

پیاده سازی رویکرد کانسی و مدل رضایت مندی مشتری در راستای بهبود کیفیت محصول (مطالعه موردی: پودر لباسشویی ارغوان)

دکتر تقی ترابی^۱، زهرا اسفندیاری^۲

چکیده

درک و تشخیص درست نیاز کاربر از جمله عوامل کلیدی و امری حیاتی در فرایند طراحی و توسعه محصولات می باشد در میان روش های مختلف دریافت نیاز و اولویت بندی آنها، پژوهش حاضر تلاش میکند با استفاده از تلفیق روش مهندسی کانسی و مدل کانو به شناسایی، دسته بندی و الویت بندی نیازهای احساسی مشتریان (کانسی) در خصوص پودر لباس شویی ارغوان از شرکت پاکسان پردازد و رویکردی جدید پیشنهاد دهد تا سبب جلب رضایت بیشتر مشتری شود. به منظور دستیابی به این هدف، واژگان کانسی و مشتری شناسایی می شوند، سپس از روش دلفی برای غربالگری واژگان کانسی استفاده می شود. در ادامه با استفاده از مدل کانو، واژگان کانسی غربال شده در چهار طبقه کانو، دسته بندی شدند و سپس واژگان موجود در هر یک از طبقات با استفاده از روش ANP وزن دهی و رتبه بندی شدند. در ادامه بر اساس واژگانی که بالاترین رتبه و بر اساس روش پارتو بیشترین وزن را داشتند، طراحی های پودر لباسشویی انجام شد و طراحی های صورت گرفته در اختیار مصرف کنندگان قرار گرفت. سپس بهترین طرح از نظر مصرف کنندگان بر اساس واژگان کانسی مشخص گردید.

لغات کلیدی: طراحی و توسعه محصولات، مهندسی کانسی، مدل کانو، روش ANP

۱. مقدمه

امروزه در دنیا رقابت در تولید مساله مهمی است، بنابراین شرکت های تولید کننده می بایست همواره تلاش کرده تا نسبت به دیگر رقبای خود متفاوت باشند. لذا دارا بودن یک طراحی مطلوب و مناسب، تولید کننده را در ارائه محصولی موفق در حیطه بازاریابی و فروش یاری کرده و نام تجاری او را در بازار رقابت نسبت به دیگر رقبا برجسته می سازد. مهمترین هدف طراحی محصول، خلق محصولاتی است که مشتری را به پذیرش خود در زندگی ترغیب کند و در مقابل کیفیت زندگی آنها را افزایش دهند با تمرکز بر احساسات دراین پروسه ترغیب، که بر چگونگی حس کردن، رفتار کردن و فکر کردن تاثیر می گذارند، می توانیم محصولی متفاوت با سایر از رقبا تولید نماییم و جایگاهی بهتر در بازار را کسب نماییم. محصولات می بایست به گونه ای طراحی شوند که به خواسته ها و تمایلات کاربران به خوبی پاسخ دهند. به این منظور طراحان از روش های متعددی در طراحی استفاده می کنند. از جمله این روش ها می توان به مدل رضایتمندی مشتری (کانو) و مهندسی کانسی اشاره کرد. در مهندسی کانسی بین ویژگی های ظاهری و عملکردی محصول ارتباط برقرار می شود. ویژگی های ظاهری شامل فرم، رنگ و ماده و... و ویژگیهای تجربی عبارتند از احساسی که محصول در کاربر ایجاد می کند مانند طرز تلقی کاربر از محصول، نحوه استفاده از محصول و... در مهندسی کانسی دانشی به دست می دهد تا چگونه محصولات جذاب تری جهت رضایت مشتریان طراحی شود. بنابراین ابتدا باید مشخص شود مشتری چه می خواهد سپس در جستجو و یا وسیله تحقق آن برآمد. توجه به نیازهای جسمی و احساسی کاربران جزء لاینفک طراحی صنعتی محسوب می شود. روش مهندسی کانسی از جمله روش هایی است که به طراحان در پاسخگویی به نیازهای احساسی کاربران کمک می کند. مهندسی کانسی توانایی این را دارد که احساسات گوناگون را سنجش کرده و رابطه آنها را با خصوصیات تولیدات واقعی نشان دهد. در نتیجه این امکان وجود دارد که تولیدات برای ارائه دادن عواطف و حالات جسمی طراحی شده باشد. مدل کانو یکی دیگر از ابزارهایی می باشد که با استفاده از آن می توان علاوه بر شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت مشتری آنها را طبقه بندی و حتی اولویت بندی نمود.

^۱ دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران دانشکده مدیریت و اقتصاد

^۲ کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران