**Η παρουσίαση της μεθοδολογίας 6 σίγμα στη μέτρηση σχετικά με την ικανοποίησης πελατών**

|  |  |
| --- | --- |
| Πέτρος Αποστόλου  Τεχνολογικό *Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας*  *Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας*  *Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων (Πάτρα)*  *Μεγάλου Αλεξάνδρου 1, 26334, Πάτρα*  *Email:* [*papostol@teiwest.gr*](mailto:papostol@teiwest.gr) | Κωνσταντίνος Λυμπερόπουλος *Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας*  *Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας*  *Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων (Πάτρα)*  *Μεγάλου Αλεξάνδρου 1, 26334, Πάτρα*  *Email:* [*klymper@teiwest.gr*](mailto:klymper@teiwest.gr) |

**Περίληψη**

Σκοπός της εργασίας είναι η ενσωμάτωση της φιλοσοφίας 6 σίγμα στην πολυκριτήρια μέθοδο μέτρησης και ανάλυσης της ικανοποίησης πελατών MUSA (Multicriteria Satisfaction Analysis). Αρχικά, έγινε επιλογή της συγκεκριμένης υπηρεσίας (υπηρεσίες παροχής Internet) και σχεδιάστηκε η έρευνα ικανοποίησης πελατών. Στη συνέχεια διεξήχθη η έρευνα σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα πελατών. Σε επόμενο στάδιο αναλύθηκαν τα δεδομένα της έρευνας με τη μέθοδο MUSA και αναπτύχθηκαν τα διαγράμματα δράσης (απόδοσης/σημαντικότητας) και εκτίμησης του χάσματος (gap) για κάθε κριτήριο ικανοποίησης (απόσταση από την κύρια διαγώνιο του διαγράμματος). Τέλος υπολογίστηκε το επίπεδο σίγμα για κάθε κριτήριο ικανοποίησης και η συσχέτισή του με την ικανοποίηση, την απαιτητικότητα και τις προσδοκίες των πελατών, μέσω της ανάπτυξης κατάλληλων αντιληπτικών διαγραμμάτων. Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα είναι σε θέση, όχι μόνο να εκτιμήσουν το επίπεδο αστοχιών στην περίπτωση παροχής υπηρεσιών, αλλά και να προσδιορίσουν τα χαρακτηριστικά ποιότητας που επηρεάζουν περισσότερο τη δυσαρέσκεια των πελατών. Στη συνέχεια διεξήχθη η έρευνα σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα πελατών. Σε επόμενο στάδιο αναλύθηκαν τα δεδομένα της έρευνας με τη μέθοδο MUSA και αναπτύχθηκαν τα διαγράμματα δράσης (απόδοσης/σημαντικότητας) και εκτίμησης του χάσματος (gap) για κάθε κριτήριο ικανοποίησης (απόσταση από την κύρια διαγώνιο του διαγράμματος). Σε επόμενο στάδιο αναλύθηκαν τα δεδομένα της έρευνας με τη μέθοδο MUSA και αναπτύχθηκαν τα διαγράμματα δράσης (απόδοσης/σημαντικότητας) και εκτίμησης του χάσματος (gap) για κάθε κριτήριο ικανοποίησης (απόσταση από την κύρια διαγώνιο του διαγράμματος). Τέλος υπολογίστηκε το επίπεδο σίγμα για κάθε κριτήριο ικανοποίησης και η συσχέτισή του με την ικανοποίηση, την απαιτητικότητα και τις προσδοκίες των πελατών, μέσω της ανάπτυξης κατάλληλων αντιληπτικών διαγραμμάτων.

**Λέξεις Κλειδιά:** Μεθοδολογία 6 σίγμα, Ικανοποίηση πελατών, Μέθοδος MUSA, Πολυκριτήρια Ανάλυση.

**Αναφορές:**

Antony J., 2006. Six sigma for service processes. *Business Process Management Journal*, Vol. 12, No. 2, pp.234-248.

Breyfogle F.W., 2003. *Implementing six sigma (2nd edition)*. Wiley, New York, NY.

Chen K., Hsu C., Ouyang L., 2007. Applied product capability analysis chart in measure step of Six Sigma. *Quality and Quantity*, Vol. 41, No. 3, pp. 387-400.