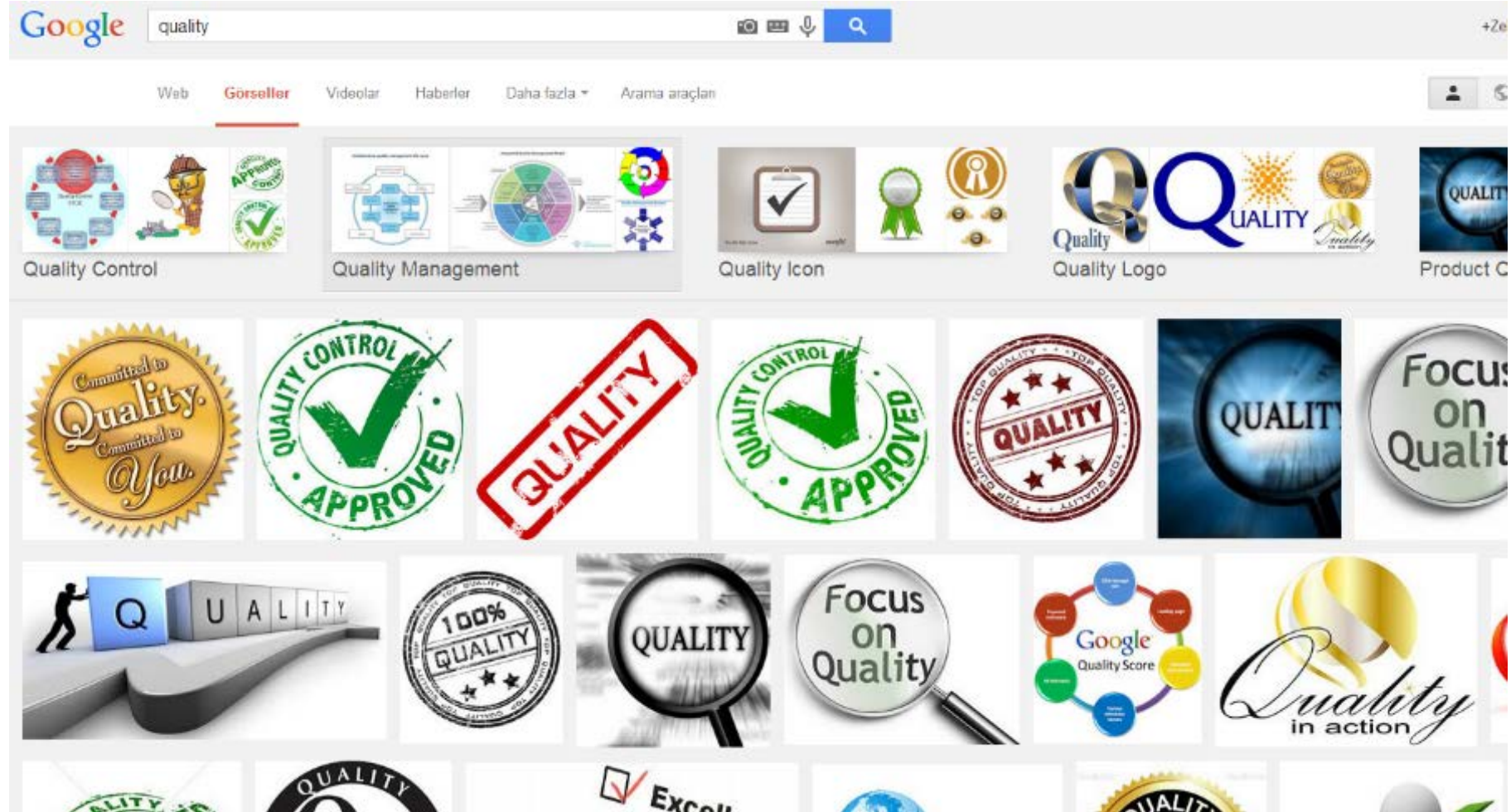


Kalite Kavramı

BBY374 Toplam Kalite Yönetimi

Kalite?



Kalite?



kalite *isim* Fransızca *qualité*

isim Nitelik

"Bizde de Türk edebiyatı ne kadar millî kaynaklara gitmiş ise kalite bakımından o kadar yükselmiştir, denilebilir." – **M. Kaplan**

Birleşik Sözler (Göster)

52

tanımı üzerinde asla uzlaşamayacak kavram.

paylaş ▾ favori

22.01.2013 21:31 ya ti kroat

şükela! çok kötü

mesaj at diğer ▾

46

kalite ürünün beklentileri karşılaması değil, vaad ettiklerini layıkıyla yerine getirmesidir.

söz gelimi, bir ayakkabı aldın pazardan, 10 liraya. senin ihtiyacını görüyor, yağmurda su geçirmiyorsa, en aşağı 6-7 ay giyebiliyorsan kalitelidir senin için. eşe dostu "pazardan bir ayakkabı aldım 10 tl ye ama çok kaliteli çıktı" dersin.

yani kalite, beklentilerin ne denli karşılandığının bir ifadesidir.

bir şey sizin sizin beklentinizi karşılıyorsa, sizin için kalifikasyon şartlarını tamamlamıştır, kalitelidir.

bu durumda bir şeye kaliteli yada kalitesiz demeden önce kendi beklentilerimizi gözden geçirmemiz faydalı olacaktır.

paylaş ▾ favori

08.09.2012 21:41 ~ 21:42 sylvester standalone

şükela! çok kötü

mesaj at diğer ▾

herhangi bir urun icin, fiyatin emsallerine gore cok pahali olmasi kaliteli oldugunu kanitlamaya yetmiyorken, emsallerine gore cok ucuz olmasi kalitesiz oldugunu kanitlamaya yetiyor ..

paylaş ▾ favori

05.01.2014 00:57 anjin san

şükela! çok kötü

mesaj at diğer ▾

Kalite

Literatürde çok fazla tanım var
Ortak payda; Uygunluk (conformance)

Bir ürünün tasarlanma amacına uygun özellikler taşıması

Diğer tanımlar;

Bir ürün ya da hizmetin müşteri beklentilerini karşılayabilmesi

Bir ürün ya da hizmetin belirlenen ihtiyaçları karşılamak üzere taşıdığı özellikler

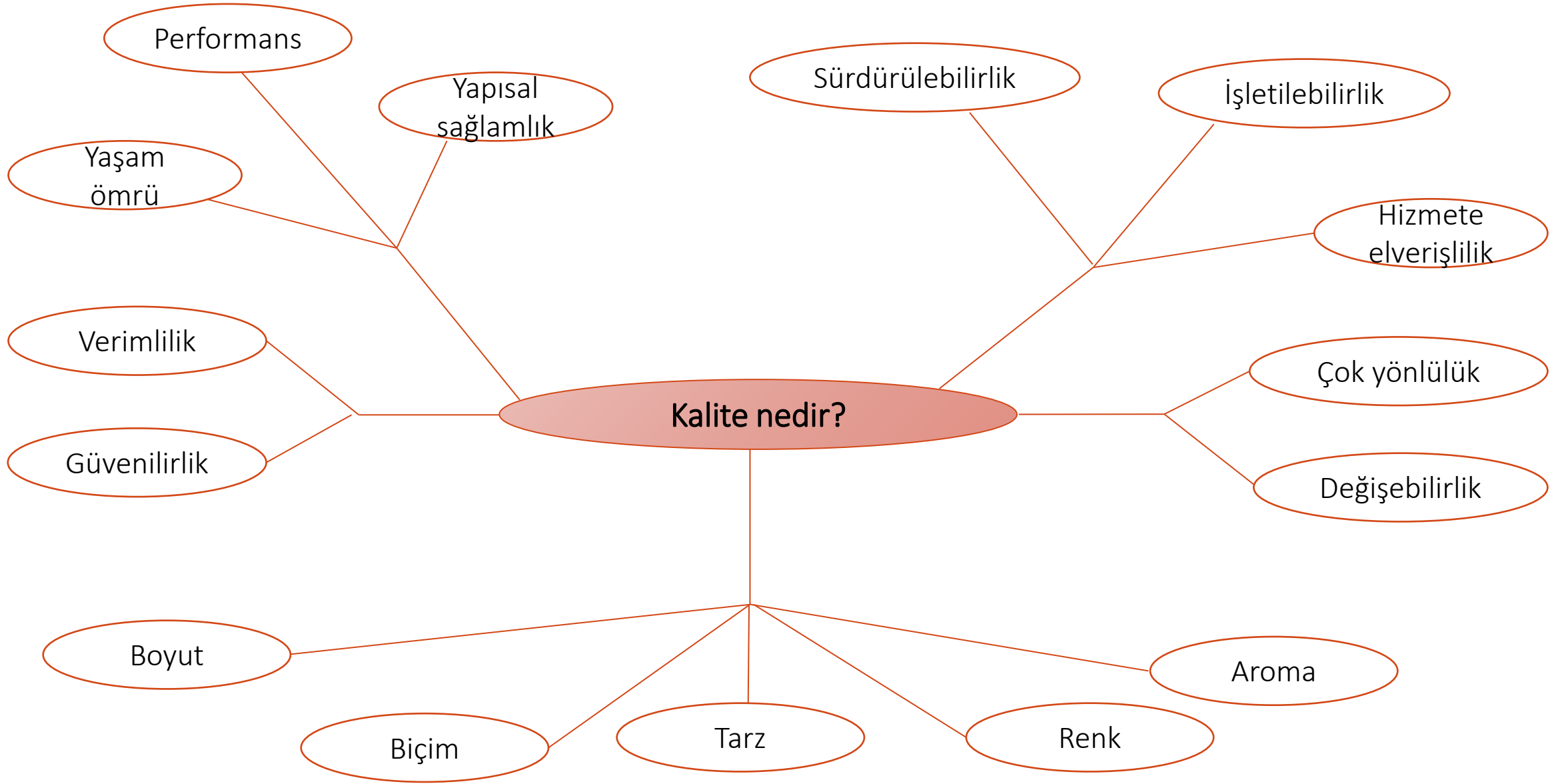
Müşterilerin şimdiki ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayabilme ve aşma

Müşterilerin bir ürün ve hizmet hakkında beklentilerinin karşılanmasına yönelik algı düzeyi

Kalite

Box 1.2 : QUALITY – What it stands for?

Q :	Quest for excellence	→ Mükemmellik
U :	Understanding customer's needs	→ Müşteri ihtiyaçları
A :	Action to achieve customer's appreciation	→ Müşteri takdiri kazanma
L :	Leadership – determination to be a leader	→ Liderlik
I :	Involving all people	→ Herkesi dahil etme
T :	Team spirit to work for a common goal and	→ Takım ruhu
Y :	Yardstick to measure progress.	→ Sürecin ölçümü



Kalitenin 7 Temel Aşaması

Performans

Özellikler

Güvenilirlik

Kullanıma uygunluk

Dayanıklılık

İşletilebilirlik / işe yararlık

Estetik



Hangisi daha kaliteli?



Amacına uygunluk = Kalite
Müşteri ihtiyaçlarına uygunluk = Kalite

Tarihçe

1900'lerde yüksek verimlilik ve kalite, düşük fiyat çalışmaları

2. Dünya Savaşı - Kalite kontrole verilen önemin artışı

ABD üniversitelerinde mühendislere istatistiksel örnekleme eğitimlerinin verilmesi ve profesyonel kalite organizasyonlarının kurulması (American Society for Quality Control)

1950'ler

Kalite çalışmalarının "kalite güvencesi"ne dönüşümü

İstatistiksel kalite kontrol yöntemlerinin geliştirilmesi ve üretimde dünya rekabetine katkısı

"Kalitenin bedeli" yaklaşımının ortaya çıkışı.

Bir ürünün üretiminden başlayarak tasarımı ve satılmasını da içeren "toplam kalite kontrol" yaklaşımının ortaya atılması

Made-in-Japan

Tarihçe

Japonya

2. Dünya Savaşı sonrası yüksek kalite uygun fiyat

Made in Japan

1950 - Deming - İstatistiksel Kalite Kontrol Yaklaşımı (SQC)

Her yıl %9-10 arasında artan ekonomik büyüme

1950-1970 yılları arası 20 yılda kişi başına düşen gelirden 4 kat artış



Tarihçe

1960'lar

Çalışan motivasyonu ve farkındalığına odaklanan "sıfır kusur (zero defects)" yaklaşımı

1970'ler

Kalite güvence yöntemlerinin hükümet, sağlık ve bankacılık gibi hizmetlerde de kullanılmaya başlanması

70'lerin sonu

Kalite güvence anlayışından kaliteye stratejik yaklaşıma geçiş

Kusurların saptanmasına yönelik tepkili (reactive) yaklaşımdan yinelenen kusurların önlenmesine odaklanan pro-aktif yaklaşım

Kalite, verimlilik ve yararın bağlantılanması

Müşteri tatmini

Tarihçe

1980 sonrası

ABD

«If Japan can, why can't we?»

Kalitede mükemmelliğin tanımlanması

Ford, General Motors

Ekonomide kalitenin öneminin anlaşılması

NASA Kalite ve Verimlilikte Mükemmellik Ödülü (1985)

Malcolm Baldrige Ulusal Kalite Ödülü

90'lar sonrası kalite yönetimi ile ilgili kitap patlaması

If Japan Can... Why Can't We?

From Wikipedia, the free encyclopedia

If Japan can... Why can't we? was an [American television episode](#) broadcast by [NBC News](#) as part of the [television show](#) "NBC White Paper" on June 24, 1980, credited with beginning the [Quality Revolution](#) and introducing the methods of [W. Edwards Deming](#) to American managers (producer: [Clare Crawford-Mason](#) [1] [↗](#), reporter: [Lloyd Dobyns](#) [2] [↗](#)).

The report details how the [Japanese](#) captured the world automotive and electronics markets by following Deming's advice to practice [continual improvement](#) and think of manufacturing as a system, not as bits or pieces.

Background [\[edit\]](#)

During the 1980s, Japan was seen to be a manufacturing powerhouse while American industry was struggling to keep pace. It was strongly believed that Japanese manufacturing techniques were uniquely developed for and suited to the Japanese culture, and thus unsuited for American culture.

Excerpts [\[edit\]](#)

Lloyd Dobyns (narrator): We have said several times that much of what the Japanese are doing is what we taught them to do. And the man who did most of the teaching is [W. Edwards Deming](#), statistical analyst, for whom [Japan's](#) highest industrial award for quality and productivity is named. But in his own country he is not widely recognized. That may be changing. Dr Deming is working with [Nashua Corporation](#), one of the [Fortune 500](#), a company with sales last year of more than \$600,000,000. Deming was hired in late 1979 by Nashua's Chief executive, [William E. Conway](#).

Bill Conway: And of course our major supplier of copier machines was a Japanese company. And so we saw the advantages of how many things the Japanese companies were doing. And we heard about Dr Deming. And so we got under way with our quality program with Dr Deming.

Dr Deming: They realized that the gains that you get by statistical methods are gains that you get without new machinery, without new people. Anybody can produce quality if he lowers his production rate. That is not what I am talking about. Statistical thinking and statistical methods are to Japanese production workers, foremen, and all the way through the company, a second language. In statistical control you have a reproducible product hour after hour, day after day. And see how comforting that is to management: they now know what they can produce, they know

Kalite Neden Önemlidir?

«No quality, no sales. No sale, no profit. No profit, no jobs.»

İyi bir ürün ortaya çıkarmak için dikkat edilmesi gereken ögeler;

Verimlilik

Maliyet

Kalite

Değişen Kalite Anlayışı

Eskiden

Ürünlerle ilgili

Teknik

Uzman önderliğinde

Kontrolle yönelik

Küçük q yaklaşımı
(Yalnızca ürünün kalitesi odaklı)

Şimdi

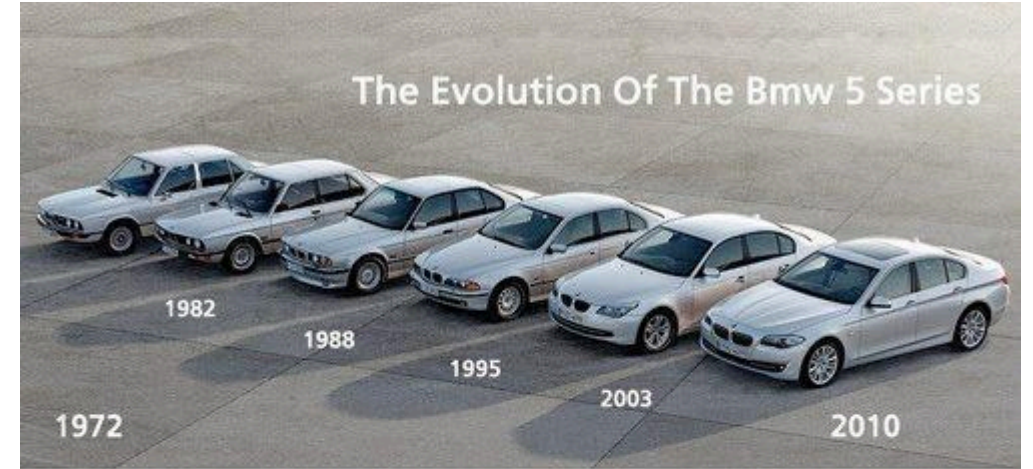
Kurumlarla ilgili

Stratejik

Yönetim önderliğinde

Gelişime yönelik

Büyük Q yaklaşımı
(ürün-işlem-müşteri odaklı)



LADA. Perfect From The Beginning

Kalite Konusunda Yaklaşımlar

Üstünlük yaklaşımı (transcendental view)

Ürün temelli yaklaşım (product based view)

Kullanıcı temelli yaklaşım (user based view)

Üretim temelli yaklaşım (manufacturing based view)

Değer temelli yaklaşım (value based view)

Üstünlük Yaklaşımı

Yaklaşımın temeli: Kalite anlayışı doğuştan gelir.

Kaliteyi tanımlamak zor, ancak deneyimler sonucu anlaşılabilir.

«I can't define it, but I know when I see it.»

Reklamcılar sık kullanır.



Ürün Temelli Yaklaşım

Kalitenin ölçülebilir ve kesin olduğunu iddia eder.

Kalite farklılıklarının sebebi içeriğin kalitesindeki farklılıklardır.

Sınırlılıkları;

Ürüne yüklenen nitelik ile gerçek kalitesi arasında her zaman bire bir ilişki yok

Kalitede estetik söz konusu olduğunda bu yaklaşım sınıfta kalıyor.

Kime göre, neye göre?



Kullanıcı Temelli Yaklaşım

Kaliteyi yakalamak ürün ve hizmetlerde kullanıcının üst düzeyde tatmin edilmesi ile mümkün

Algılanan kalite (perceived quality)

Kullanıma uygunluk (fitness for use)

Mantıklı olsa da bazı sınırlılıkları var;

Müşterilerin istekleri farklı - Herkesi aynı anda memnun etmek mümkün değil

Bu durum mümkün olan en fazla sayıda müşteriye ulaşmaya çalışma ile sonuçlanır



Üretim Temelli Yaklaşım

Ürünün ihtiyaçlara uygunluğu temeline dayanır

Önce tasarım yapılmalı, ardından üretime geçilmeli

Kalitede mükemmellik elzem değil, standartlara uygun olması yeterli

Değer Temelli Yaklaşım

Kaliteyi ürünün maliyet ve fiyatlandırması ile ilişkilendirir.

Ürünün kullanımı ile satış fiyatı arasında kabul edilebilir bir denge olmalı

Ucuz ürün kalitesiz, pahalı ürün kaliteli görüşü



Kalitenin Faydaları

Pozitif şirket imajı?



Kalitenin Faydaları

Ulusal ve uluslararası rekabet yeteneđi

Artan pazar payı ve gelirler

Azalan maliyet

Yüksek çalışan memnuniyeti ve yükselen üretim gücü



Kalite Türleri

Kayıtsız kalite (indifferent quality)

Beklenen kalite (expected quality)

Tek yönlü kalite (one-dimensional quality)

Heyecan verici kalite (exciting quality)

Kayıtsız Kalite

Ortada bir kalite var ancak müşteriler farkında değil
«That's fine, but who cares»



Beklenen Kalite

Müşterilerin bir üründen beklenti ve taleplerini ifade eder
Bir otomobil güvenli olmalı, uçması beklenmez.

Beklenen kalite de ancak kaybedildiğinde anlaşılır.

Tek Yönlü Kalite

Müşterinin beklediği kalitenin yalnızca bir yönünü açıklar

Bir restoranda garsonların tavırları, yemeğin kalitesi, temizlik vb.

Heyecan Verici Kalite

Müşterilerin olumlu dikkatini çeken hatta aşan kalite

Müşteriye yapılan sürpriz ve ödülleri / beklentinin üzerine çıkmak



Kalitenin 4 Aşaması



Algılanan Kalite (Perceived Quality)

Firmanın tanınırlığının kalite odaklı değerlendirilmesi
Ürün reklamları vb.



RESİMLERİ GÖSTER

Prada Bayan Çantalar - CAMERA CASE

Ürün kodu: Code-b2365r-2az6-f0002

AÇIKLAMA

Sapsız
İşleme detayları
İç cep
Klipsli metal çerçeve
Kapatma üzerinde Prada logo işleme
Made in Italy

TEMİN SÜRESİ

Genellikle 1 İş Günü

MATERYALLER

Akrilik
Saten

ANA RENK

Siyah

TASARIMCI RENGİ

Nero

YÜKSEKLİK

9 cm

GENİŞLİK

5 cm

UZUNLUK

15 cm

Fiyat:

~~8.289 TL~~

YENİ

4.673 TL

SEPETE EKLE

Ör. Coca-Cola Kalite Profili

<http://www.coca-colaturkiye.com.tr/surdurulebilirlik-yaklasimimiz/urunler-ve-piyasadaki-uygulamalar/urun-guvenligi-ve-kalite>



Ör. Arçelik Kalite Profili

<http://www.arcelikas.com/sayfa/868/Kalite>

Arçelik A.Ş.[Anasayfa](#)[E-Bülten](#)[Site Haritası](#)[English](#)[İletişim](#)[Bilgi Toplumu Hizmetleri](#)[A+](#)[A](#)[A-](#)

[ARÇELİK A.Ş. HAKKINDA](#)[YATIRIMCI İLİŞKİLERİ](#)[SORUMLULUKLAR](#)[SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK](#)[MEDYA](#)[İNSAN KAYNAKLARI](#)**[SATINALMA](#)**[AR-GE](#)



[Anasayfa](#) [Satınalma](#) [Tedarikçi Gereksinimleri](#) [Kalite](#)

Tedarikçi Gereksinimleri

- İş Etiği
- Kalite**
- Çevre

Kalite

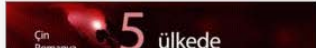
Tedarikçilerimiz, performans artırma amaçlı, sapmaların ve israfın indirgenmesini sağlayan kalite yönetim sistemini oluşturmali, dokümanla etmeli, uygulamali, sürekliliğini sağlamali ve bunun etkinliğini sürekli iyileştirmelidir.

Tedarikçiler, malzeme şartlarının karşılanması için gerekli koşullar da dahil olmak üzere, Arçelik A.Ş. beklentilerine cevap verebilecek, ölçülebilir, kalite politikası ile uyumlu belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilebilecek, kalite hedeflerine sahip olmalıdır.

Tedarikçiler sürekli iyileştirmeyi sağlayan yönetim gözden geçirme sürecine de sahip olmalıdır. Bu gözden geçirmeler, tüm süreç performansını izlemeye yönelik faaliyet çıktıları kapsmalıdır.

Tedarikçi, bütün faaliyetlerini, bu faaliyetlerinde ve sistemin bütünündeki değişkenliği en aza indirecek şekilde planlamalı, uygulamalı, kontrol etmeli ve gerekli iyileştirme faaliyetlerini

VIDEOLAR



Ör. Burger King Kalite Profili

Blog

Siteiçi Arama

[BK'da Neler Oluyor?](#) [Gıda Güvenliği](#) [Galeri](#) [Yenilikler ve Kampanyalar](#)

Kurumsal

- Basın Odası
- Burger King Kurumsal Site
- Burger King'de Yaşam
- İletişim

**TIKLA
GELSİN**

Popüler Yazılar

[Burger King Ankara Şubel...](#)
Burger King Ankara 7. Cadde Telefon:
(312) 213 84 38 17.Sok.No:27
Sarıyer, Beşiktaşlılar Burger King

Burger King Kalitesi

Burger King Blog > Burger King Kalitesi
27 Mart , 2013

Burger King, 1995 yılından bu yana Türkiye'de kalite ve sağlık ilkelerinden asla taviz vermeyen TAB Gıda bünyesinde hizmet vermektedir.

Burger King, Türkiye genelindeki 470'i aşkın restoranının hiçbir aksaklığa maruz kalmaması amacıyla üstlendiği misyonunun bir gereği olarak sunduğu tüm ürün ve hizmetlerde en yüksek ve uluslararası kalite standartları sunmaktadır.

Türkiye genelindeki geniş restoran ağına her türlü ihtiyacı BRC sertifikalı tedarikçilerinden destek alarak gerçekleştiren TAB Gıda, ürünlerinin lezzetinde büyük paya sahip olan hamburger ekmeği ihtiyacını kardeş şirketi olan Ekmek Ünlü Gıda Sanayi'den karşılamaktadır. Burger King, müşterilerine en lezzetli ve en yüksek standartlarda ürünler sunmak için ;

Et ürünlerinde Al-Et ve Namet, Tavuk ürünlerinde ise Beypiliç ile iş birliği yapmaktadır.

Bunların yanı sıra hamburgerlerinde kullandığı turşu'yu Berrak, sosları Calve ve patates kızartmasını Özgörkey (Feast) markalarından temin etmektedir.

Sosyal Medya

-  Facebook  Youtube
-  RSS Feed  Flickr
-  Twitter  Pinterest

BK Twitter



Kalitenin Belirleyicileri

Tasarım

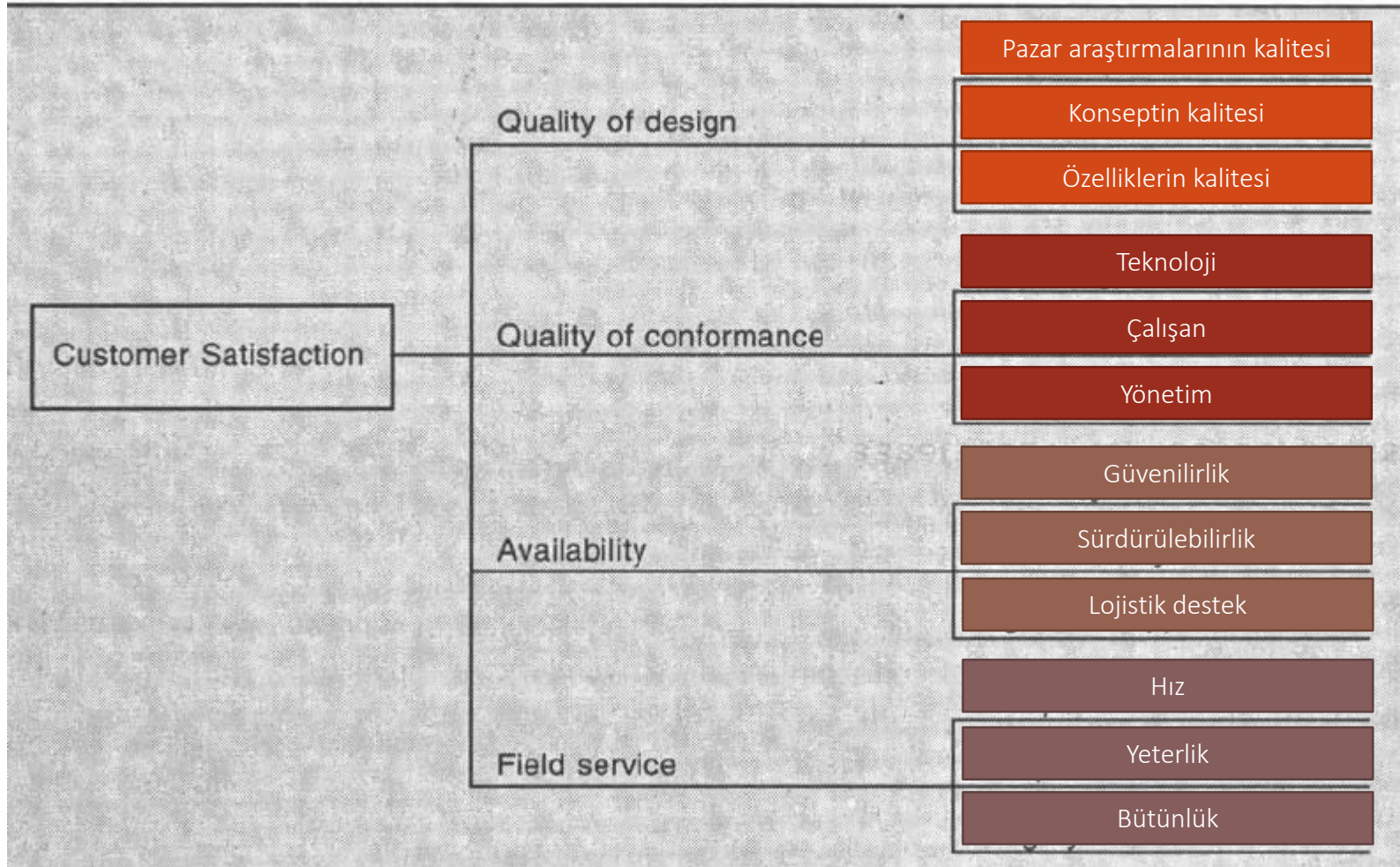
Üretim süreçleri

Uygunluk

Müşteri hizmetleri

Kurum kültürü

Exhibit 1.5 : Different dimensions of quality



Değer Kaynağı Olarak Kalite

Gelişen şöhret

Kolay satış

Hazırlık zamanının kısaltılması

Hukukun dahil

Esneklik

Performans artışı

Azalan maliyet

Çalışan memnuniyeti



Oturma Odaları

Hakkımızda

Dünden Bugüne Doğtaş
Doğtaş Ürün Portföyü
Tasarım Anlayışı
Müşteri Memnuniyeti
Ödüllerimiz
Doğanlar Yatırım Holding
Kurumsal İletişim

Yatırımcı İlişkileri

Bayilik

Sosyal Sorumluluk

Medya

Doğtaş Ailem

İnsan Kaynakları

Yatak Hakkında

Doğtaş Yenilikleri

- İMOB Fuarı 2008 Tasarım Yarışması'nda; "Exclusive" Serisi ve "Stand Tasarımı" alanlarında ödül,
- İMOB Fuarı 2009 Tasarım Yarışması'nda Exclusive Yatak Odası, Bratz Space ve Korsan Genç Odası ile 3 ödül
- İMOB Fuarı 2010 Tasarım Yarışması'nda; genç odası kategorisinde birincilik ve üçüncülük ödülü
- 2010 yılı; Tüketici Akademisi tarafından **"Kalitesine En Çok Güvenilen Marka Ödülü"**
- İMOB Fuarı 2011 Tasarım Yarışması'nda; Oturma grubu kategorisinde Frame oturma odası ile birincilik ödülü, Spirit genç odası, Mystic yatak odası ve Passion yemek odası tasarımlarıyla üçüncülük ödülü
- 2011 yılı; İstanbul İhracatçı Birlikleri'nden **"En Başarılı İhracatçı Ödülü"**
- 2011 yılı; Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından **"Çanakkale İhracat Birincisi"**
- 2011 yılı; Çanakkale Sosyal Güvenlik Kurumu'ndan **"İstihdam Ödülü"**
- 2011 yılı; Capital dergisinin araştırmasında **"Sektörün En Beğenilen Şirketi Ödülü"**
- İMOB Fuarı 2012 Tasarım Yarışması'nda; Aksesuar kategorisinde Flat TV Ünitesi ile birincilik, Yatak Odası kategorisinde Flat yatak odası tasarımıyla ikincilik ödülü
- 2012 yılı; Ekovitrin dergisinin düzenlemiş olduğu Yılın Starları Anketi'nde **"Mobilya Sektöründe Yılın Şirketi"**
- 2012 yılı; İpekyolu dergisi tarafından Yılın Altın Adamları Ödülleri'nde **"Tasarım ve Kalite Ödülü"**
- 2012 yılı; Capital dergisinin araştırmasında **"Sektörün En Beğenilen Şirketi Ödülü"**
- 2012 yılı **Çanakkale Kurumlar Vergisi İkincilik Ödülü"**
- İMOB Fuarı 2013 Tasarım Yarışması'nda; yatak odası kategorisinde Private Yatak Odası ile birincilik, yemek odası kategorisinde Navita Yemek Odası tasarımıyla ikincilik ödülü
- 12. Kariyer.net İnsana Saygı Ödülleri kapsamında **"Mobilya Sektöründe İnsana Saygı Ödülü"**
- 2013 yılı; Kristal Elma Yaratıcılık Festivali kapsamında düzenlenen 25'inci Kristal Elma Türkiye Reklam Ödüllerinde 'Farklı Hissettiren Tasarımlar' reklam filmleriyle iki **"Gümüş Elma Ödülü"**
- 2013 yılı; Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ile AllWorld Network'ün öncülüğünde, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı'nın (TEPAV) desteğiyle yürütülen Türkiye 100 Projesi'nde **"Türkiye'nin En Hızlı Büyüyen Şirketi Ödülü"**
- 2013 yılı; Business Network İşadamları Derneği tarafından düzenlenen ve İngiltere'nin en prestijli ödülleri arasında yer alan Most Successful Turk Awards'da **"İngiltere'nin En Başarılı Şirketi Ödülü"**

Ara...



Üye Girişi

Üye Ol!

ları Duvar Üniteleri Koltuk Takımları Oturma Grupları Köşe Takımları Kampanyalar

Hakkımızda

Köylü Mobilya'nın kurucusu olan Merhum Sayın ALİ KARAPINAR; çok genç yaşta aile mesleği olan çiftçilikle 'ken, gelecek planları içinde çok daha farklı, ailesine ve bulunduğu bölgeye fayda sağlayabileceği ve onların ğine dair yatırımlar yapabilmeyi amaçlayarak, bunları başarabilmenin yolunu içindeki çalışma hırısı ve azmiyle hayatına atılmakla başlamıştır. hayatına ayakkabı imalathanesinde çırak olarak işe başlayan Merhum Sayın Ali KARAPINAR; bu çalışmalarının ında, çıraklık, kalfalığı, kalfalık ustalığı takip etmiş, böylece hayalinde kurduğu ticaret hayatına 1960 yılında ilk ınde ayakkabı satış mağazası ile başlamıştır, yıllar geçmiş bu da Merhum Sayın Ali KARAPINAR'ı tatmin etmemiştir.

1960 yılında 300m2 'lik alan üzerine " Üreticiden Tüketicie " mantığıyla, ilk Mobilya Mağazasını açarak Mobilya üne adını atmıştır.Geçen 5 Yıl gibi kısa zaman içerisinde 1990 yılında mobilya fabrikası inşaatına başlayarak, 1990 yılında Merhum Yönetim Kurulu Başkanı Ali KARAPINAR ve oğulları ; Yönetim kurulu üyeleri Fahri KARAPINAR ve İlhan INAR tarafından 3000 m2 alan üzerinde kurulan fabrikasında üretilen ürünlerini, 5 katlı 4000 m2. Fabrika ımunda , 18 yıldır perakende olarak müşterilerimize en avantajlı fiyat ve ödeme koşulları ile sunmaktadır.

e istikrar sonucu çiftçilikten, ayakkabı üretimine, ayakkabı üretiminden mobilya üretimine ve satışına, bunca ırdıktan sonra büyük ve adım adım en zirveyi amaçlayan ÇAVUŞKÖYLÜ MOBİLYA ,Yurt dışına açılmak ve parakende ünde daha iyi hizmet vermek amacı ile ; Başta Biga olmak üzere Çanakkale, Gelibolu ,Çan, Akçay ve Ezine'de ı 6 şubesi, 8 showroom'u ve 100 çalışanı ile Fabrika Satış Mağazalarıyla bölgesinde mobilya sektöründe en üst ıda yerini almıştır. Fabrikasında üretilen ürünlerinin yanında ; yine Türkiye de mobilya sektöründe söz sahibi bir çok ın da bölge bayiliklerini de alarak, gücüne güç katmıştır.

KÖYLÜ MOBİLYA ; ülkemiz ve dünyada ki tüm yenilikleri takip etmekte, kendini AR-GE çalışmaları ile sürekli nektedir. Bu gün tüketicinin değişen ihtiyaç ve zevkleri düşünülerek, müşteri bazı üretim çizgimizde çok amaçlı, ımık ve şık dizaynı ürünleri ile kalite standartlarına uygun ürün üretmektedir. 2 Yıl TSE Hizmet yeterlilik belgesine ırınlerine + 5 Yılda Servis Garantisini ekleyerek ; kaliteli, uygun fiyat ve ödeme koşulları ile buluşturarak müşteri

Hizmet Kalitesi

«the collective effect of service performances which determine the degree of satisfaction of a **user** of the service»

Hizmet elle tutulur bir şey değil! Nasıl ölçülebilir?

Algılanan hizmet kalitesi

Hizmet Kalitesinin Bileşenleri

Güvenilirlik

Heveslilik

Yeterlik

Erişilebilirlik

Nezaket

İletişim

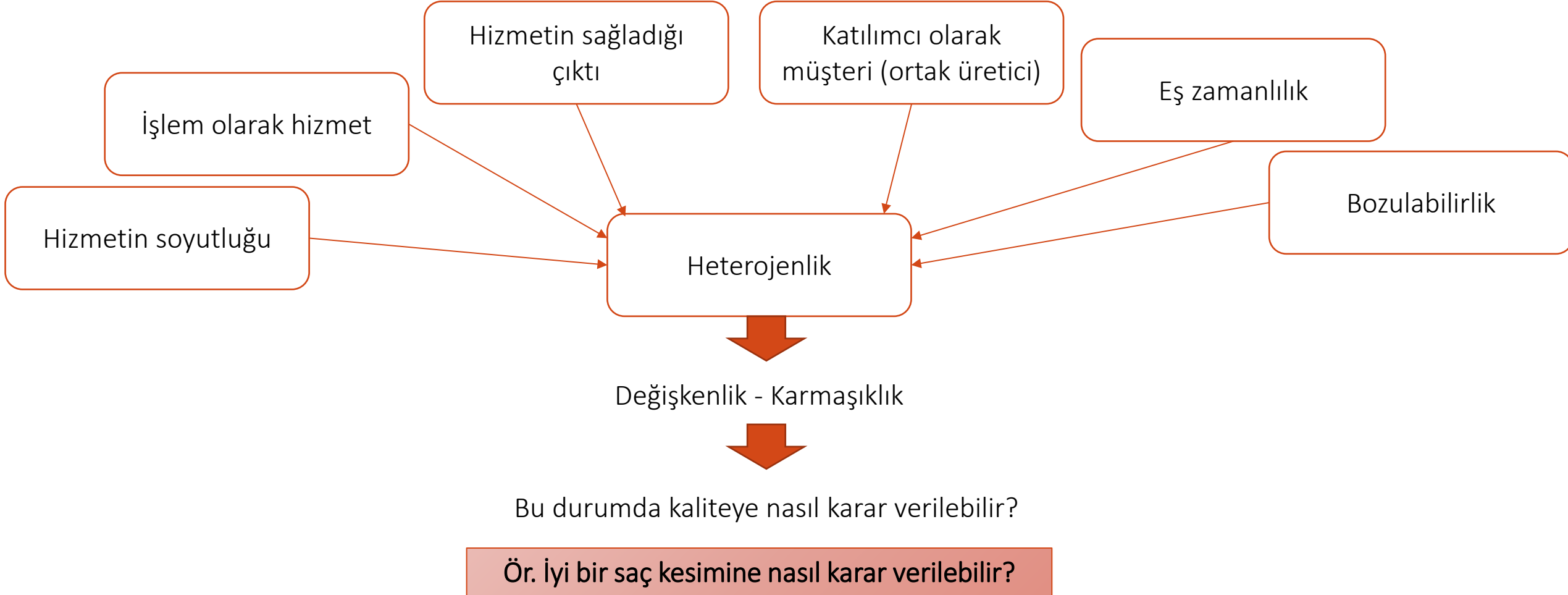
İtibar/Güvenilirlik

Güvenlik

Anlayış

Dokunulabilirlik

Hizmet Kalitesinin Temel Problemi





Hizmet Kalitesinin Temeli

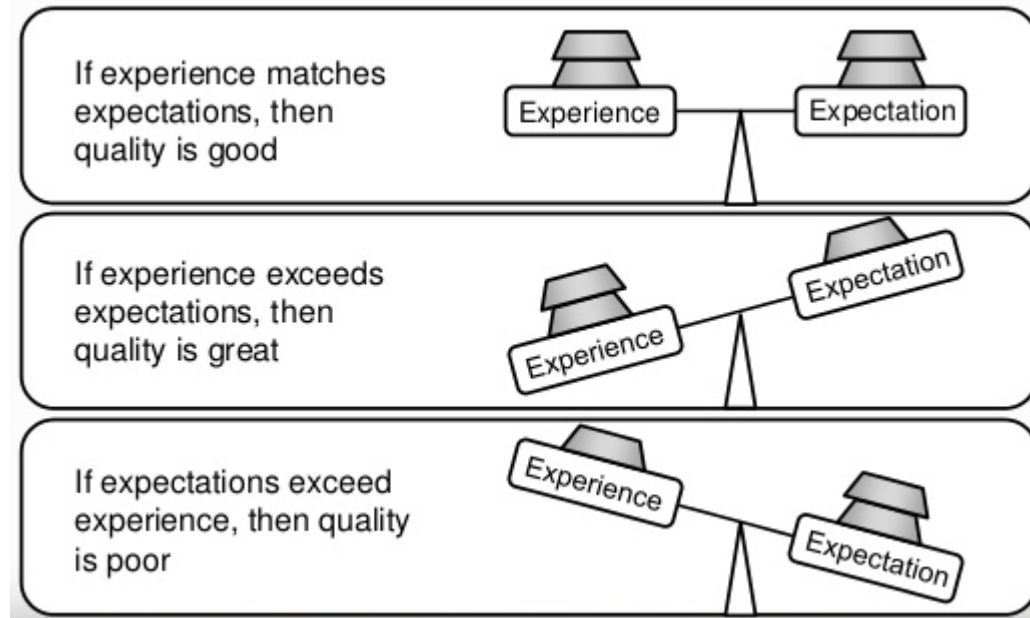
Müşterinin algısı

«Beklediğim hizmete ulaşabildim mi?»

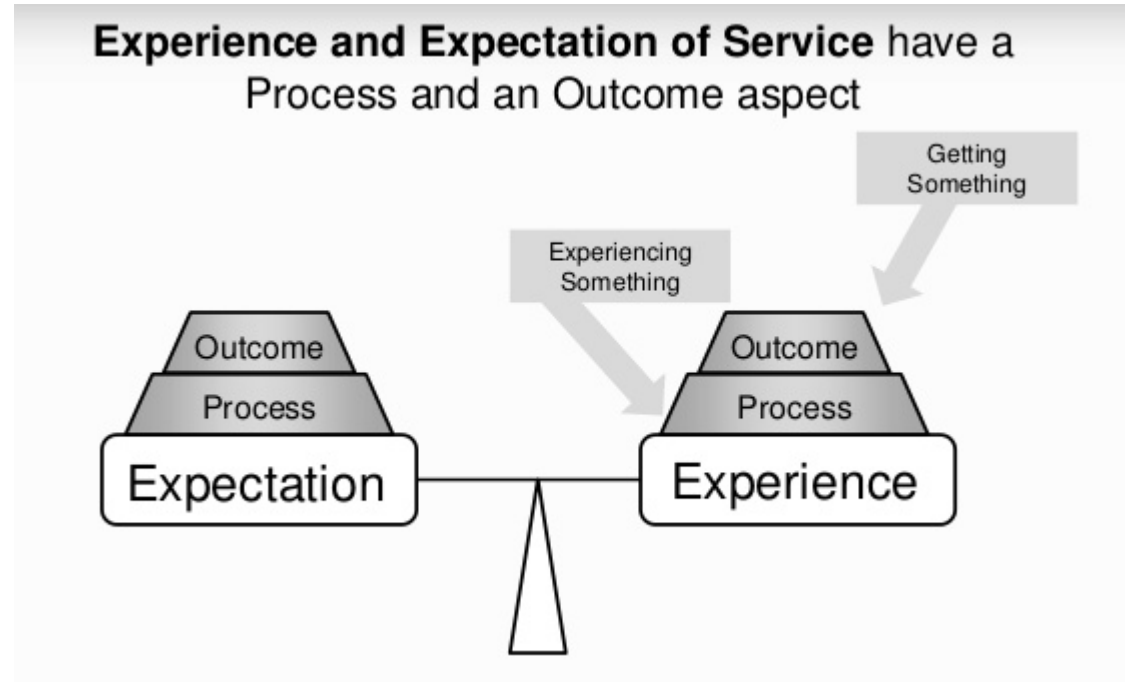
Saçlarım istediğim gibi oldu mu?

Algının Temeli

Algı hizmetten beklenen ile hizmet deneyimlerinin karşılaştırılması ile oluşur.



Beklentiler vs. Deneyimler



Çıktı ve işlem aynı oranda etkili. Birinden biri daha az ya da fazla önemli değil.

“They were rude but at least they fixed my car properly”



“They were polite but my car broke down again”

“The concert was great but the t-shirts were terrible”



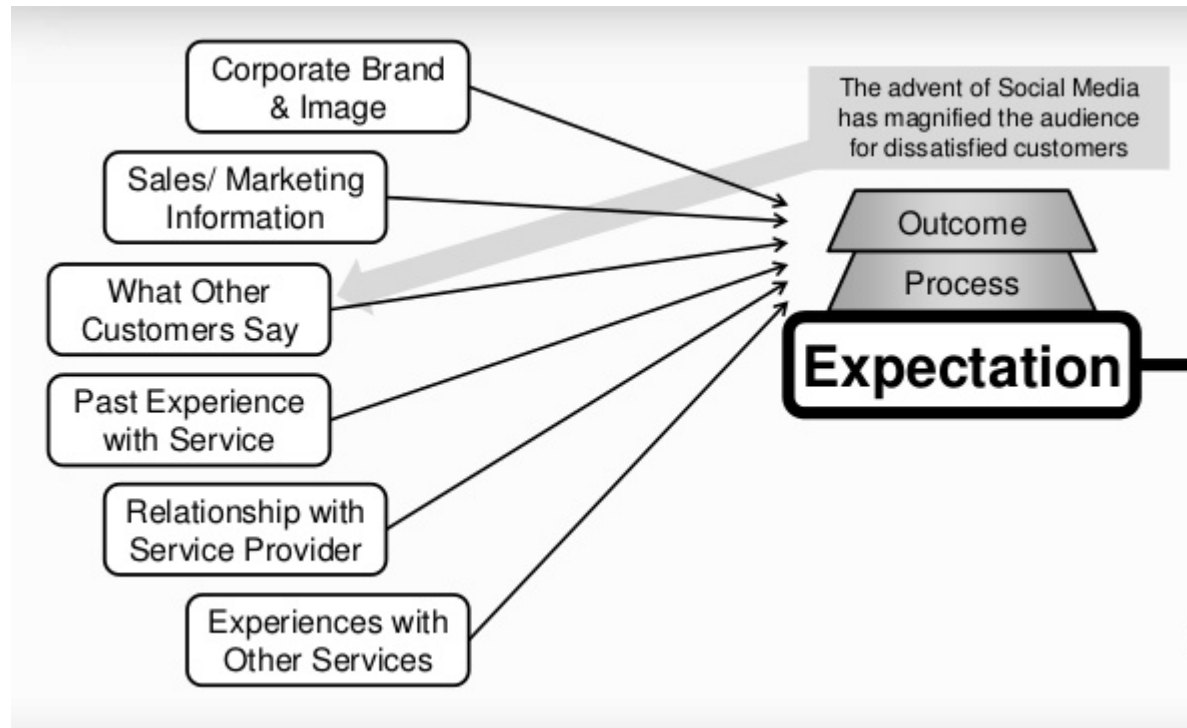
“The concert was bad but they sold great t-shirts”

“The food was great but the staff were rude”



“The staff were polite but the food was terrible”

Beklentileri Etkileyen Nedenler?





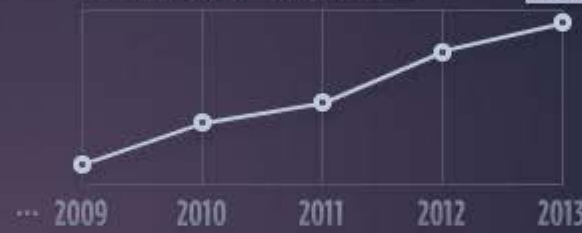
şikayetvar

[ANASAYFA](#)[ŞİKAYET OKU](#)[MARKALAR](#)[Üye Ol](#)[Üye Girişi](#)[Arama](#)[Şikayet Yaz](#)

ŞİKAYETVAR ÜYE SAYISI

1.354.283

YILLARA GÖRE ŞİKAYET GRAFİĞİ



Son 24 Saat
Gelen Şikayet

2.006

Son 24 Saat
Şikayet Edilen Firma

549

Son 24 Saat
Gelen Firma Cevabı

2.197

OCAK AYI TEKİL
ZİYARETÇİ SAYISI

2.199.153

Şikayet Süreci

ile ilgili bilinmesi gerekenler



şikayetindex

[Şikayet Yönetimi Başarı Listesi]

Çamaşır Makinesi

VESTEL

70.0 puan

arçelik

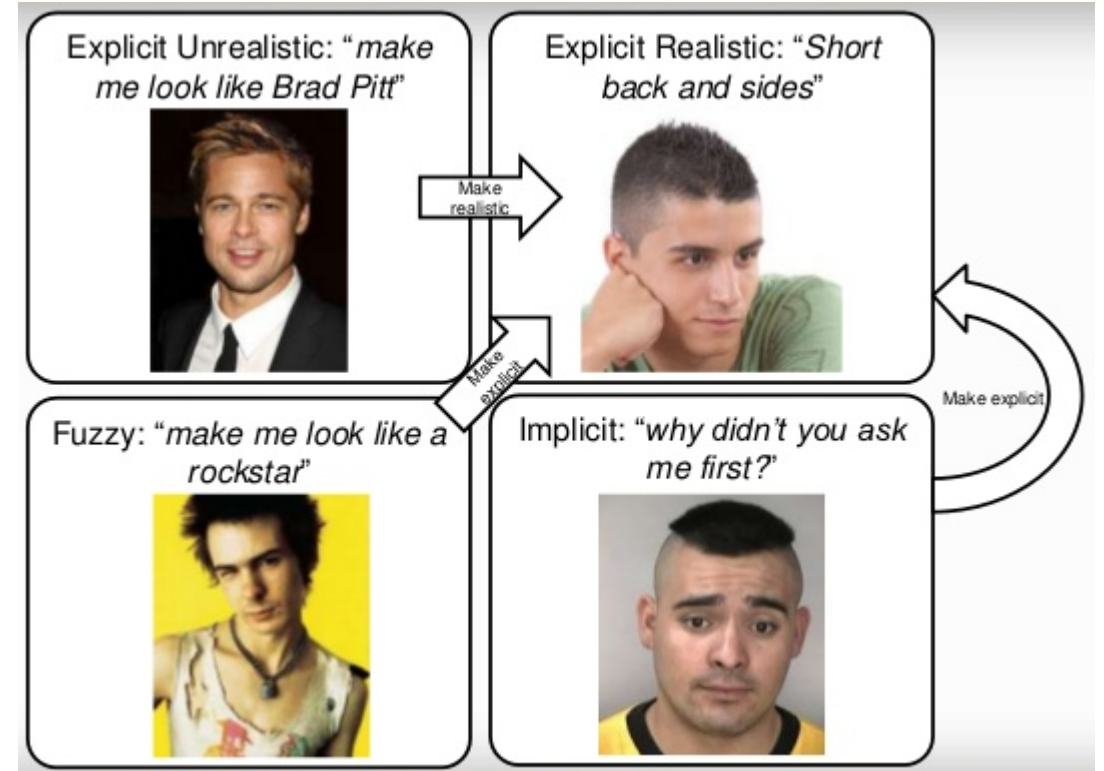
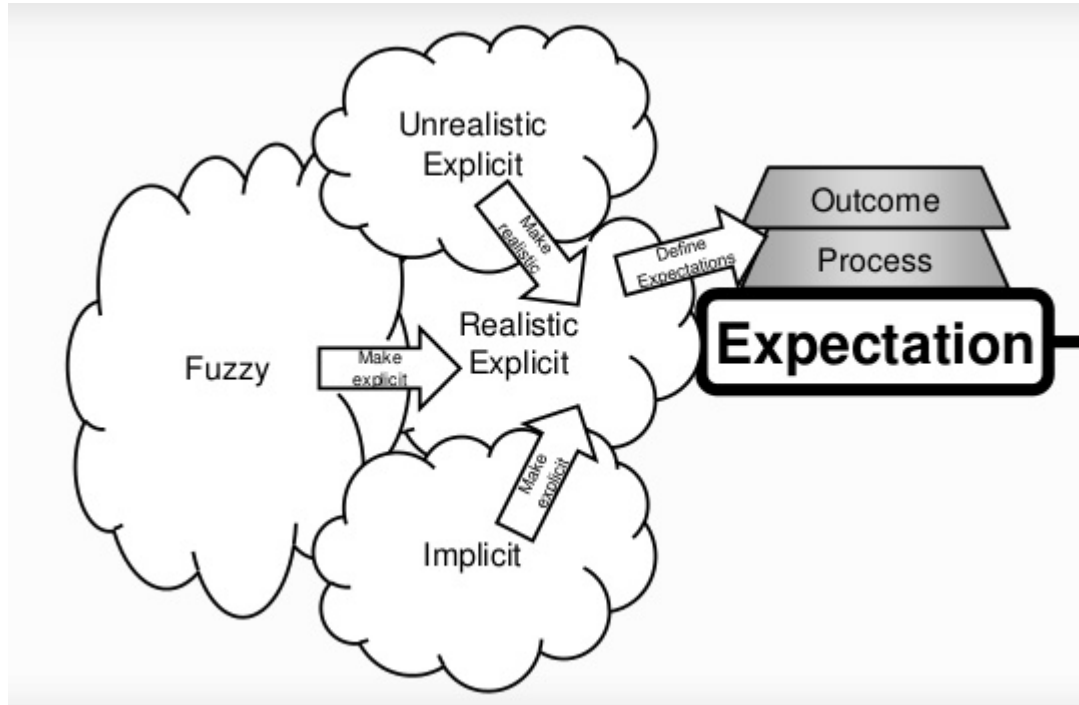
62.8 puan

BEKO
dünya markası

58.4 puan

[2013 Genel]

[+ TUM KATEGORILER]



Kaynakça

Bhat, K.S. (2010). *Total quality management: Texts and cases*. Karnataka: Himalaya Publishing House.

Melnyk, S.A., & Denzler, D. (1996). *Operations management: A value driven approach*. Chicago: Mc Graw Hill.

Nahmians, S. (2004). *Production and operations analysis*. Kingwood: McGraw Hill.

Ross, J.E. (2009). Total quality management.
<http://totalqualitymanagement.wordpress.com/2009/08/27/definition-of-quality/>.

Gkiyoto. (2012). Service quality concepts. http://www.slideshare.net/gkiyoto/services-quality?v=qf1&b=&from_search=1

Waller, D.L. (2003). *Operations management: A supply chain approach*. London: Thomson.