

Ποιότητας (ISO 9000, TQM)”

# ΖΩΡΖΗ ΣΤΕΛΛΑ

- ΤΜΗΜΑ
- ΕΞΑΜΗΝΟ
- ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ  
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
- ΤΗΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ  
ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
- 9
- ΚΩΣΤΑΣ  
ΤΡΑΧΑΝΑΣ

## ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

✓ **Juran** Ποιότητα για ένα είδος (προϊόν /υπηρεσία )είναι η καταλληλότητα του για χρήση

✓.

**Deming** .Ποιότητα για ένα είδος (προϊόν /υπηρεσία) είναι η προβλέψιμη ομοιομορφία και αξιοπιστία του σε χαμηλό κόστος και η καταλληλότητα του για την αγορά

.

✓ **Crosby**: Ποιότητα για ένας είδος (προϊόν /υπηρεσία) είναι η συμμόρφωση του με τις απαιτήσεις /προδιαγραφές του.

✓ **Αποψη Κ Δερβιτσιώτη**: Ποιότητα για ένα είδος (προϊόν /υπηρεσία )είναι η προσφερόμενη στον πελάτη αξία για την συνολική χρήσης του σε σχέση με το συνολικό οικονομικό και ψυχολογικό κόστος για το κύκλο ζωής του είδους

## ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΚΑΛΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

- Ορισμένες έρευνες που έχουν γίνει πρόσφατα με στοιχεία της τράπεζας ΠΙΜς έχουν αποκαλύψει τα ακόλουθα:
    - ❖ Οι μεταβολές στη σχετική ποιότητα έχουν πολύ πιο σημαντικές επιπτώσεις στο μερίδιο αγοράς ,δηλ. στο ύψος των πωλήσεων ,από τις μεταβολές στην τιμή του προϊόντος
    - ❖ Οι επιχειρήσεις με προϊόντα στο υψηλότερο 33% της αγοράς ,από πλευράς σχετικής ποιότητας ,δηλ. αυτές που υπερέχουν έναντι του υπολοίπου 67% των ανταγωνιστών ,εμφανίζουν διπλάσια κέρδη ,σε σύγκριση με τις επιχειρήσεις που ανήκουν στο χαμηλότερο 33% .
- Μια σφυγμομέτρηση της εταιρείας Γκάλοπ το 1985 ,για λογαριασμό της Αμερικανικής Εταιρίας Ποιότητας (ΑΣQ), διαπίστωσε ότι οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν τιμή σημαντικά μεγαλύτερη για την αγορά προϊόντων .Ειδικότερα ,οι καταναλωτές εμφανίζονται πρόθυμοι να πληρώσουν :
- ✓ Τα διπλάσια για ένα καλό ζευγάρι παπούτσια
  - ✓ 50% και πάνω για μια καλή τηλεόραση
  - ✓ 30% ή περισσότερο για ένα καλό αυτοκίνητο.

## ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΌ ΚΑΚΗ ΠΟΟΤΗΤΑ

- Η μεγάλη σημασία της ποιότητας για τη σύγχρονη επιχείρηση αποκαλύπτεται ακόμα πιο εντυπωσιακά από τις αρνητικές συνέπειες που προκύπτουν ,όταν αυτή δεν ικανοποιεί τους πελάτες της με τα προϊόντα της και τον τρόπο εξυπηρέτησης τους. Διάφορες εμπειρικές έρευνες έχουν διαπιστώσει τα ακόλουθα:
  - ❖ Το κόστος για την προσέλκυση ενός νέου πελάτη είναι για μια επιχείρηση πέντε φορές μεγαλύτερο από το κόστος διατήρησης ενός παλαιού πελάτη.
  - ❖ Ο τρόπος που αντιμετωπίζονται από την επιχείρηση οι πελάτες εκείνοι που έχουν παράπονα επηρεάζει καθοριστικά τη μετέπειτα συμπεριφορά τους.
  - ✓ Στην περίπτωση κακής μεταχείρισης μετά την υποβάλει παραπόνων, το 83% ,δηλ. οι 4 στους 5 ,στην επόμενη συναλλαγή επιλέγουν άλλη επιχείρηση.
  - ✓ Στην περίπτωση καλής μεταχείρισης ,το 70-90% επιστρέφει και για άλλες συναλλαγές στην ίδια επιχείρηση.

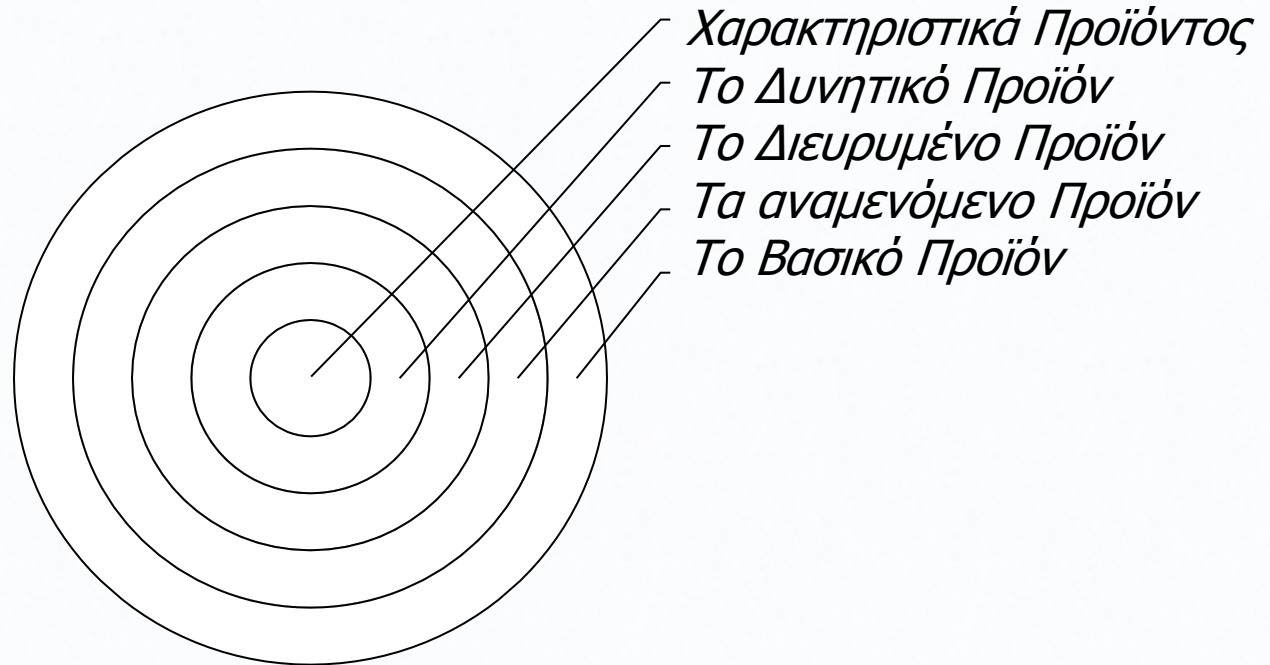
## ΓΕΝΙΚΟΣ ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

- Πέραν της αναγνωρίσιμης απαίτησης ότι ένα προϊόν υψηλής ποιότητας πρέπει να καλύπτει τις ανάγκες και προσδοκίες των πελατών με την πιο ευνοϊκή σχέση προσφερόμενης αξίας για την τιμή που καταβάλλεται ,δηλ. το κόστος του είδους ,είναι σκόπιμο η έννοια της ποιότητας να διευρυνθεί περιλαμβάνοντας τις διαστάσεις του χρόνου και τόπου.

Η υψηλή ποιότητα για ένα προϊόν υπάρχει ,όταν τούτο καλύπτει τις ανάγκες και προσδοκίες των πελατών

- 1)Την πιο ευνοϊκή σχέση προσφερόμενης αξίας ,για την τιμή που καταβάλλει , δηλ. το κόστος του είδους ,σε σχέση με τους ανταγωνιστές.
- 2)Στον κατάλληλο χρόνο και τόπο που χρειάζεται
- 3)Για τον κύκλο ζωής στην διάρκεια της χρήσης του

# ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΑΝΙΛΗΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ



- ΒΑΣΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ :

Το βασικό προϊόν ορίζεται από τα απολύτως απαραίτητα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για να καλύψει τις ανάγκες του αγοραστή.

- ❖ ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟ ΠΡΟΙΟΝ:

Το αναμενόμενο προϊόν ορίζεται με τα επιπλέον χαρακτηριστικά, σε σύγκριση με τα στοιχειώδη που καλύπτουν τις φυσικές προσδοκίες του πελάτη.

- ΤΟ ΔΙΕΡΥΜΕΝΟ ΠΡΟΙΟΝ:

Το διευρυμένο προϊόν προσφέρει στον αγοραστή κάτι περισσότερο από αυτό που έχει συνηθίσει να περιμένει. Με αυτά τα έξτρα και τα μη αναμενόμενα χαρακτηριστικά η επιχείρηση επιδιώκει να κάνει πιο ελκυστικά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.

- ❖ ΔΥΝΗΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ:

Το δυνητικό προϊόν περιγράφεται από τα χαρακτηριστικά εκείνα τα οποία θα μπορούσε να έχει για την πληρέστερη δυνατή ικανοποίηση των πελατών, τα οποία όμως δεν προσφέρονται ακόμα.



# ISO 9001-2000

- Το ISO δεν είναι τίποτε άλλο παρά ένα σύνολο γραπτών διαδικασιών και οδηγιών εργασίας.
- Τελευταία έκδοση της σειράς ISO 9000 είναι η έκδοση ISO 9001:2000. Δημοσιεύθηκε την 15<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2000 και δόθηκε στις επιχειρήσεις χρονικό διάστημα 3 ετών (έως την 15<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2003) για να κάνουν τη μετάβαση από το ISO 9000:1994 στο νέο ISO 9001:2000.
- Στοχεύει στην ποιότητα του συστήματος διοίκησης και όχι στην ποιότητα και ασφάλεια του προϊόντος.
- Το πρότυπο ISO 9001:2000, τοποθέτησε τον πελάτη στο κέντρο της διαδικασίας του συστήματος διαχείρισης της ποιότητας.
- Το πρότυπο ISO 9001:2000 κάνει σαφές ότι ο πελάτης, όχι η διοίκηση είναι το σημαντικότερο σημείο ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας.
- Είναι πιο φιλικό προς το χρήστη και συμβαδίζει με τη διαδεδομένη προσέγγιση διεργασιών διοίκησης.
- Το νέο ISO 9001:2000 έχει μια νέα, διεργασία-κεντρική δομή.
- Προσδιορίζει τις επιπτώσεις των αγοραζόμενων προϊόντων ή/και υπηρεσιών στο τελικό προϊόν.
- Μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη.
- Το πρότυπο ISO 9001:2000 είναι αυτή τη στιγμή ένα ενεργό πρότυπο

## Συμπεράσματα

- Το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων σε Ελλάδα και Κύπρο είναι πιστοποιημένες με το ISO 9001:2000.
- Στην Ελλάδα υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες εφαρμόζουν Διοίκηση Ολικής Ποιότητας καθώς και το μοντέλο επιχειρηματικής αρίστης.
- Οι συνολικές πωλήσεις, τα κέρδη και ο αριθμός των πελατών των επιχειρήσεων παρουσίασαν αύξηση μετά την εφαρμογή του συστήματος ποιότητας.
- Όσες επιχειρήσεις παρουσίασαν μείωση το ISO βοήθησε ώστε η μείωση αυτή να μην επεκταθεί περισσότερο.
- Στις ελληνικές επιχειρήσεις ως πρώτος λόγος εφαρμογής του συστήματος ποιότητας θεωρείται η βελτίωση των διεργασιών της επιχείρησης ενώ στις επιχειρήσεις της Κύπρου θεωρείται η βελτίωση των προϊόντων και η ικανοποίηση των πελατών.