.

Ключевые слова: удовлетворенность потребителей, методология QFD.

INCREASING CUSTOMER SATISFACTION
Yakut Y.¹, Lenkevich O.²

Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus

Abstract. This paper presents a modern methodology that stimulates the satisfaction of consumer needs: QFD.

Key words: customer satisfaction, QFD methodology.

Адрес для переписки: Якуть Ю.П., ул. Сурганова 47/3, Минск 220100, Республика Беларусь
e-mail: yulia.yakut@gmail.com

Спрос вызвал активный рост рынка товаров и услуг. Из этого следует то, что потребитель начал предъявлять высокие требования к качеству продукции. Соответственно современные компании обязаны проследить и учитывать в производстве удовлетворенность своих потребителей и использовать все возможные методы для достижения максимальной конкурентоспособности.

Для контроля интересов потенциальных потребителей существует большое количество разнообразных методов, такие как, например, анкетирование или опрос. В современных реалиях данные способы стали затруднительными, либо невозможными. Таким образом, у организаций появилась необходимость использовать иные методы, чтобы оставаться конкурентоспособными. Эффективным может оказаться использование метода QFD.

Развертывание функции качества (Quality Function Deployment – QFD) – это методология систематического и организованного преобразования желаний и интересов покупателей (уже на ранних этапах пегли качества) в технические требования к качеству продукции, услуги и/или процесса.

Цель QFD – помочь организации планировать свои продукты и услуги, которые будут полностью отвечать требованиям заказчиков, а так же иметь постоянный контроль над тенденциями изменений интересов потенциального потребителя.

Идея развертывания организации качества позволяет узнать какие показатели продукции для потребителей представляют важность и насколько они важнее других. Методология позволяет перевести потребности клиента в определенные технические характеристики, идентифицировать компоненты и части проекта, которые могут или должны быть изменены или добавлены для достижения удовлетворенности всех потребностей, а также расположить по предпочтениям модификации проекта, которые должны быть

сделаны, чтобы потребитель выиграл в стоимости и в качестве, то есть – остался довольным.

QFD-методология является оригинальной теорией, разработанной в Японии, в соответствии с которой пожелания и интересы, а так же установленные и ожидаемые требования потребителей с помощью математических матриц переводятся в подробные технические параметры и характеристики продукции, из чего формируются цели дальнейшего проектирования. Представленная структура, которая состоит из нескольких таблиц и используется в рамках метода QFD, из-за ее внешнего вида получила название «Дом качества» (Quality house) (рис. 1).



Рисунок 1 – «Дом качества»

Изначально наиболее важные либо критические желания потребителей в первом «Доме качества» (коих несколько) отражают в виде технических характеристики продукта, после с помощью трех по-

следующих «Домов качества» (рис. 2), – в более детализированные технические требования к отдельным частям продукции, а дальше, как бы углубляясь, – к характеристикам процессов и, в завершение, к способам контроля производством в целом.

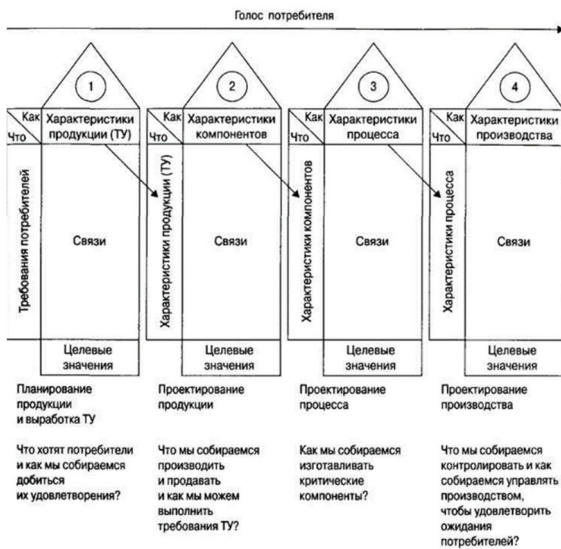


Рисунок 2 – Совокупность «Домов качества»

Данные технические требования к производству обеспечивают внушительное повышение конкурентоспособности свойств производимой продукции.

Первый «дом качества» отслеживает связь между интересами покупателей и соответствующими техническими условиями, которые содержат требования к качеству продукции. А вот для второго «дома качества» центром наблюдения является связь между свойствами продукции и свойствами определенных частей данной продукции.

Задачи QFD:

– услышать «голос потребителей» и ясно его трактовать в процессе проектирования и последующего улучшения как продукции, так и соответствующего производства;

– выполнить принцип «все должно быть сделано правильно с первого раза и точно в срок».

Порядок применения QFD: собрать особую команду специалистов, под руководством ответственного руководителя команды и с поддержкой эксперта, разбирающимся в методологии QFD. Эксперт должен снабжать актуальными данными и давать советы, повышающие эффективность методологии, а на начальной стадии работы оказывать помощь в построении четких целей, задач и сферы деятельности метода QFD, как проекта.

Рекомендации при построении первого «дома качества» являются следующими:

– определить область, в которую входят потенциальные покупатели, составить список ожидаемых

интересов и определить их приоритеты с использованием методов квалитметрии. Список желаний потребителей, касающийся характеристик продукции, может составляться с помощью очных или заочных опросов, направленных к имеющимся покупателям, путем проведения интервью, либо применяя «мозговую штурм» с командой специалистов;

– сравнить свойства продукции с результатом реализации продукции конкурентов. Отобразить в виде технических параметров качество продукции, а затем письменно выделить ее сильные и слабые стороны;

– построить и задать цели и задачи улучшений. Выделить характеристики продукции, являющиеся наиболее важными по мнению покупателей и которые должны быть подвержены улучшению сравнительно с продукцией конкурентов. Отобразить эти цели в виде соответствующей документации;

– отобразить ожидания опрошенных потребителей в виде технических свойств и характеристик продукции. Определить использование известных интересов потребителей для выполнения задач и получения преимущества на рынке;

– исследовать зависимость между полученными результатами опросов, содержащими в себе потребности покупателей и параметрами технических условий на производимую продукцию. Отобразить в матрице, насколько сильно оказывают влияние технические характеристики на удовлетворенность потребностей;

– идентифицировать силу взаимодействия между техническими характеристиками и отобразить это в треугольной матрице связи;

– письменно оформить и выразить в виде измеримых данных итоговые технические параметры с указанием единиц их измерения;

– определить целевые показатели проектирования новой продукции;

Аналогичный план действий при построении каждого из последующих «домов качества».

Таким образом, QFD-методология необходима для обеспечения большей чувствительности к интересам потребителей и ориентированием на постоянное улучшение понимания установленных и предполагаемых потребности потребителей.

Литература

1. Кузьмин, А. М. История возникновения, развития и использования метода развертывания функции качества / А. М. Кузьмин // Методы Менеджмента Качества. – 2005.

2. Маркушина, Е. Структурирование Функции Качества (QFD) / Е. Маркушина // Электронный журнал «Управление изменениями в компании» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ncspearson.com/research-notes/97-11.htm>.