

شناسایی و اولویت بندی پروژه های بهبود کیفیت

با استفاده از تکنیک های تصمیم گیری چندمعیاره در شرکت سنگامیک یزد

نجمه السادات میرآتشی یزدی^۱، علیرضا ناصر صدرآبادی^۲

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه یزد، nmiratashi@stu.yazd.ac.ir

^۲استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه یزد

چکیده - کلماتی از قبیل اثربخشی، بهره‌وری، بهبود و... به عنوان پیشوندهایی برای لغت سازمان شناخته می‌شوند. جهان رقابتی امروز سبب شده، تا تمامی سازمان‌ها، به جستجوی راهکارهایی برای برآورده ساختن مفاهیم واژگان مذکور باشند. شناسایی و اولویت بندی چنین روش‌هایی مدیران را جهت کشف نقاط ضعف فرایندها و شیوه‌های عملکرد آن‌ها و در هر چه بالاتر بردن کیفیت محصولات، جلب رضایت مشتریان و پیشی گرفتن از رقبا و تسخیر بازار، در کمترین زمان و هزینه، یاری می‌کند. در این میان مدل EFQM به عنوان یک مدل تعالی سازمانی با استناد به زمینه‌های ۹ گانه خود ابزاری مناسب برای آسیب شناسی و طراحی برنامه‌های توسعه سازمانی به شمار می‌رود. در این مقاله برای شناسایی فرصت‌های بهبود از مدل EFQM استفاده شده است. بعد از اجرای مدل EFQM، مشخص شد شرکت مورد مطالعه در حوزه‌های «کارکنان»، «فرایندها، محصولات و خدمات»، «نتایج کارکنان» و «نتایج کسب و کار» نسبت به سایر حوزه‌ها ضعیف‌تر عمل کرده است. با بررسی شرایط و امکانات، پروژه‌های بهبود به همراه معیارهای دست‌یابی آن‌ها، در سه دسته زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت تعریف، ماتریس‌های تصمیم، تشکیل و امتیازدهی به هر یک از پروژه‌ها انجام گردید. در نهایت، با بکارگیری تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس، پروژه‌های بهبود اولویت بندی شد.

کلید واژه- پروژه بهبود، مدیریت کیفیت، مدل تعالی، تصمیم‌گیری چندمعیاره.

۱- مقدمه

اهداف استراتژیک شرکت سنگامیک، در این مقاله با ارزیابی عملکرد این شرکت، پروژه‌های بهبود کیفیت مورد نیاز، تعریف و مکانیزمی برای اولویت بندی این پروژه‌ها تدوین و ارائه می‌شود. در واقع هدف از انجام این پژوهش، خودارزیابی و مشخص کردن نقاط قوت و نواحی قابل بهبود در شرکت مورد مطالعه و تعریف پروژه‌های بهبود کیفیت متناسب با آن به منظور ارتقای نواحی قابل بهبود و اولویت بندی این پروژه‌ها است. در ادامه پس از شناسایی مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های مؤثر بر کیفیت شرکت سنگامیک وزن و وضع موجود هر کدام از آن‌ها را مشخص و سپس اولویت بهبود و پروژه‌های بهبود را در شرکت مورد مطالعه را تعیین و اولویت بندی می‌نماییم. [2]

در طی سال‌های اخیر، اهمیت مدیریت کیفیت در سطح جهان افزایش یافت و در بازارهای رقابتی، «کیفیت» مهم‌ترین عامل موفقیت به شمار آمد. امروزه با توجه به اوضاع حاکم بر بازارهای جهانی، محدودیت منابع، رقابت‌های بسیار فشرده و تحولات فزاینده در محیط فعالیت بنگاه‌های اقتصادی، در نظر گرفتن راهبردهای مناسب از سوی مدیران سازمان‌ها برای بررسی وضعیت موجود و شناخت مسائل ریشه‌ای و آسیب‌های سازمانی برای کشف نواحی بهبودپذیر بیش از هر زمان دیگری ضروری است. بنابراین لازم است سازمان‌ها طی فرایندی اکتشافی و همه‌جانبه نقاط ضعف را شناسایی کرده و در صورت نیاز برنامه‌هایی را برای تغییر تدریجی یا سریع آن‌ها اجرایی کنند. در راستای استفاده بهینه از منابع موجود و توجه بر نکات مهم و