

دانلود جزوه مدیریت تولید با کیفیت بالا

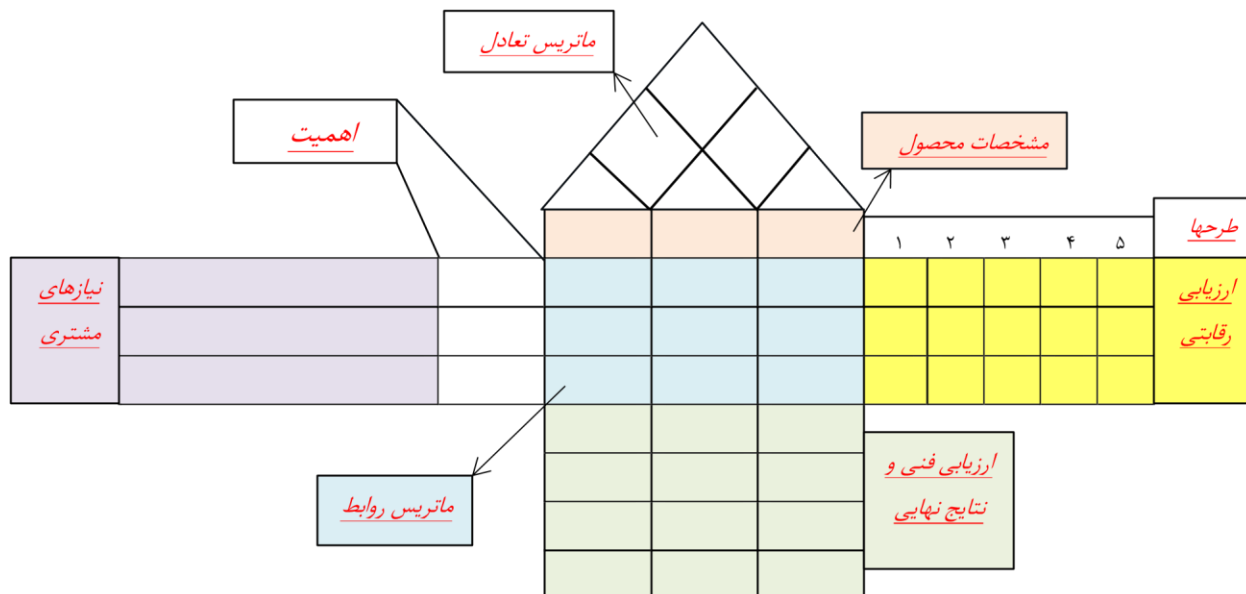
[برای دانلود جزوه اینجا کلیک کنید](#)

بخشی از متن جزوه:

- رویکرد مشتری مدار به طرح ریزی و بهبود کیفیت محصول QFD:

به فرآیند گروهی و منظم اطلاق می شود که برای برنامه ریزی و طراحی محصولات جدید یا بهبود محصولات موجود با توجه به نیازمندی های مشتری، محیط رقابتی، نیازهای بازار، طرح های انعطاف پذیر و تبدیل نیازمندی های کیفی با بهره گیری از کار تیمی مورد استفاده قرار می گیرد. در فرآیند QFD ابتدا نیازمندی های مشتری به نیازمندی های طراحی تبدیل شده و سپس براساس آن ویژگی های محصول تدوین می گردد و سپس با توجه به این ویژگی ها، فرآیند طراحی صورت می گیرد.

ماتریس خانه کیفیت (HOQ) یکی از روش های اصلی QFD می باشد و ابزاری است که به واسطه آن نیازهای مشتری و سپس مشخصات محصول تدوین می گردد تا به بهبود طراحی یا طراحی جدید منجر گردد .



اجزاء ماتریس خانه کیفیت به شرح زیر می باشد:

1. نیازهای مشتری: نیازهای مشتری موارد مختلفی که مشتری در رابطه با محصول در نظر می گیرد را لیست می نماید در مقابل هر نیاز اهمیت آن با بهره گیری از یک ضریب مشخص می گردد .
2. ارزیابی رقابتی: در ارزیابی رقابتی طرحها قرار داده می شود؛ و تنها با توجه به نیاز مشتری مقایسه می گردد در ارزیابی رقابتی هر طرح بیشتر مورد توجه مشتریان در آن نیاز قرار گرفته باشد جلوتر از بقیه نوشته می شود .
3. مشخصات محصول: در این بخش ویژگی های محصول لیست می شود، ویژگی های محصول بر گرفته از نیازهای مشتری است بنابراین به نیازهای مشتری بسیار شبیه است ولی حالت تخصصی تر دارد .
4. ماتریس تعادل: در ماتریس تعادل تمام ویژگی های محصول دو به دو با یکدیگر سنجیده می شوند و تعیین می شود که هر دو ویژگی با یکدیگر رابطه مستقیم یا معکوس دارند یا اصلاً رابطه ندارند.
5. ماتریس روابط: نیازهای مشتری را یک به یک با ویژگی محصول می سنجد و تعیین می کند بین هر ویژگی و هر نیاز مورد مقایسه رابطه مستقیم یا معکوس وجود دارد یا هیچ رابطه ای وجود ندارد .
6. ارزیابی فنی و اهداف طراحی (نتایج نهایی): در این قسمت ارزیابی نهایی جدول انجام می گیرد مطابق با اطلاعات موجود در ماتریس تعیین می گردد که محصول مورد مقایسه با محصولات دیگر یا طرح در مقایسه با طرح های دیگر باید در چه ویژگی هایی تغییر نماید؛ نهایتاً طرح بهبود یافته و یا طرح جدید شناسایی می شود.

2- مهندسی ارزش:

مجموعه تکنیک هایی است که هدف آن حذف هزینه های غیرضروری است که در آن افزایش ارزش و عملکرد محصول نقش ایفا نمی کند. در آن با توجه به محدودیت منابع و پاسخگویی به مشتریان، سازمانها را برآن می دارد تا ویژگی هایی را که نزد مشتری اهمیت بیشتری دارند شناسایی نموده و به بهترین راه حل از نظر هزینه و کیفیت دست یابد.

3- روش تاگوچی:

هدف از بکارگیری روش فوق افزایش استحکام طرح محصول و فرآیند تولید است به گونه ای که محصول در شرایط اضطراری هم بتواند دارای عملکرد صحیح باشد؛ در واقع در روش تاگوچی بهبود کیفیت فرآیند و رسیدن به محصول بهبود یافته با استفاده از روش طراحی آزمایش ها صورت می پذیرد. (این آزمایش ها توسط تاگوچی طراحی گردیده است).

4- بررسی حالات خرابی (شکست) و آثار آن FMEA:

در آن ابتدا با ایجاد طوفان ذهنی الگوهای شکست بالقوه فهرست م یث شوند؛ و برای هر الگو یک درجه وقوع و احتمال وقوع شناسایی می گردد و بر اساس آن نمره اولویت خطرپذیری محاسبه می شود و اقدامات لازم برای حذف یا کاهش الگوهای شکست با خطر پذیری بالا شناسایی می شود و سپس بعد از حذف یا کاهش الگوهای شکست نمره اولویت خطر پذیری یا RPN محاسبه می شود.

عواملی که در طراحی محصول بایستی رعایت شود:

الف) تعیین نیازمندیهای مواد با توجه به نیاز مشتری و عرضه کننده آن و امکانات تولید.

ب) رعایت سلولی (مدولار) بودن محصول .

ج) سهولت استفاده و نگهداری.