



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ

ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ (ΔΙΠ)

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

***«Αξιολόγηση των πρακτικών διαχείρισης της ποιότητας σε
εταιρεία δομικών υλικών : Μελέτη περίπτωσης»***

ΔΗΜΗΤΡΑ ΓΑΡΔΙΚΗ

ΑΜ:159093

Α' ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΚΟΝΤΟΓΕΩΡΓΟΣ ΑΧΙΛΛΕΑΣ

Β' ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΠΑΤΡΑ, ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2024

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίας στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιοδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



***«Αξιολόγηση των πρακτικών διαχείρισης της
ποιότητας σε εταιρεία δομικών υλικών : Μελέτη
περίπτωσης»***

ΔΗΜΗΤΡΑ ΓΑΡΔΙΚΗ

ΑΜ:159093

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής
Κοντογεώργος Αχιλλέας
Μέλος ΣΕΠ ΔΙΠ
Αναπληρωτής Καθηγητής
Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδας

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής
Παπαδάκης Ιωάννης
Μέλος ΣΕΠ ΔΙΠ



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Με την αυξανόμενη ανταγωνιστικότητα στην αγορά, οι ελληνικές εταιρίες δομικών υλικών αντιμετωπίζουν έντονο ανταγωνισμό στην εγχώρια αγορά. Για να επιβιώσουν, πρέπει να επικεντρωθούν στην ποιότητα των προϊόντων και στην καινοτομία των υπηρεσιών τους, καθώς η ανάπτυξη της αγοράς καθιστά την ποιότητα των υπηρεσιών ακόμα πιο κρίσιμη για τις προτιμήσεις των πελατών. Η διατριβή επιδιώκει τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε ελληνική εταιρία δομικών υλικών και ειδών υγιεινής, χρησιμοποιώντας τη μεθοδολογία SERVQUAL για τη μέτρηση του χάσματος μεταξύ της πραγματικής αντίληψης των εταιρικών πελατών και των προσδοκιών τους σε σχέση με την ποιότητα των υπηρεσιών. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της ανάπτυξης ενός ερωτηματολογίου που περιλαμβάνει 22 δηλώσεις, οι οποίες αντιστοιχούν στις πέντε διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται ότι για τη συγκεκριμένη εταιρία που δραστηριοποιείται με πλακάκια και είδη υγιεινής προκύπτει ότι διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό και η εταιρεία είναι αξιόπιστη παρέχοντας πάντα τις σωστές υπηρεσίες. Το προσωπικό είναι πάντα πρόθυμο να βοηθήσει τους εταιρικούς πελάτες, τους ενημερώνει, η συμπεριφορά και η στάση του εμπνέει εμπιστοσύνη, κατανοεί και έχει γνώση των αναγκών των πελατών και δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε εταιρικό πελάτη. Σε ό,τι αφορά τη σημαντικότητα των επιμέρους διαστάσεων της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται, η ασφάλεια θεωρείται η πιο κρίσιμη διάσταση, ακολουθούμενη από την αξιοπιστία, τα υλικά, την αποκρισιμότητα και την ενσυναίσθηση. Τα αποτελέσματα αυτής της αξιολόγησης θα παρέχουν στην εταιρία στρατηγικές κατευθύνσεις για τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών.

Λέξεις-Κλειδιά

Ποιότητα, ποιότητα υπηρεσιών δομικών υλικών, SERVQUAL, ISO 9001:2015



ABSTRACT

With increasing market competitiveness, Greek companies in construction materials face intense competition in the domestic market. To survive, these companies need to focus not only on product quality but also on innovating their services. As the market expands, customers are increasingly interested in service quality when confronted with products of similar quality. The dissertation aims to enhance service quality in a Greek company specializing in construction materials and sanitary products, using the SERVQUAL methodology to measure the gap between customers' actual perceptions and their expectations regarding service quality. This is achieved through the development of a questionnaire comprising 22 statements corresponding to the five dimensions of service quality. According to the results of the research, it appears that for this particular company that operates with tiles and sanitary ware, it appears that it has up-to-date equipment and the company is reliable, always providing the right services. The staff is always willing to help corporate clients, informs them, their behavior and attitude inspire confidence in corporate clients, understand and have knowledge of their needs and pay special attention to each one. Regarding the importance of the individual dimensions of the quality of services provided, safety is considered the most critical dimension, followed by reliability, materials, responsiveness and empathy. The results of this assessment will provide the company with strategic directions for improving customer service.

Keywords

Quality, quality of building materials services, SERVQUAL, ISO 9001:2015



Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
Κατάλογος Πινάκων	viii
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια.....	x
Εισαγωγή	1
Κεφάλαιο 1 Ποιότητα	3
1.1 Η έννοια της ποιότητας.....	3
1.2 Διοίκηση Ποιότητας.....	3
1.2.1 Επιθεώρηση	4
1.2.2 Έλεγχος Ποιότητας	4
1.2.3 Διασφάλιση Ποιότητας	5
1.2.3.1 Οφέλη Διασφάλισης Ποιότητας.....	6
1.2.4 Διοίκηση Ολικής Ποιότητας	6
1.3 Οι Γκουρού της Ποιότητας	7
1.3.1 Η συμβολή και η αρχή του Deming.....	7
1.3.2 Η συμβολή και οι αρχές του Juran.....	9
1.3.3 Η συμβολή και οι αρχές του Crosby.....	10
1.3.4 Η συμβολή και οι αρχές του Feigenbaum.....	10
1.3.5 Η συμβολή και οι αρχές του Ishikawa	11
Κεφάλαιο 2 Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας	12
2.1 Επισκόπηση συστημάτων διαχείρισης ποιότητας.....	12
2.2 Πρότυπο διαχείρισης ποιότητας ISO 9001:2015	13
2.2.1 Εστίαση στον πελάτη	15
2.3 Τρόποι εφαρμογής του προτύπου ISO 9001:2015.....	16
2.3.1 Κατανόηση του Οργανισμού και του πλαισίου λειτουργίας του	16



2.3.2 Κατανόηση των αναγκών και των προσδοκιών των ενδιαφερόμενων	17
2.3.3 Καθορισμός του πεδίου εφαρμογής του συστήματος διαχείρισης ποιότητας	17
2.3.4 Διεργασίες του συστήματος διαχείρισης ποιότητας	18
2.3.5 Ηγεσία και δέσμευση	18
2.3.6 Πολιτική Ποιότητας	19
2.3.7 Ρόλοι, υπευθυνότητες και αρμοδιότητες εντός του Οργανισμού	19
2.3.8 Ενέργειες για την αντιμετώπιση απειλών και την αξιοποίηση ευκαιριών – Προσέγγιση διακινδύνευσης.....	20
2.3.9 Στόχοι ποιότητας και σχεδιασμός για την επίτευξή τους.....	20
2.4 Δυσκολίες και δυνατότητα εφαρμογής του προτύπου ISO 9001:2015 σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις	21
Κεφάλαιο 3 Service Quality Model (SERVQUAL)	24
3.1 Ανάπτυξη Μοντέλου Servqual	24
3.2 Ικανοποίηση Πελατών	26
Κεφάλαιο 4 Δομικά Υλικά	27
4.1 Κατηγορίες Δομικών Υλικών	27
4.2 Χαρακτηριστικά και ιδιότητες	28
4.3 Καονισμοί	29
Κεφάλαιο 5 Μελέτη Περίπτωσης-Εταιρία Δομικών Υλικών	30
5.1 Παρουσίαση εταιρίας δομικών υλικών	30
5.2 Περιγραφή του υπό μελέτη καταστήματος.....	31
Κεφάλαιο 6 Μεθοδολογία Έρευνας.....	33
6.1 Σκοπός.....	33
6.2 Δείγμα έρευνας.....	33
6.3 Μέθοδος και εργαλείο συλλογής δεδομένων.....	33
6.4 Διαδικασία συλλογής δεδομένων.....	34
6.5 Ανάλυση δεδομένων.....	35



Κεφάλαιο 7 Αποτελέσματα.....	36
7.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά	36
7.2 Προσδοκίες πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών.....	37
7.2.1 Υλικά.....	37
7.2.2 Αξιοπιστία	38
7.2.3 Αποκρισιμότητα	39
7.2.4 Ασφάλεια	40
7.2.5 Ενσυναίσθηση.....	41
7.3 Προσδοκίες πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών.....	42
7.3.1 Υλικά.....	42
7.3.2 Αξιοπιστία	43
7.3.3 Αποκρισιμότητα	44
7.3.4 Ασφάλεια	44
7.3.5 Ενσυναίσθηση.....	45
7.3.6 Επαγωγική Ανάλυση	46
Κεφάλαιο 8 Συμπεράσματα	56
8.1 Συμπεράσματα	56
8.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	57
Βιβλιογραφία	58
Παράρτημα.....	63



Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Φύλο	36
Πίνακας 2: Ηλικία	36
Πίνακας 3: Επίπεδο εκπαίδευσης	36
Πίνακας 4: Εργασιακή κατάσταση	37
Πίνακας 5: Υλικά – Προσδοκίες	38
Πίνακας 6: Αξιοπιστία - Προσδοκίες	39
Πίνακας 7: Αποκρισιμότητα - Προσδοκίες	40
Πίνακας 8: Ασφάλεια - Προσδοκίες	41
Πίνακας 9: Ενσυναίσθηση - Προσδοκίες	42
Πίνακας 10: Υλικά - Προσδοκίες	43
Πίνακας 11: Αξιοπιστία – Αντιλήψεις	43
Πίνακας 12: Αποκρισιμότητα – Αντιλήψεις	44
Πίνακας 13: Ασφάλεια – Αντιλήψεις	45
Πίνακας 14: Ενσυναίσθηση – Αντιλήψεις	45
Πίνακας 15: Σημαντικότητα διάστασης Υλικά	46
Πίνακας 16: Σημαντικότητα διάστασης Αξιοπιστία	46
Πίνακας 17: Σημαντικότητα διάστασης Ανταποκρισιμότητα	47
Πίνακας 18: Σημαντικότητα διάστασης Ασφάλεια	47
Πίνακας 19: Σημαντικότητα διάστασης Ενσυναίσθηση	47
Πίνακας 20: Διαφορά μέσης τιμής των Προσδοκιών και των Αντιλήψεων	48
Πίνακας 21: Διαφορά μέσης τιμής διαστάσεων των Προσδοκιών και των Αντιλήψεων	50
Πίνακας 22: Στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ διαστάσεων των Προσδοκιών και των Αντιλήψεων	50



<i>Πίνακας 23: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με το φύλο.....</i>	<i>51</i>
<i>Πίνακας 24: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με την ηλικία.....</i>	<i>51</i>
<i>Πίνακας 25: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με το επίπεδο εκπαίδευσης.....</i>	<i>52</i>
<i>Πίνακας 26: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με την εργασιακή κατάσταση</i>	<i>52</i>
<i>Πίνακας 27: Παραγοντική ανάλυση</i>	<i>54</i>



Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

CE	Conformité Européenne (Ευρωπαϊκή Συμμόρφωση)
CPR	Construction Products Regulation (Κανονισμός Δομικών Προϊόντων)
ISO	International Organization for Standardization (Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης)
GMP	Good Manufacturing Practices (Ορθές Βιομηχανικές Πρακτικές)
QA	Quality Assurance (Διασφάλιση Ποιότητας)
QMS	Quality Management System (Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας)
QC	Quality Control (Έλεγχος Ποιότητας)
SERVQUAL	Service Quality (Ποιότητα Υπηρεσιών)
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TQM	Total Quality Management (Διοίκηση Ολικής Ποιότητας)



Εισαγωγή

Η ποιότητα και η ασφάλεια των καταναλωτών αποτελούν αναμφίβολα δύο κεντρικούς στόχους για όλες τις επιχειρήσεις παγκοσμίως. Με την παγκοσμιοποίηση, όλες οι επιχειρηματικές λειτουργίες, οι περιβαλλοντικοί παράγοντες, οι εξωτερικές πιέσεις και οι ομάδες ανάπτυξης δίνουν προτεραιότητα στην ανάγκη για ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης ποιότητας. Η υλοποίηση αυτών των μεθόδων δημιουργεί ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και αποτελεί βασικό στοιχείο για την αναβάθμιση των υπηρεσιών και την ικανοποίηση των πελατών. Τα τελευταία χρόνια, η έννοια της ποιότητας έχει ενσωματωθεί στους κύριους στόχους της εξυπηρέτησης των πελατών, οι οποίοι μπορούν να επιτευχθούν με την άμεση ανταπόκριση στις ανάγκες τους. Στον τομέα των υπηρεσιών, η ποιότητα ορίζεται ως η γενική υπεροχή ή αριστεία της υπηρεσίας (Parasuraman et al., 1988). Ένας απλός τρόπος να μετρηθεί η ποιότητα της υπηρεσίας είναι μέσω της διαφοράς μεταξύ των προσδοκιών του πελάτη και της πραγματικής εμπειρίας του (Parasuraman et al., 1991). Η αναγνώριση των παραγόντων που καθορίζουν την ποιότητα των υπηρεσιών αποτελεί ζωτικής σημασίας για τους οργανισμούς, είτε δημόσιους είτε ιδιωτικούς, που επιδιώκουν να προσφέρουν ελκυστικές υπηρεσίες και να διατηρήσουν τους πελάτες τους ικανοποιημένους..

Κύριος στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών με την εφαρμογή της μεθόδου SERVQUAL προκειμένου να μελετηθεί το χάσμα μεταξύ της πραγματικής αντίληψης των καταναλωτών για την ποιότητα των υπηρεσιών και των προσδοκιών τους σε εταιρία δομικών υλικών. Επιμέρους στόχοι της έρευνας που πραγματοποιείται είναι να διερευνηθεί αν υπάρχει διαφορά μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων των καταναλωτών, αν υπάρχει σχέση μεταξύ προσδοκιών και αντιλήψεων με βάση δημογραφικούς παράγοντες και αν επιβεβαιώνεται η δομή των 5 παραγόντων που προτείνουν οι Parasuraman et al. (1988).

Η διπλωματική εργασία δομείται σε οχτώ κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί την εισαγωγή στις αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας, αναλύοντας την εξέλιξη των συστημάτων ποιότητας καθώς επίσης, γίνεται εκτενής αναφορά στις απόψεις των γκουρού της ποιότητας. Το δεύτερο κεφάλαιο εξετάζει αναλυτικά τα συστήματα διαχείρισης ποιότητας, εστιάζοντας ιδιαίτερα στο πρότυπο ISO 9001:2015,



παρέχοντας επίσης βιβλιογραφικές αναλύσεις για τα οφέλη και τους τρόπους εφαρμογής του. Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται λεπτομερής ανασκόπηση της μεθοδολογίας SERVQUAL και της έννοιας της ικανοποίησης των πελατών. Το πέμπτο κεφάλαιο εξετάζει τις κύριες αρχές των δομικών υλικών, τις προδιαγραφές τους, καθώς και τους κανονισμούς που έχουν θεσπιστεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Το έκτο κεφάλαιο παρουσιάζει την εταιρία και το εκθεσιακό κατάστημα όπου διεξάγεται η παρούσα έρευνα. Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθήθηκε, ενώ στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα ευρήματα από την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας. Τέλος, στο όγδοο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της έρευνας, οι περιορισμοί των συμπερασμάτων καθώς επίσης, γίνεται αναφορά προτάσεων για μελλοντική έρευνα.



Κεφάλαιο 1 Ποιότητα

1.1 Η έννοια της ποιότητας

Η έννοια της ποιότητας είναι πολύ υποκειμενική, πράγμα που σημαίνει ότι η έννοια της μπορεί να οριστεί από οποιονδήποτε, ανάλογα με την προοπτική του τρόπου με τον οποίο τα άτομα αξιολογούν και εξετάζουν ένα συγκεκριμένο θέμα που θέλουν να καθορίσουν (Martin, Elg, & Gremyr, 2020). Η ποιότητα είναι μια πολυδιάστατη έννοια που αναφέρεται στην ικανότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας να καλύπτει ή να υπερβαίνει τις προσδοκίες των πελατών και να συμμορφώνεται με συγκεκριμένες προδιαγραφές ή πρότυπα.

Η αντίληψη του πελάτη για την ποιότητα των προϊόντων ποικίλλει και θα μπορούσε επίσης να διαφέρει για το ίδιο προϊόν του οργανισμού. Ως εκ τούτου, θα ήταν δύσκολο να αναπτυχθεί ένας γενικός ορισμός της ποιότητας. Η κατανόηση της ποιότητας είναι πιο σημαντική από τον ορισμό της.

Σε μια ευρύτερη έννοια, η ποιότητα είναι η συνολική εικόνα που δημιουργείται από την αλληλεπίδραση διάφορων παραγόντων, όπως οι προδιαγραφές του προϊόντος, οι προσφερόμενες υπηρεσίες, η επαγγελματική συμπεριφορά, και η ικανοποίηση των αναγκών και προσδοκιών των χρηστών ή πελατών. Έχει μια δυναμική διάσταση, καθώς απαιτεί συνεχή βελτίωση και προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες συνθήκες και απαιτήσεις της αγοράς ή του περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργεί ένας οργανισμός (Slack N., 2015).

Η ποιότητα είναι ένας κρίσιμος παράγοντας που καθορίζει την επιτυχία ή την αποτυχία σε οποιοδήποτε πλαίσιο, καθώς επιδρά στην ικανοποίηση των πελατών, στη φήμη, στην αποδοτικότητα, και στην αειφορία των επιχειρήσεων και των οργανισμών.

1.2 Διοίκηση Ποιότητας

Η διοίκηση ποιότητας είναι η συνολική προσέγγιση που ακολουθεί ένας οργανισμός για τη διαχείριση και τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών της. Περιλαμβάνει τόσο τον ποιοτικό έλεγχο όσο και τη διασφάλιση ποιότητας, καθώς και άλλες δραστηριότητες όπως η εκπαίδευση εργαζομένων, αλληλεπίδραση



με τους πελάτες και καθορισμός ποιοτικών στόχων και στόχων (Anttila J. & Jussila K., 2017).

Ο στόχος της είναι να εξασφαλίσει ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες του οργανισμού ικανοποιούν πλήρως τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών του. Αυτό επιτυγχάνεται με τη θέσπιση και εφαρμογή προτύπων, διαδικασιών και συστημάτων ποιότητας. Η διοίκηση ποιότητας περιλαμβάνει επίσης συνεχή βελτίωση, πράγμα που σημαίνει ότι ο οργανισμός αναζητά συνεχώς τρόπους για να τη βελτιώσει προϊόντα, υπηρεσίες και διαδικασίες στόχων (Anttila J. & Jussila K., 2017).

Η εξέλιξη της διοίκησης ποιότητας περνά μέσα από τέσσερα κύρια στάδια, καθένα από τα οποία αντιπροσωπεύει διαφορετικές προσεγγίσεις και φιλοσοφίες για τη διασφάλιση της ποιότητας σε οργανισμούς και επιχειρήσεις.

1.2.1 Επιθεώρηση

Η επιθεώρηση (Inspection) είναι το πρώτο στάδιο της προσέγγισης στην ποιότητα και εμφανίστηκε κυρίως κατά την εποχή της Βιομηχανικής Επανάστασης. Σε αυτό το στάδιο, η ποιότητα εξασφαλιζόταν κυρίως μέσω της επιθεώρησης των τελικών προϊόντων για να εντοπιστούν ελαττώματα ή αποκλίσεις από τις προδιαγραφές. Οι επιθεωρητές είχαν την ευθύνη να απορρίπτουν τα προϊόντα που δεν πληρούσαν τα πρότυπα. Η προσέγγιση αυτή ήταν αντιδραστική, καθώς στόχος ήταν η ανίχνευση των προβλημάτων μετά την παραγωγή και όχι η πρόληψή τους κατά τη διάρκεια της διαδικασίας.

1.2.2 Έλεγχος Ποιότητας

Ο έλεγχος ποιότητας (Quality Control , QC), αποτελεί το δεύτερο στάδιο και είναι μια διαδικασία που χρησιμοποιείται για να διασφαλιστεί ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που παρέχονται από μια επιχείρηση πληρούν συγκεκριμένα πρότυπα ποιότητας και ικανοποιούν τις απαιτήσεις των πελατών. Ο έλεγχος ποιότητας αποτελεί το επόμενο στάδιο εξέλιξης και εστιάζει περισσότερο στη διαχείριση της παραγωγικής διαδικασίας για τη μείωση των ελαττωμάτων. Ο έλεγχος ποιότητας περιλαμβάνει μια σειρά από δραστηριότητες και τεχνικές που έχουν ως στόχο να εντοπίσουν και να διορθώσουν προβλήματα που μπορεί να επηρεάσουν την ποιότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Οι δραστηριότητες ποιοτικού ελέγχου μπορούν να πραγματοποιηθούν σε οποιοδήποτε στάδιο του κύκλου ζωής του προϊόντος ή της



υπηρεσίας, από την επιθεώρηση πρώτων υλών έως την τελική δοκιμή προϊόντος (Bergquist B., Garvare R. & Klefsjö B., 2006).

1.2.3 Διασφάλιση Ποιότητας

Σύμφωνα με τους ειδικούς, «η διασφάλιση ποιότητας είναι ο συστηματικός τρόπος για να καθοριστεί εάν τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες μιας εταιρείας πληρούν τα πρότυπα ποιότητας και ικανοποιούν τις προσδοκίες των πελατών». Η διασφάλιση ποιότητας (Quality Assurance, QA) είναι το μέρος της διαχείρισης ποιότητας που εστιάζει στην πρόληψη ελαττωμάτων και στη διασφάλιση ότι το σύστημα διαχείρισης ποιότητας είναι αποτελεσματικό (Anttila J. & Jussila K., 2017).

Το QA έχει σχεδιαστεί για να συμβάλει στην ικανοποίηση των πελατών και να αναπτύσσεται εμπιστοσύνη μεταξύ αυτών και των προϊόντων ή των υπηρεσιών της εταιρείας. Περιλαμβάνει μια συγκεκριμένη σειρά βημάτων που πρέπει να ακολουθηθεί μια εταιρεία για κάθε προϊόν, υπηρεσία ή διαδικασία για να διασφαλίσει ότι πληρούν τα πρότυπα ποιότητας.

Αυτά τα βήματα είναι:

- Σχεδιασμός: Η εταιρεία πρέπει να σχεδιάσει και να υπολογίσει μέτρα που θα τη βοηθήσουν να προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες εξαιρετικής ποιότητας.
- Δοκιμές: Η δοκιμή προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και της επιχειρηματικής διαδικασίας, για τον εντοπισμό τυχόν ζητημάτων ποιότητας είναι ένα σημαντικό βήμα. Μετά τη δοκιμή, η εταιρεία υποχρεούται επίσης, να τροποποιήσει τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις διαδικασίες προκειμένου να πληρούν τα πρότυπα ποιότητας.
- Παρακολούθηση: Αυτό το βήμα διασφαλίζει ότι η εταιρεία πληροί τους καθορισμένους στόχους και τα πρότυπα ποιότητας. Η εταιρεία χρειάζεται να έχει μια ειδική ομάδα για να παρακολουθεί τις διαδικασίες παραγωγής και να τις τροποποιεί όταν χρειάζεται.
- Υλοποίηση: Η αποτελεσματική υλοποίηση δράσεων που θα βελτιώσουν περαιτέρω την ποιότητα των επιχειρηματικών διαδικασιών και των προϊόντων της.

Οι δραστηριότητες διασφάλισης ποιότητας έχουν σχεδιαστεί για τον εντοπισμό και την εξάλειψη πιθανών προβλημάτων πριν αυτά εμφανιστούν. Αυτό βοηθά στη



διασφάλιση ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες παράγονται με υψηλό επίπεδο και αυτά ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών.

1.2.3.1 Οφέλη Διασφάλισης Ποιότητας

Η διασφάλιση ποιότητας εξοικονομεί χρόνο και χρήματα. Μπορεί να χρειαστεί χρόνος στην αρχή για να δημιουργηθούν διαδικασίες που εντοπίζουν σφάλματα, αλλά το γεγονός είναι ότι εξοικονομεί χρήματα και χρόνο μακροπρόθεσμα. Εάν τα σφάλματα δεν διορθωθούν στο αρχικό στάδιο της παραγωγής, μπορεί να χρειαστεί πολύς χρόνος για να διορθωθούν στο τελευταίο στάδιο.

Η διασφάλιση ποιότητας ενισχύει την εμπιστοσύνη των πελατών. Η ποιότητα του προϊόντος καθορίζει το επίπεδο αξιοπιστίας και εμπιστοσύνης που έχει ο πελάτης προς την επωνυμία του προϊόντος και την εταιρεία. Η διεξαγωγή πρακτικών διασφάλισης ποιότητας όχι μόνο βελτιώνει την ποιότητα των προϊόντων αλλά και διασφαλίζει τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις και τους κανονισμούς. Όταν τα προϊόντα χωρίς σφάλματα παραδίδονται στην ώρα τους, η διατήρηση του πελατολογίου γίνεται ευκολότερη.

Η διασφάλιση ποιότητας προωθεί τον καλύτερο έλεγχο της διαδικασίας. Οι βέλτιστες πρακτικές διασφάλισης ποιότητας εξαλείφουν την επιρρεπή σε σφάλματα εισαγωγή δεδομένων και προωθούν μια ενιαία πηγή αλήθειας. Βελτιώνει την ακρίβεια των δεδομένων με τη δημιουργία ποιοτικών ελέγχων και τη διεξαγωγή δοκιμών ποιοτικού ελέγχου από την αρχή μέχρι το τέλος της διαδικασίας.

Η διασφάλιση ποιότητας βελτιώνει την αποδοτικότητα της παραγωγής. Η απόδοση αυξάνεται όταν προμηθεύονται υλικά υψηλής ποιότητας, εξαλείφονται τα ελαττώματα, βελτιώνεται η ποιότητα των μηχανημάτων και οι εργαζόμενοι είναι ικανοί να ανταπεξέλθουν. Η διασφάλιση ποιότητας είναι ένα σημαντικό μέρος της διαδικασίας παραγωγής που οδηγεί σε υψηλότερη παραγωγή, κερδοφορία και καλύτερη διαχείριση της επιχείρησης.

1.2.4 Διοίκηση Ολικής Ποιότητας

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management, TQM) είναι το τέταρτο στάδιο και είναι μια διοικητική προσέγγιση που επικεντρώνεται στη συνεχή βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών μιας επιχείρησης είναι η πιο εξελιγμένη



και ολοκληρωμένη προσέγγιση στη της ποιότητας. Η TQM ενσωματώνει τις αρχές της διασφάλισης ποιότητας, αλλά επεκτείνεται πέρα από την παραγωγική διαδικασία, καλύπτοντας ολόκληρη την επιχείρηση. Η ποιότητα θεωρείται ευθύνη όλων των εργαζομένων και κάθε τμήματος. Η TQM δίνει έμφαση στη συνεχή βελτίωση, την ικανοποίηση των πελατών, την εμπλοκή των εργαζομένων σε όλα τα επίπεδα και την ενσωμάτωση της ποιότητας στην εταιρική κουλτούρα. Στόχος της TQM είναι όχι μόνο να πληρούνται τα πρότυπα ποιότητας αλλά να υπερβαίνονται οι προσδοκίες των πελατών. Βασίζεται σε μια σειρά αρχών και πρακτικών που στοχεύουν στην ικανοποίηση των πελατών και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των διαδικασιών (Neyestani, B., 2016).

1.3 Οι Γκουρού της Ποιότητας

Ιστορικά, η TQM εμφανίστηκε από τις συνεισφορές των “γκουρού” της ποιότητα, όπως ο Deming και ο Juran, στην Ιαπωνία μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Στη συνέχεια, οι Crosby, Feigenbaum, Ishikawa και άλλοι ανέπτυξαν αυτήν την αποτελεσματική τεχνική διαχείρισης για τη βελτίωση της ποιότητας εντός των οργανισμών (Neyestani B., 2017). Οι γκουρού της ποιότητας συνέβαλαν σημαντικά στη διαμόρφωση των αρχών και των πρακτικών της TQM.

1.3.1 Η συμβολή και η αρχή του Deming

Ο Dr. W. Edwards Deming έχει αναδειχθεί ως guru με τη μεγαλύτερη επιρροή στη διαχείριση ποιότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ιαπωνία και είναι περισσότερο γνωστός για τον «Κύκλο Ντέμινγκ», τα «Δεκατέσσερα σημεία» του και τις «Επτά Θανατηφόρες Ασθένειες» (Forbes, L H. 2011). Έδωσε μεγάλη σημασία και ευθύνη στη διοίκηση, τόσο σε ατομικό όσο και σε εταιρικό επίπεδο, πιστεύοντας ότι η διοίκηση είναι υπεύθυνη για το 94% των προβλημάτων ποιότητας. Το σχέδιο δεκατεσσάρων σημείων του είναι μια ολοκληρωμένη φιλοσοφία διαχείρισης, που μπορεί να εφαρμοστεί σε μικρούς ή μεγάλους οργανισμούς στο δημόσιο, ιδιωτικό ή τομέα υπηρεσιών (Neyestani B., 2017).

Ο Deming ενθάρρυνε επίσης μια συστηματική προσέγγιση για την επίλυση προβλημάτων και προώθησε τον ευρέως γνωστό κύκλο Plan, Do, Check, Act (PDCA). Ο κύκλος PDCA είναι επίσης γνωστός ως κύκλος Deming, αν και αναπτύχθηκε από έναν συνάδελφο του Deming, τον Dr. Shewhart. Είναι μια καθολική



μεθοδολογία βελτίωσης, με την ιδέα να βελτιώνεται συνεχώς, και έτσι να μειώνεται η διαφορά μεταξύ των απαιτήσεων των πελατών και της απόδοσης της διαδικασίας.

Ο W. Edwards Deming πρότεινε ότι αυτή η διαδικασία πρέπει να ακολουθηθεί για τη βελτίωση οποιουδήποτε σταδίου (Swamidass, P.M.,2000, Sokonik M., 2010).

1. Plan (Σχεδιασμός):

- ο Προσδιορισμός του προβλήματος ή της ευκαιρίας για βελτίωση.
- ο Συλλογή δεδομένων και ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης.
- ο Καθορισμός στόχων και σχεδιασμός δράσεων για την επίτευξή τους.
- ο Ανάπτυξη ενός λεπτομερούς σχεδίου δράσης που περιλαμβάνει τους πόρους, τα χρονοδιαγράμματα και τις μεθόδους που θα χρησιμοποιηθούν.

2. Do (Εκτέλεση):

- ο Υλοποίηση του σχεδίου δράσης σε μικρή κλίμακα για την αποφυγή μεγάλων κινδύνων.
- ο Εκτέλεση των ενεργειών που καθορίστηκαν στο στάδιο του σχεδιασμού.
- ο Καταγραφή και τεκμηρίωση των αποτελεσμάτων και των προβλημάτων που παρουσιάστηκαν κατά τη διάρκεια της εφαρμογής.

3. Check (Ελεγχος):

- ο Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της εκτέλεσης του σχεδίου.
- ο Σύγκριση των πραγματικών αποτελεσμάτων με τα αναμενόμενα και τα προκαθορισμένα πρότυπα ή στόχους.
- ο Ανάλυση των αποκλίσεων για τον εντοπισμό των αιτιών τους.

4. Act (Δράση):

- ο Λήψη διορθωτικών μέτρων βάσει των ευρημάτων από το στάδιο του ελέγχου.



- ο Εάν το σχέδιο ήταν επιτυχές, η διαδικασία γίνεται τυποποιημένη και ενσωματώνεται στη λειτουργία.
- ο Εάν το σχέδιο δεν ήταν επιτυχές, αναθεώρηση του σχεδίου και επανάληψη του κύκλου για περαιτέρω βελτίωση.

Ο κύκλος PDCA είναι επαναληπτικός και χρησιμοποιείται συνεχώς για την προαγωγή της συνεχούς βελτίωσης στις διαδικασίες και τις πρακτικές μιας επιχείρησης ή οργανισμού.

1.3.2 Η συμβολή και οι αρχές του Juran

Αναμφίβολα, ο Dr. Joseph M. Juran υπήρξε η σημαντικότερη επιρροή στη θεωρία της διαχείρισης ποιότητας μετά τον Deming μεταξύ άλλων γκουρού. Ο Juran αποκαλείται «ο πατέρας της σύγχρονης διαχείρισης ποιότητας» λόγω της τεράστιας επιρροής του (Deera P., 2014).

Ανέπτυξε την τριλογία ποιότητας–σχεδιασμός ποιότητας, ποιοτικός έλεγχος και βελτίωση ποιότητας. Η καλή διαχείριση ποιότητας απαιτεί ποιοτικές ενέργειες που πρέπει να προγραμματίζονται, να βελτιώνονται και να ελέγχονται. Η διαδικασία επιτυγχάνει έλεγχο σε ένα επίπεδο ποιοτικής απόδοσης, και στη συνέχεια γίνονται σχέδια για τη βελτίωση της απόδοσης ανά έργο, χρησιμοποιώντας εργαλεία και τεχνικές όπως η ανάλυση Pareto. Αυτή η διαδικασία επιτυγχάνει μια σημαντική ανακάλυψη σε ένα βελτιωμένο επίπεδο, το οποίο και πάλι ελέγχεται, για να αποτραπεί οποιαδήποτε επιδείνωση.

Πίστευε ότι η ποιότητα έχει άμεση σχέση με την ικανοποίηση των πελατών με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες. Εισηγάγε τα «Δέκα βήματα για τη βελτίωση της ποιότητας» για τη βελτίωση της ικανοποίησης του πελάτη, τα βήματα αυτά παρατίθενται παρακάτω (Juran M. & Godfrey A., 1998).

- Δημιουργία επίγνωσης της ανάγκης και της ευκαιρίας για βελτίωση
- Ορισμός στόχων για βελτίωση
- Οργάνωση για την επίτευξη του στόχου
- Παροχή εκπαίδευσης
- Εκτέλεση έργων για επίλυση προβλημάτων
- Αναφορά προόδου



- Αναγνώριση
- Αναπαραγωγή των αποτελεσμάτων
- Διατήρηση επιτευχθέντων βελτιώσεων
- Διατήρηση ορμής

1.3.3 Η συμβολή και οι αρχές του Crosby

Ο Philip Bayard Crosby είναι περισσότερο γνωστός για την ιδέα του «Μηδενικά ελαττώματα», πίστευε ότι μια αποτελεσματική διαχείριση ποιότητας πρέπει να «βασίζεται σε σύστημα που βασίζονται στην πρόληψη» και ισχυρίστηκε ότι λάθη μπορεί να συμβούν λόγω έλλειψης γνώσης και της προσοχής των εργαζομένων στον οργανισμό (Oakland J. S., 2003). Η διαδικασία βελτίωσης της ποιότητας βασίζεται στις τέσσερις απόλυτες ποιότητάς του:

- Ποιότητα σημαίνει συμμόρφωση στις απαιτήσεις: Η ποιότητα δεν είναι απλώς καλή ή κακή, αλλά ορίζεται ως συμμόρφωση με τις απαιτήσεις.
- Το σύστημα ποιότητας είναι πρόληψη: Η ποιότητα επιτυγχάνεται μέσω της πρόληψης των ελαττωμάτων, όχι μέσω της επιθεώρησης.
- Το πρότυπο της απόδοσης είναι τα μηδενικά ελαττώματα: Δεν πρέπει να υπάρχει αποδοχή ελαττωμάτων, και η απόδοση πρέπει να στοχεύει στα μηδενικά ελαττώματα.
- Το μέτρο της ποιότητας είναι το κόστος της μη συμμόρφωσης: Ο πραγματικός δείκτης της ποιότητας είναι το κόστος που προκύπτει από την μη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις

Η φιλοσοφία του άνοιξε το δρόμο για μια πολιτιστική αλλαγή στους οργανισμούς, ενισχύοντας τη δέσμευση για συνεχή βελτίωση με μηδενική ανοχή για ελαττώματα (Omachonu V. K. & Ross J. E., 2004).

1.3.4 Η συμβολή και οι αρχές του Feigenbaum

Ο Armand V. Feigenbaum ήταν ο εμπνευστής του «ολικού ποιοτικού ελέγχου», που συχνά αναφέρεται ως ολική ποιότητα (Fields P., 2014). Το όρισε ως εξής: «Ένα αποδοτικό σύστημα που ενσωματώνει τις προσπάθειες των διαφόρων ομάδων για την ανάπτυξη, τη συντήρηση και τη βελτίωση της ποιότητας σε έναν οργανισμό,



επιτρέπει την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών σε οικονομικά αποδοτικά επίπεδα, εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα την πλήρη ικανοποίηση των πελατών».

Το εμπνεύστηκε ως μια επιχειρηματική μέθοδο και πρότεινε τρία βήματα για την ποιότητα:

- Ποιοτική ηγεσία
- Σύγχρονη ποιοτική τεχνολογία
- Οργανωτική δέσμευση

1.3.5 Η συμβολή και οι αρχές του Ishikawa

Ο Dr. Kaoru Ishikawa ήταν ένας Ιάπωνας guru ποιότητας, ο οποίος ήταν πρωτοπόρος στις διαδικασίες διαχείρισης ποιότητας, και στην πορεία, έγινε ένας από τους ιδρυτές του σύγχρονου μάνατζμεντ (Forbes L. H. & Ahmed S. M., 2011). Ο Ishikawa είναι περισσότερο γνωστός ότι εισήγαγε και ανέπτυξε πολλά εργαλεία ποιότητας, όπως διαγράμματα αιτίας-αποτελέσματος (που ονομάζονται διαγράμματα ψαριού ή Ishikawa) και τη χρήση των «Επτά εργαλείων ελέγχου ποιότητας», πιστεύοντας ότι το 95% των προβλημάτων ποιότητας μπορούν να λυθούν με αυτά τα εργαλεία (Antony J., 2021). Τα επτά εργαλεία ποιοτικού ελέγχου είναι:

- Ανάλυση Pareto
- Διάγραμμα αιτίου και αποτελέσματος (διάγραμμα Ishikawa)
- Διάγραμμα διαδικασιών ροής
- Διάγραμμα διασποράς
- Φύλλο ελέγχου
- Ιστόγραμμα
- Στατιστικό διάγραμμα ελέγχου διεργασιών



Κεφάλαιο 2 Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας

Τα Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας (ΣΔΠ) αποτελούν θεμελιώδη εργαλεία για τη διασφάλιση και βελτίωση της ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών σε διάφορους κλάδους της οικονομίας. Ένα ΣΔΠ περιλαμβάνει ένα σύνολο διαδικασιών που στοχεύει στη συνεχή βελτίωση και την ικανοποίηση των πελατών, ενσωματώνοντας τις αρχές της ποιοτικής διαχείρισης σε όλες τις λειτουργίες ενός οργανισμού. Σύμφωνα με τους Oakland και Marosszeky (2017), η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού ΣΔΠ μπορεί να οδηγήσει σε βελτιωμένη απόδοση, αυξημένη παραγωγικότητα και μείωση των ελαττωματικών προϊόντων και των παραπόνων πελατών. Σύμφωνα με τον Bertalanffi, ο οποίος ήταν ο δημιουργός της γενικής θεωρίας των συστημάτων, είναι ένα σύστημα με αλληλένδετα μέρη (Wolniak R., 2019).

2.1 Επισκόπηση συστημάτων διαχείρισης ποιότητας

Τα Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας έχουν αποκτήσει σημαντική αναγνώριση και εφαρμογή σε διάφορους κλάδους της βιομηχανίας και των υπηρεσιών. Ένα ΣΔΠ αποτελείται από πολιτικές, διαδικασίες και διαδικαστικά έγγραφα που είναι απαραίτητα για τη διαχείριση και τη βελτίωση της ποιότητας ενός οργανισμού. Τα ΣΔΠ επικεντρώνονται στη συνεχή βελτίωση των διαδικασιών, την ικανοποίηση των πελατών και τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις των σχετικών κανονιστικών πλαισίων. Σύμφωνα με τους Dale, Van Der Wiele, και Iwaarden (2007), η ανάπτυξη και η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού ΣΔΠ μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική βελτίωση της απόδοσης και της ανταγωνιστικότητας ενός οργανισμού.

Το ISO 9001 είναι το πιο ευρέως αναγνωρισμένο πρότυπο ΣΔΠ και παρέχει ένα πλαίσιο για τη διασφάλιση της ποιότητας και τη βελτίωση των επιχειρησιακών διαδικασιών. Το ISO 9001 αναπτύχθηκε από τον Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (International Organization for Standardization, ISO) και θέτει τις απαιτήσεις για ένα ΣΔΠ που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από οποιονδήποτε οργανισμό, ανεξαρτήτως μεγέθους ή τομέα δραστηριότητας. Το πρότυπο εστιάζει σε διάφορες αρχές διαχείρισης, όπως η πελατοκεντρική προσέγγιση, η συμμετοχή του ανώτατου διοικητικού προσωπικού, η διαδικαστική προσέγγιση και η συνεχής βελτίωση. Με βάση την έρευνα των Hoyle (2017), οι οργανισμοί που εφαρμόζουν το ISO 9001



έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα των διαδικασιών τους, να μειώσουν τα κόστη και να αυξήσουν την ικανοποίηση των πελατών τους.

Η υιοθέτηση του ISO 9001 δεν είναι απλώς μια τυπική διαδικασία, αλλά απαιτεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για την ενσωμάτωση των αρχών της ποιότητας σε όλες τις πτυχές του οργανισμού. Έρευνες δείχνουν ότι η επιτυχής εφαρμογή του ISO 9001 μπορεί να προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα, όπως βελτίωση της παραγωγικότητας, ενίσχυση της φήμης της εταιρείας και αύξηση της ικανοποίησης των εργαζομένων. Επιπλέον, η πιστοποίηση κατά ISO 9001 μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αποκτήσουν πρόσβαση σε νέες αγορές και να βελτιώσουν τη θέση τους στον ανταγωνισμό. Σύμφωνα με τον Psomas και τον Fotopoulos (2009), η εφαρμογή του ISO 9001 έχει οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα σε πολλές επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως του τομέα ή του μεγέθους τους.

2.2 Πρότυπο διαχείρισης ποιότητας ISO 9001:2015

Το ISO 9001:2015 είναι η τρέχουσα έκδοση του προτύπου, η οποία εκδόθηκε το 2015 και αντικατέστησε την προηγούμενη έκδοση του 2008. Η έκδοση του 2015 εισήγαγε αρκετές σημαντικές αλλαγές, όπως:

1. Δομή Υψηλού Επιπέδου: Εναρμονίζει το ISO 9001 με άλλα πρότυπα διαχείρισης, καθιστώντας ευκολότερη την ενσωμάτωση του συστήματος διαχείρισης ποιότητας με άλλα συστήματα διαχείρισης, όπως το ISO 14001 για την περιβαλλοντική διαχείριση.
2. Εστίαση στον Κίνδυνο και τις Ευκαιρίες: Εισάγει την έννοια της διαχείρισης κινδύνων και ευκαιριών, ζητώντας από τους οργανισμούς να αξιολογούν και να διαχειρίζονται τους κινδύνους που μπορεί να επηρεάσουν την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών τους.
3. Αυξημένη Έμφαση στην Ηγεσία: Δίνει μεγαλύτερη έμφαση στον ρόλο της ηγεσίας και τη δέσμευσή της για την επιτυχία του συστήματος διαχείρισης ποιότητας.
4. Ευελιξία στην Τεκμηρίωση: Αφαιρεί την απαίτηση για συγκεκριμένες διαδικασίες και τεκμηρίωση, δίνοντας στους οργανισμούς την ευελιξία να καθορίσουν τι είναι κατάλληλο για αυτούς.



5. Κατανόηση του Πλαισίου του Οργανισμού: Εισάγει την ανάγκη να κατανοηθεί το εξωτερικό και εσωτερικό πλαίσιο του οργανισμού, καθώς και οι ανάγκες και οι προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών.

Το ISO 9001:2015 περιλαμβάνει έναν διπλό στόχο: την αξιοπιστία, διασφαλίζοντας ότι οι οργανισμοί που πληρούν τις απαιτήσεις του σε συνεχή βάση παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες που ικανοποιούν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών τους, τηρούν το σχετικό νομοθετικό πλαίσιο και τις κανονιστικές απαιτήσεις και την ευελιξία κατάλληλο για τα σημερινά πολύπλοκα, απαιτητικά και δυναμικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα (Domingues et al., 2019). Το ISO 9001:2015 αποτελείται από δέκα βασικές παραγράφους:

1. Πεδίο Εφαρμογής: Αυτό το κεφάλαιο καθορίζει το πεδίο εφαρμογής του προτύπου, δηλαδή τις απαιτήσεις που περιλαμβάνονται και τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να εφαρμοστούν σε οποιοδήποτε οργανισμό, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τον τύπο του.
2. Αναφορές σε Πρότυπα: Εδώ παρουσιάζονται οι τυπικές αναφορές σε άλλα πρότυπα που είναι απαραίτητα για την κατανόηση και την εφαρμογή του ISO 9001:2015.
3. Όροι και Ορισμοί: Αυτό το κεφάλαιο περιλαμβάνει τους ορισμούς των όρων που χρησιμοποιούνται στο πρότυπο. Οι ορισμοί αυτοί βοηθούν στην κατανόηση των εννοιών και των απαιτήσεων που περιγράφονται.
4. Πλαίσιο του Οργανισμού: Αυτό το κεφάλαιο καλύπτει την κατανόηση του οργανισμού και του πλαισίου του, τις ανάγκες και τις προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών, και τον καθορισμό του πεδίου εφαρμογής του συστήματος διαχείρισης ποιότητας.
5. Ηγεσία: Το κεφάλαιο αυτό αναφέρεται στον ρόλο της διοίκησης, τη δέσμευση της ηγεσίας, τη διαχείριση πελατοκεντρικής προσέγγισης και την πολιτική ποιότητας. Περιλαμβάνει επίσης την ανάθεση ευθυνών και ρόλων εντός του οργανισμού.
6. Σχεδιασμός: Το κεφάλαιο αυτό καλύπτει τις απαιτήσεις για τον σχεδιασμό του συστήματος διαχείρισης ποιότητας, συμπεριλαμβανομένου του καθορισμού των στόχων ποιότητας και των διαδικασιών για την αντιμετώπιση των κινδύνων και ευκαιριών.



7. Υποστήριξη: Αυτό το κεφάλαιο επικεντρώνεται στους πόρους που είναι απαραίτητοι για την εφαρμογή και τη διατήρηση του συστήματος διαχείρισης ποιότητας, όπως το ανθρώπινο δυναμικό, οι υποδομές, το περιβάλλον εργασίας, η τεκμηρίωση και η διαχείριση των γνώσεων.

8. Λειτουργία: Το κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνει τις διαδικασίες που χρειάζεται να εφαρμοστούν για την παραγωγή προϊόντων και την παροχή υπηρεσιών, από τον προγραμματισμό έως την παράδοση, συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης των απαιτήσεων των πελατών και της διαδικασίας σχεδίασης και ανάπτυξης.

9. Αξιολόγηση της Απόδοσης: Αυτό το κεφάλαιο καλύπτει τις απαιτήσεις για την παρακολούθηση, τη μέτρηση, την ανάλυση και την αξιολόγηση της απόδοσης του συστήματος διαχείρισης ποιότητας, καθώς και τη διενέργεια εσωτερικών ελέγχων και διοικητικών ανασκοπήσεων.

10. Βελτίωση: Το τελευταίο κεφάλαιο περιγράφει τις απαιτήσεις για τη συνεχή βελτίωση του συστήματος διαχείρισης ποιότητας, συμπεριλαμβανομένης της αντιμετώπισης των μη συμμορφώσεων και της λήψης διορθωτικών ενεργειών.

Σύμφωνα με τους Hoyle (2017), το ISO 9001:2015 ενσωματώνει τις αρχές της ποιοτικής διαχείρισης και παρέχει κατευθυντήριες γραμμές που επιτρέπουν στους οργανισμούς να βελτιώσουν τις διαδικασίες τους και να αυξήσουν την ικανοποίηση των πελατών τους. Επίσης, οι Tarí, Molina-Azorín και Heras (2012) τονίζουν ότι η εφαρμογή του ISO 9001:2015 μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη αποδοτικότητα, μείωση των λειτουργικών κόστους και βελτίωση της συνολικής απόδοσης του οργανισμού.

2.2.1 Εστίαση στον πελάτη

Η εστίαση στον πελάτη αποτελεί έναν από τους κύριους πυλώνες του προτύπου ISO 9001:2015, καθώς οι οργανισμοί που ακολουθούν αυτό το πρότυπο πρέπει να κατανοούν και να ικανοποιούν τις απαιτήσεις των πελατών τους προκειμένου να διατηρούν και να βελτιώνουν τη θέση τους στην αγορά. Σύμφωνα με τον Hoyle (2017), το πρότυπο ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη όχι μόνο τις τρέχουσες ανάγκες των πελατών, αλλά και τις μελλοντικές τους προσδοκίες, διασφαλίζοντας έτσι τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Αυτή η προσέγγιση βοηθά τους οργανισμούς να δημιουργούν μακροχρόνιες σχέσεις με τους



πελάτες, να αυξάνουν την ικανοποίησή τους και να επιτυγχάνουν μια σταθερή αύξηση στην απόδοσή τους.

Πέρα από την ικανοποίηση των άμεσων αναγκών των πελατών, το ISO 9001:2015 προάγει τη συστηματική συλλογή και ανάλυση δεδομένων πελατών για την αναγνώριση τάσεων και την πρόβλεψη μελλοντικών απαιτήσεων. Ο Goetsch και Davis (2016) επισημαίνουν ότι οι επιχειρήσεις που εφαρμόζουν τις αρχές της εστίασης στον πελάτη είναι σε θέση να αναπτύξουν πιο αποτελεσματικά προϊόντα και υπηρεσίες, μειώνοντας τα κόστη και βελτιώνοντας τη συνολική αποδοτικότητα. Επιπλέον, η εστίαση στον πελάτη συμβάλλει στην ενίσχυση της φήμης του οργανισμού και στη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά, καθώς οι πελάτες είναι πιο πιθανό να παραμείνουν πιστοί σε εταιρείες που κατανοούν και ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους. Τα οφέλη ενός οργανισμού που ακολουθεί το πρότυπο ISO 9001:2015 περιλαμβάνουν:

- Ενίσχυση της εμπιστοσύνης των πελατών: Το πρότυπο διασφαλίζει την ύπαρξη ισχυρών διαδικασιών ποιοτικού ελέγχου, προωθώντας την εμπιστοσύνη και ικανοποίηση των πελατών.
- Αποτελεσματική διαχείριση παραπόνων: Το πρότυπο παρέχει οδηγίες για την αποτελεσματική αντιμετώπιση παραπόνων, διασφαλίζοντας την έγκαιρη και ικανοποιητική επίλυση προβλημάτων.
- Βελτίωση των διαδικασιών: Το πρότυπο συμβάλλει στον εντοπισμό και την εξάλειψη προβλημάτων, στη μείωση της σπατάλης, στον εξορθολογισμό των λειτουργιών και στην υποστήριξη της τεκμηριωμένης λήψης αποφάσεων.
- Συνεχής βελτίωση: Οι τακτικοί έλεγχοι και οι αναθεωρήσεις που προωθεί το πρότυπο επιτρέπουν στους οργανισμούς να βελτιώνουν συνεχώς τα συστήματα διαχείρισης ποιότητας, διατηρώντας την ανταγωνιστικότητά τους και επιτυγχάνοντας μακροπρόθεσμη επιτυχία.

2.3 Τρόποι εφαρμογής του προτύπου ISO 9001:2015

2.3.1 Κατανόηση του Οργανισμού και του πλαισίου λειτουργίας του

Σύμφωνα με το πρότυπο (§4.1), ο Οργανισμός υποχρεούται να αναγνωρίζει τόσο εξωτερικούς όσο και εσωτερικούς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την



ικανότητα του οργανισμού να επιτυγχάνει τα επιθυμητά αποτελέσματα για το σύστημα διαχείρισης ποιότητας. Οι εξωτερικοί παράγοντες μπορεί να περιλαμβάνουν την οικονομική κατάσταση, την τεχνολογία, τη νομοθεσία και τον ανταγωνισμό, ενώ οι εσωτερικοί παράγοντες σχετίζονται με την οργανωτική κουλτούρα, τη δομή, τους πόρους και τις ικανότητες του οργανισμού. Η κατανόηση αυτού του πλαισίου επιτρέπει στον οργανισμό να αναγνωρίζει τις ανάγκες και τις προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών, όπως οι πελάτες, οι εργαζόμενοι και οι προμηθευτές, και να καθορίζει το πεδίο εφαρμογής του συστήματος διαχείρισης ποιότητας με ακρίβεια. Με αυτόν τον τρόπο, ο οργανισμός μπορεί να διαχειρίζεται καλύτερα τους κινδύνους και τις ευκαιρίες, εξασφαλίζοντας τη διαρκή βελτίωση και την επίτευξη των στρατηγικών του στόχων.

2.3.2 Κατανόηση των αναγκών και των προσδοκιών των ενδιαφερομένων

Στο ISO 9001:2015, ως ενδιαφερόμενος ορίζεται ένα άτομο ή οργανισμός που έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει, να επηρεαστεί ή να αντιληφθεί ότι επηρεάζεται από μια απόφαση ή δραστηριότητα. Όπως αναφέρεται στην παράγραφο 4.2 του προτύπου, είναι απαραίτητο για τον οργανισμό να εντοπίσει τα ενδιαφερόμενα μέρη που σχετίζονται με το ΣΔΠ και να καθορίσει τις σχετικές απαιτήσεις τους. Επιπλέον, ο οργανισμός πρέπει να παρακολουθεί και να επανεξετάζει με συνέπεια αυτές τις πληροφορίες. Ωστόσο, το πρότυπο δεν επιβάλλει τη συνεκτίμηση των ενδιαφερομένων ή των απαιτήσεών τους εάν κριθούν άσχετα με το ΣΔΠ.

2.3.3 Καθορισμός του πεδίου εφαρμογής του συστήματος διαχείρισης ποιότητας

Προκειμένου να καθοριστούν τα όρια και η συνάφεια του ΣΔΠ, ο Οργανισμός πρέπει να τηρεί τις κατευθυντήριες γραμμές που περιγράφονται στην παράγραφο 4.3 του προτύπου. Αυτό συνεπάγεται την εξέταση τόσο εσωτερικών όσο και εξωτερικών παραγόντων (όπως αναφέρεται στην παράγραφο 4.1), καθώς και των απαιτήσεων των ενδιαφερομένων (όπως αναφέρεται στην παράγραφο 4.2) και των προϊόντων και υπηρεσιών του ίδιου του Οργανισμού. Είναι σημαντικό το πεδίο εφαρμογής του ΣΔΠ να ορίζεται σαφώς και να ενημερώνεται τακτικά ως τεκμηριωμένη πληροφορία. Εάν ο Οργανισμός κρίνει ότι μια συγκεκριμένη απαίτηση του προτύπου δεν εμπίπτει στο



πεδίο εφαρμογής του ΣΔΠ του, έχει τη διακριτική ευχέρεια να μην εφαρμόσει αυτήν την απαίτηση, υπό την προϋπόθεση ότι μπορεί να παράσχει έγκυρη αιτιολόγηση. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο Οργανισμός μπορεί να δηλώσει συμμόρφωση με το πρότυπο μόνο εάν οι συγκεκριμένες μη ισχύουσες απαιτήσεις δεν θέτουν σε κίνδυνο την ικανότητά του να διασφαλίζει την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών ή να εμποδίζει την ικανοποίηση των πελατών.

2.3.4 Διεργασίες του συστήματος διαχείρισης ποιότητας

Η υιοθέτηση μιας προσέγγισης διαδικασίας ενθαρρύνεται από το ISO 9001:2015 προκειμένου να ενισχυθεί η ικανοποίηση των πελατών και να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις τους. Οι απαραίτητες απαιτήσεις για την εφαρμογή αυτής της προσέγγισης βρίσκονται στην §4.4 του προτύπου. Κατά τη δημιουργία, την εφαρμογή, τη συνεχή βελτίωση και τη διατήρηση ενός ενημερωμένου ΣΔΠ, ο οργανισμός πρέπει όχι μόνο να ορίζει και να εφαρμόζει τις απαιτούμενες διαδικασίες, αλλά και να προσδιορίζει τις εισροές και τα αναμενόμενα αποτελέσματα, τη σειρά και τις αλληλεπιδράσεις, τα κριτήρια και μεθόδους για αποτελεσματική λειτουργία και έλεγχο, τους απαραίτητους πόρους για τη διαθεσιμότητα και τις ευθύνες για τη διεξαγωγή αυτών των διαδικασιών. Επιπλέον, ο οργανισμός πρέπει να αντιμετωπίζει απειλές, να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες, να αξιολογεί τις διαδικασίες και να κάνει τις απαραίτητες αλλαγές για να εξασφαλίσει επιτυχημένα αποτελέσματα και να βελτιώσει τόσο τις διαδικασίες όσο και την Τεκμηρίωση του Συστήματος Διαχείρισης (MSD), όπως απαιτείται από την §6.1 του προτύπου. Τέλος, ο οργανισμός πρέπει να διατηρεί ενημερωμένες τεκμηριωμένες πληροφορίες για να υποστηρίξει τη λειτουργία της διαδικασίας και να παρέχει εμπιστοσύνη ότι εκτελούνται όπως προβλέπεται.

2.3.5 Ηγεσία και δέσμευση

Σύμφωνα με τις οδηγίες που περιγράφονται στην §5.1 του προτύπου, είναι επιτακτική ανάγκη για την ανώτατη διοίκηση κάθε επιχείρησης να επιδεικνύει ηγετική θέση και ισχυρή δέσμευση τόσο στο ΣΔΠ όσο και στην ικανοποίηση των πελατών. Στην περίπτωση των εταιρειών δομικών υλικών, το άτομο που είναι υπεύθυνο για την επίβλεψη των λειτουργιών, αναλαμβάνει το ρόλο της ανώτατης διοίκησης. Είναι καθήκον του υπεύθυνου να διασφαλίζει την επιτυχή εφαρμογή και τη συνεχή βελτίωση των Ορθών Βιομηχανικών Πρακτικών (GMP). Αυτό συνεπάγεται την



αποτελεσματική επικοινωνία της σημασίας της αποτελεσματικής διαχείρισης ποιότητας και της τήρησης των απαιτήσεων ΣΔΠ σε όλα τα μέλη του προσωπικού. Επιπλέον, ο υπεύθυνος πρέπει να παρέχει κίνητρα, καθοδήγηση και υποστήριξη για να καταστεί δυνατή η επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων. Επιπλέον, είναι ευθύνη του υπεύθυνου να βεβαιωθεί ότι υπάρχουν οι απαραίτητοι πόροι για τη σωστή εκτέλεση της GMP.

2.3.6 Πολιτική Ποιότητας

Σύμφωνα με τις οδηγίες που περιγράφονται στην §5.2.1, είναι καθήκον της διοίκησης ανώτατου επιπέδου σε κάθε οργανισμό να δημιουργεί, να εκτελεί και να ενημερώνει τακτικά μια πολιτική ποιότητας. Αυτή η πολιτική πρέπει να εξυπηρετεί τον επιδιωκόμενο σκοπό της και να ευθυγραμμίζεται με το λειτουργικό πλαίσιο του οργανισμού, υποστηρίζοντας παράλληλα τον στρατηγικό σχεδιασμό του. Επιπλέον, η §5.2.2 διευκρινίζει ότι η πολιτική ποιότητας πρέπει να διατηρείται ως τεκμηριωμένη πληροφορία και να είναι προσβάσιμη στα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη. Ωστόσο, είναι σημαντικό η καθιερωμένη πολιτική ποιότητας να κοινοποιείται αποτελεσματικά, να κατανοείται και να εφαρμόζεται σε όλο τον οργανισμό.

2.3.7 Ρόλοι, υπευθυνότητες και αρμοδιότητες εντός του Οργανισμού

Η ανώτατη διοίκηση έχει την ευθύνη, όπως περιγράφεται στην §5.3, να εγγυηθεί ότι η ανάθεση, η επικοινωνία και η κατανόηση των ευθυνών και των εξουσιών για μεμονωμένους ρόλους τηρούνται σε ολόκληρο τον οργανισμό. Ο καθορισμός των ρόλων του προσωπικού και η κατανομή των εξουσιών και των ευθυνών πρέπει να κατευθύνονται προς τη διασφάλιση ότι το ΣΔΠ συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του προτύπου, επιτυγχάνει τα επιθυμητά αποτελέσματα, παρακολουθεί την απόδοση και τις ευκαιρίες βελτίωσης και αναφέρει αυτά τα ευρήματα στη διοίκηση. Επιπλέον, αυτή η διαδικασία προωθεί μια πελατοκεντρική προσέγγιση σε ολόκληρο τον οργανισμό και προάγει την ακεραιότητα του ΣΔΠ κατά την εφαρμογή οποιωνδήποτε αλλαγών σε αυτό.



2.3.8 Ενέργειες για την αντιμετώπιση απειλών και την αξιοποίηση ευκαιριών – Προσέγγιση διακινδύνευσης

Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές που περιγράφονται στην §6.1 του προτύπου, απαιτείται από τον Οργανισμό να εντοπίζει και να αναγνωρίζει τους πιθανούς κινδύνους και τις ευκαιρίες που πρέπει να αντιμετωπιστούν ή να αξιοποιηθούν. Αυτό είναι ζωτικής σημασίας προκειμένου: (α) να εξασφαλιστεί η επιτυχής επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων, (β) να ενισχυθούν τα επιθυμητά αποτελέσματα, (γ) να εξαιρεθούν ή να ελαχιστοποιηθούν τα ανεπιθύμητα αποτελέσματα και (δ) να επιτευχθεί συνολική βελτίωση. Οι ενέργειες που λαμβάνονται για τον μετριασμό των κινδύνων και την αξιοποίηση ευκαιριών πρέπει να ενσωματώνονται απρόσκοπτα στις διαδικασίες του ΣΔΠ και να αξιολογούνται διεξοδικά ως προς την αποτελεσματικότητά τους, όπως αναφέρεται στο ISO 9001:2015.

2.3.9 Στόχοι ποιότητας και σχεδιασμός για την επίτευξή τους

Σύμφωνα με το πρότυπο (§6.2), ο Οργανισμός υποχρεούται να καθορίσει ποιοτικούς στόχους για τις σχετικές λειτουργίες, βήματα και διαδικασίες του ΣΔΠ. Είναι επίσης, απαραίτητο να διατηρούνται ενημερωμένες τεκμηριωμένες πληροφορίες σχετικά με αυτούς τους στόχους. Αυτοί οι στόχοι ποιότητας πρέπει να ευθυγραμμίζονται με την πολιτική ποιότητας του Οργανισμού, να είναι μετρήσιμοι, να λαμβάνουν υπόψη τις ισχύουσες απαιτήσεις, να αφορούν τη συμμόρφωση προϊόντων και υπηρεσιών και να συμβάλλουν στην ικανοποίηση των πελατών. Επιπλέον, θα πρέπει να παρακολουθούνται, να κοινοποιούνται και να ενημερώνονται. Ο σχεδιασμός για την επίτευξη των ποιοτικών στόχων θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τη διαδικασία υλοποίησης, τους απαραίτητους πόρους, τα υπεύθυνα άτομα, τα χρονοδιαγράμματα ολοκλήρωσης και τις μεθόδους αξιολόγησης. Επιπλέον, όπως αναφέρεται στην §6.3 του προτύπου, οποιεσδήποτε αλλαγές στο ΣΔΠ πρέπει να σχεδιάζονται προσεκτικά, λαμβάνοντας υπόψη τον σκοπό, τις πιθανές συνέπειες, τον αντίκτυπο στην ακεραιότητα του ΣΔΠ, τη διαθεσιμότητα πόρων και την ανάθεση ή ανακατανομή αρμοδιοτήτων και εξουσιών.



2.4 Δυσκολίες και δυνατότητα εφαρμογής του προτύπου ISO 9001:2015 σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις

Η εφαρμογή του προτύπου ISO 9001:2015 σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αποτελεί ένα σημαντικό βήμα προς τη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών τους, καθώς και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους στην αγορά. Παρά τα αναμφισβήτητα οφέλη, όπως η αύξηση της αξιοπιστίας και η αποδοτικότερη λειτουργία, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν συχνά προκλήσεις κατά την εφαρμογή του προτύπου, όπως η έλλειψη πόρων και εξειδικευμένων γνώσεων.

Η αποτελεσματική εφαρμογή του προτύπου μπορεί να αποφέρει οφέλη που υπερτερούν του κόστους, οδηγώντας σε βελτιωμένη απόδοση της εταιρείας και βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Koc, 2007). Όταν κατανοηθεί και εφαρμοστεί σωστά, αντί να χρησιμοποιηθεί απλώς για σκοπούς μάρκετινγκ, μπορεί να αποφέρει σημαντικά εξωτερικά και εσωτερικά πλεονεκτήματα σε κάθε εταιρεία που υιοθετεί (Sampaio, Saraiva & Rodrigues, 2009). Παρόλα αυτά, τα επιθυμητά ή αναμενόμενα αποτελέσματα από την εφαρμογή ενός ΣΔΠ δεν επιτυγχάνονται πάντα, συχνά λόγω της μη αποδοτικής εφαρμογής (Psomas et al., 2010). Η εφαρμογή του προτύπου ISO 9001:2015 και η επακόλουθη πιστοποίηση απαιτούν αλλαγές, οι οποίες συχνά αντιμετωπίζονται με αντίσταση λόγω του εγγενούς φόβου των ανθρώπων για το άγνωστο (Sfakianaki & Kakouris, 2018). Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να βελτιωθεί η κατανόηση των προκλήσεων και των εμποδίων που θα συναντήσουν οι εταιρείες πριν και μετά την υιοθέτηση του προτύπου και την πιστοποίησή του. Αυτή η γνώση θα τους επιτρέψει να εφαρμόσουν αποτελεσματικά το πρότυπο και να αποκομίσουν τα οφέλη του. Αυτή η ανάγκη είναι ιδιαίτερα πειστική για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν λιγότερους οικονομικούς και ανθρώπινους πόρους και έχουν περιορισμένες διοικητικές δυνατότητες σε σύγκριση με μεγαλύτερες εταιρείες (Murmura & Bravi, 2017). Ωστόσο, αυτές οι επιχειρήσεις διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην παγκόσμια οικονομία και κοινωνική ανάπτυξη (Sfakianaki & Kakouris, 2018).

Σύμφωνα με μια ολοκληρωμένη ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας που πραγματοποιήθηκε από τους Sfakianaki & Kakouris (2018), οι προκλήσεις που



αντιμετωπίζει η εφαρμογή του προτύπου ISO 9001:2015 στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

1. Γραφειοκρατία: Η έμφαση του προτύπου στον έλεγχο και την τήρηση αρχείων έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει αρνητικά τη στάση των εργαζομένων, την οργανωτική κουλτούρα και τα κίνητρα. Ο γραφειοκρατικός χαρακτήρας του προτύπου παρουσιάζει σημαντικό εμπόδιο στην εφαρμογή του, που εκδηλώνεται σε δύο επίπεδα. Το πρώτο επίπεδο περιλαμβάνει την εκτεταμένη γραφειοκρατική διαδικασία που απαιτείται για την πιστοποίηση, συμπεριλαμβανομένης της υποβολής αιτήσεων, της ολοκλήρωσης των απαραίτητων διαδικασιών και της απόκτησης του ίδιου του πιστοποιητικού. Το δεύτερο επίπεδο αναφέρεται στην επιμονή των γραφειοκρατικών πρακτικών ακόμη και μετά την εφαρμογή και την πιστοποίηση βάσει του προτύπου.
2. Διαρροή οικονομικών και πόρων: Η εφαρμογή του προτύπου και η απόκτηση πιστοποίησης απαιτεί τόσο χρόνο όσο και οικονομικές επενδύσεις, οι οποίες μπορεί να δημιουργήσουν σημαντικές προκλήσεις, ιδιαίτερα για μικρότερες επιχειρήσεις με περιορισμένους οικονομικούς και ανθρώπινους πόρους.
3. Έλλειψη υποστήριξης και δέσμευσης της διοίκησης: Η ενεργός συμμετοχή και δέσμευση της διοίκησης είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχή εφαρμογή του προτύπου. Χωρίς την υποστήριξη της διοίκησης, η υιοθέτηση του προτύπου γίνεται πολύ πιο δύσκολη.
4. Αντίσταση των υπαλλήλων ή/και της διοίκησης στην αλλαγή: Η αντίσταση στην αλλαγή τόσο από τους υπαλλήλους όσο και από τη διοίκηση αποτελεί σημαντική πρόκληση για την εφαρμογή των απαραίτητων αλλαγών και την απόκτηση συνεργασίας και συμφωνίας για το πρότυπο. Η απροθυμία εγκατάλειψης γνωστών διαδικασιών περιπλέκει περαιτέρω τη διαδικασία (Gotzamani, 2010).
5. Ανεπαρκής εκπαίδευση των υπαλλήλων: Η ανεπαρκής εκπαίδευση των εργαζομένων στη φιλοσοφία διαχείρισης ποιότητας, την εφαρμογή ΣΔΠ και τις ειδικές απαιτήσεις του προτύπου επιτείνει την αντίστασή τους στην αλλαγή και εμποδίζει την ενεργό συμμετοχή (Gotzamani, 2010).



6. Ανεπαρκής δέσμευση των υπαλλήλων: Η ανεπαρκής δέσμευση των εργαζομένων είναι ένα άλλο εμπόδιο που εμποδίζει την επιτυχή εφαρμογή του προτύπου (Gotzamani, 2010).

7. Ανεπαρκής κατανόηση του προτύπου : Η έλλειψη κατανόησης, αντιμετωπίζοντάς το αποκλειστικά ως αποτέλεσμα εξωτερικών πιέσεων και εμπορικής προσπάθειας, αυξάνει την πιθανότητα αποτυχίας στην εφαρμογή του (Sfakianaki & Kakouris, 2018).



Κεφάλαιο 3 Service Quality Model (SERVQUAL)

Το SERVQUAL είναι η συντομογραφία του «Service Quality». Το μοντέλο είναι ένα σύστημα αξιολόγησης που αντικατοπτρίζει τις αντιλήψεις και τις προσδοκίες των καταναλωτών για τις λαμβανόμενες υπηρεσίες και εφαρμόζεται στη μέτρηση και τη διαχείριση μάρκετινγκ της ποιότητας των υπηρεσιών. Η θεωρία του μοντέλου προτάθηκε επίσημα από τους Parasuraman, Zeithaml και Berry (PZB), τρεις Αμερικανούς ειδικούς στο μάρκετινγκ, το 1988, για να μετρήσει την αντίληψη των καταναλωτών για τις υπηρεσίες. Η βασική θεωρία του είναι το «μοντέλο χάσματος ποιότητας υπηρεσιών». Συγκεκριμένα, είναι το χάσμα μεταξύ της πραγματικής αντίληψης των καταναλωτών για την ποιότητα των υπηρεσιών και των προσδοκιών τους για την ποιότητα των υπηρεσιών.

3.1 Ανάπτυξη Μοντέλου Servqual

Η ανάπτυξη του μοντέλου SERVQUAL από τους Parasuraman, Zeithaml και Berry ήταν μια διαδικασία που βασίστηκε σε ένα συστηματικό πρόγραμμα έρευνας και ανάλυσης, με στόχο την κατανόηση της ποιότητας των υπηρεσιών από την οπτική γωνία των πελατών. Αρχικά, οι ερευνητές πραγματοποίησαν ένα σημαντικό βήμα ανασκόπησης της βιβλιογραφίας για να κατανοήσουν τις υπάρχουσες θεωρητικές προσεγγίσεις και να προσδιορίσουν τα κενά στην κατανόηση της ποιότητας των υπηρεσιών.

Στη συνέχεια, πραγματοποίησαν εκτεταμένες συνεντεύξεις με πελάτες από διάφορες βιομηχανίες και τομείς υπηρεσιών, με στόχο να αναδείξουν τις βασικές πτυχές που επηρεάζουν την αντίληψη των πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών. Κατά τη διάρκεια αυτών των συνεντεύξεων, οι πελάτες κλήθηκαν να εκφράσουν τις προσδοκίες τους σε σχέση με τις υπηρεσίες που λαμβάνουν και να αναφέρουν τις εμπειρίες τους μετά τη λήψη των υπηρεσιών αυτών.

Με βάση τις συνεντεύξεις αυτές, οι ερευνητές αναγνώρισαν πέντε βασικές διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών που προέκυψαν από τις προσδοκίες και τις εμπειρίες των πελατών. Αυτές οι διαστάσεις είναι τα απτά υλικά, η αξιοπιστία, η αποκρισιμότητα, η ασφάλεια και η ενσυναίσθηση. Έπειτα από την αναγνώριση αυτών των διαστάσεων, ανέπτυξαν ένα σύνολο ερωτηματολογίων που αντιστοιχούν σε κάθε διάσταση, με σκοπό τη συλλογή δεδομένων από μεγάλα δείγματα πελατών σε διάφορες βιομηχανίες.



Τέλος, οι ερευνητές ανέλυσαν τα συλλέγοντα δεδομένα χρησιμοποιώντας σύγχρονες μεθόδους στατιστικής ανάλυσης, όπως η παραγοντική ανάλυση και η αξιολόγηση της αξιοπιστίας των κλιμάκων. Αυτή η διαδικασία επιβεβαίωσε την εγκυρότητα και τη συνοχή των πέντε διαστάσεων που αναδείχθηκαν, καθώς και την αξία του SERVQUAL ως εργαλείο για τη μέτρηση και τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών σε διάφορα βιομηχανικά περιβάλλοντα.

Το μοντέλο SERVQUAL αναγνωρίζει πέντε κύριες διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών, οι οποίες είναι καθοριστικές για τη μέτρηση και την αξιολόγηση της εξυπηρέτησης των πελατών. Αυτές είναι

1. Απτά υλικά (Tangibles): Η εμφάνιση των φυσικών εγκαταστάσεων, του εξοπλισμού, του προσωπικού, και των υλικών επικοινωνίας.
2. Αξιοπιστία (Reliability): Η ικανότητα του οργανισμού να παρέχει υπηρεσίες με αξιοπιστία και συνέπεια.
3. Αποκρισιμότητα (Responsiveness): Η προθυμία και η ταχύτητα με την οποία ο οργανισμός ανταποκρίνεται στις αιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών.
4. Ασφάλεια (Assurance): Οι οργανισμοί οικοδομούν σχέσεις με τους καταναλωτές και την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις παρεχόμενες υπηρεσίες.
5. Ενσυναίσθηση (Empathy): Η ικανότητα του οργανισμού να αντιλαμβάνεται και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών με εξατομικευμένο τρόπο.

Η αξιοπιστία του μοντέλου SERVQUAL επιβεβαιώθηκε μέσω πολυάριθμων ερευνών σε διάφορους τομείς υπηρεσιών, όπως η υγεία, η εκπαίδευση, ο τουρισμός και οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες. Οι Parasuraman, Zeithaml και Berry (1988) διαπίστωσαν ότι οι πέντε διαστάσεις του SERVQUAL ήταν επαναλαμβανόμενες και συνεπείς, επιβεβαιώνοντας την εγκυρότητα του εργαλείου σε διαφορετικά περιβάλλοντα. Ωστόσο, διάφοροι ερευνητές έχουν επισημάνει ότι το μοντέλο μπορεί να απαιτεί προσαρμογές για να αντικατοπτρίζει τις ιδιαιτερότητες συγκεκριμένων τομέων και πολιτισμικών πλαισίων.

Παρά τις προσαρμογές και τις βελτιώσεις που έχουν προταθεί κατά τη διάρκεια των ετών, το SERVQUAL παραμένει ένα βασικό εργαλείο για τη μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών. Οι επιχειρήσεις το χρησιμοποιούν για να εντοπίσουν τις αδυναμίες στην παροχή υπηρεσιών και να σχεδιάσουν στρατηγικές βελτίωσης, ενώ παράλληλα



συμβάλλει στη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών και της πιστότητάς τους. Η συνεχής χρήση του SERVQUAL σε ερευνητικά έργα και πρακτικές εφαρμογές καταδεικνύει την αξία του ως ένα ισχυρό εργαλείο για την κατανόηση και τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών σε διάφορους κλάδους.

3.2 Ικανοποίηση Πελατών

Μία από τις αρχές της φιλοσοφίας της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας είναι ο προσανατολισμός στον πελάτη. Σημαίνει ότι ο πρωταρχικός στόχος της διαχείρισης ποιότητας είναι να ικανοποιήσει τις απαιτήσεις των πελατών και να καταβάλει προσπάθειες για να ξεπεράσει τις προσδοκίες τους.

Η ικανοποίηση των πελατών μετρά το βαθμό στον οποίο τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μιας επιχείρησης ικανοποιούν ή υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελατών και των τελικών χρηστών. Μια επιχείρηση που ικανοποιεί ή υπερβαίνει σταθερά τις προσδοκίες των πελατών έχει συνήθως υψηλό επίπεδο ικανοποίησης πελατών. Τα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης των πελατών είναι σημαντικά για μια επιχείρηση στο σύνολό της, επειδή οι ικανοποιημένοι πελάτες είναι πιο πιθανό να επιστρέψουν και να πραγματοποιήσουν επαναλαμβανόμενες αγορές και επίσης συστήνουν την επιχείρηση σε άλλους, κάτι που οδηγεί σε οργανικό μάρκετινγκ χωρίς πρόσθετο κόστος.

Η ικανοποίηση των πελατών είναι ζωτικής σημασίας για τη διαρκή επιτυχία μιας επιχείρησης και έχει μελετηθεί εκτενώς στη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ και της στρατηγικής διοίκησης. Οι έρευνες δείχνουν ότι πολλοί παράγοντες επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών, όπως η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, η συναισθηματική σύνδεση με την επιχείρηση, η εκπλήρωση των προσδοκιών και η αποτελεσματική επίλυση προβλημάτων (Oliver et al., 2014, Zeithaml et al., 1990). Επιπλέον, έρευνες έχουν αποδείξει ότι η ικανοποίηση των πελατών συνδέεται στενά με την αφοσίωση και την εμπιστοσύνη τους προς την επιχείρηση, καθώς και με την πιθανότητα επαναλαμβανόμενων αγορών και την προσωπική προτίμησή τους (Anderson et al., 1994; Fornell, 1992). Συνεπώς, η ανάλυση και η βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών αποτελεί κρίσιμη στρατηγική για την αύξηση της πιστότητας και της απόδοσης της επιχείρησης στον ανταγωνιστικό της τομέα.



Κεφάλαιο 4 Δομικά Υλικά

Ο ελληνικός δομικός και κατασκευαστικός κλάδος είναι ένας από τους κορυφαίους εξαγωγής της χώρας: δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 30 χώρες σε όλο τον κόσμο από τη Βόρεια Αμερική έως τη Μέση Ανατολή, από την Αφρική μέχρι την Ασία. Ο τομέας εκτείνεται σε ένα ευρύ φάσμα βιομηχανιών και θέσεων εργασίας και περιλαμβάνει ποικίλα και προϊόντα, όπως μεταλλικά προϊόντα, προϊόντα ξύλου, κεραμικά, προϊόντα πέτρας, πλαστικά, καθώς και πόρτες και παράθυρα, στέγες, επενδύσεις δαπέδων, ηλεκτρικά συστήματα και εξαρτήματα, χρώματα και άλλα σχετικά προϊόντα.

Ο κλάδος των δομικών υλικών συμβάλλει σημαντικά στην ελληνική οικονομία, με τον κατασκευαστικό κλάδο γενικά να θεωρείται ως ένας από τους μοχλούς ανάπτυξης της εγχώριας οικονομίας.

4.1 Κατηγορίες Δομικών Υλικών

Δομικό υλικό είναι κάθε υλικό που χρησιμοποιείται για κατασκευαστικούς σκοπούς, όπως υλικά για την κατασκευή κατοικιών. Ξύλο, τσιμέντο, αδρανή υλικά, μέταλλα, τούβλα, σκυρόδεμα, πηλός είναι το πιο κοινό είδος οικοδομικού υλικού που χρησιμοποιείται στις κατασκευές. Η επιλογή αυτών βασίζεται στη σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας για κτιριακά έργα (Tunmise A.O. et al., 2020).

Με βάση την πρώτη ύλη που χρησιμοποιείται για την κατασκευή τους, τα δομικά υλικά μπορούν να ταξινομηθούν σε διάφορες κατηγορίες:

- Πέτρα: Προέρχεται από πετρώματα που προέρχονται από τη φύση.. Οι τύποι πέτρας και τα παράγωγά της που χρησιμοποιούνται περισσότερο στην κατασκευή περιλαμβάνουν γρανίτη, μάρμαρο, ασβεστόλιθο, σχιστόλιθο, ψαμμίτη, χαλίκι, ασβέστη, σοβά, τσιμέντο, κονίαμα, σκυρόδεμα, άμμο, γυαλί.
- Κεραμικά: Ο πηλός είναι χημικά παρόμοιος με την άμμο. Όταν αναμιγνύεται με σκόνη και άλλα στοιχεία από το έδαφος, ο πηλός σχηματίζει λάσπη, ένα υλικό που χρησιμοποιείται με διάφορους τρόπους. Όταν ο πηλός θερμαίνεται σε υψηλές θερμοκρασίες (900°C ή υψηλότερες), σκληραίνει, δημιουργώντας κεραμικά υλικά όπως τούβλα, πλακάκια στέγης, πέτρινα, κεραμικά πλακίδια κ.λπ.



- Μέταλλα: Τα μέταλλα που χρησιμοποιούνται περισσότερο είναι ο σίδηρος και το αλουμίνιο. Άλλα μέταλλα που χρησιμοποιούνται στην κατασκευή είναι ο χαλκός, ο ψευδάργυρος και το τιτάνιο.
- Οργανικά: Κυρίως το ξύλο και τα παράγωγά του, αν και χρησιμοποιούνται και άλλα οργανικά φυτικά στοιχεία.
- Συνθετικά: Κυρίως πλαστικά που προέρχονται από πετρέλαιο, αν και συχνά μπορούν επίσης να συντεθούν. Αυτά χρησιμοποιούνται ευρέως στις κατασκευές λόγω της αμετάβλητης φύσης τους, γεγονός που τα καθιστά επίσης πολύ μη φιλικά προς το περιβάλλον λόγω της δυσκολίας στην ανακύκλωσή τους. Πίσσες και άλλα πολυμερή, καθώς και συνθετικά προϊόντα διαφόρων ειδών, χρησιμοποιούνται επίσης.

4.2 Χαρακτηριστικά και ιδιότητες

Τα δομικά υλικά χρησιμοποιούνται σε μεγάλες ποσότητες, επομένως πρέπει να προέρχονται από άφθονες, φθηνές πρώτες ύλες. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο τα περισσότερα δομικά υλικά κατασκευάζονται από ευρέως διαθέσιμα υλικά όπως η άμμος, ο πηλός και η πέτρα.

Οι απαιτούμενες διαδικασίες παραγωγής θα πρέπει επίσης να καταναλώνουν χαμηλή ενέργεια και να μην είναι υπερβολικά περίπλοκες. Αυτός είναι ο λόγος που το γυαλί είναι σημαντικά πιο ακριβό από το τούβλο, παρόλο που και τα δύο προέρχονται από κοινές, άφθονες πρώτες ύλες όπως η άμμος και ο πηλός, αντίστοιχα.

Τα δομικά υλικά υπάρχουν σε πολλές ποικιλίες, όπως και τα χαρακτηριστικά τους, αλλά αυτό που είναι αμετάβλητο μεταξύ τους είναι η ανθεκτικότητα. Ανάλογα με τη χρήση για την οποία προορίζονται, πρέπει επίσης να πληρούν και άλλες απαιτήσεις, όπως σκληρότητα, μηχανική αντοχή, αντοχή στη φωτιά ή ευκολία καθαρισμού.

Κατά γενικό κανόνα, κανένα δομικό υλικό δεν καλύπτει ταυτόχρονα όλες τις απαιτούμενες ανάγκες. Η αρχιτεκτονική, η μηχανική και άλλοι κλάδοι που σχετίζονται με τις κατασκευές είναι συνδυάζουν υλικά μεταξύ τους για να ανταποκριθούν επαρκώς στις απαιτήσεις κάθε έργου.

Για να χρησιμοποιήσουν και να συνδυάσουν σωστά, οι σχεδιαστές πρέπει να γνωρίζουν τις ιδιότητές τους. Τα χαρακτηριστικά των δομικών υλικών μπορεί να



διαφέρουν από κατασκευαστή σε κατασκευαστή, αν και πρέπει πάντα να πληρούν τις ελάχιστες απαιτήσεις. Τα φύλλα προδιαγραφών για κάθε προϊόν, τα οποία προετοιμάζονται από τους κατασκευαστές, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη σε όλη τη φάση ανάπτυξης του έργου (Tunmise A.O. et al., 2020).

Οι διαφορετικές ιδιότητες των υλικών περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- Πυκνότητα: σχέση μεταξύ μάζας και όγκου.
- Υγροσκοπικότητα: ικανότητα απορρόφησης νερού.
- Συντελεστής διαστολής: διακύμανση μεγέθους ανάλογα με τη θερμοκρασία.
- Θερμική αγωγιμότητα: ευκολία με την οποία ένα υλικό επιτρέπει τη ροή της θερμότητας.
- Μηχανική αντίσταση: ικανότητα των υλικών να αντέχουν σε δυνάμεις.
- Ελαστικότητα: ικανότητα ανάκτησης του αρχικού σχήματος όταν αφαιρείται η δύναμη.
- Πλαστικότητα: η μόνιμη παραμόρφωση του υλικού υπό φορτίο ή δύναμη.
- Ακαμψία: η ικανότητα ενός υλικού να αντιστέκεται στην παραμόρφωση.

4.3 Κανονισμοί

Οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί και τα πρότυπα ISO σχετικά με τα δομικά υλικά αποτελούν κρίσιμα εργαλεία για την εξασφάλιση της ποιότητας, της ασφάλειας και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στις κατασκευές. Ο Κανονισμός Δομικών Προϊόντων (Construction Products Regulation, CPR), ρυθμίζει τις προδιαγραφές που πρέπει να πληρούν τα δομικά υλικά για να κυκλοφορούν στην αγορά της ΕΕ. Αυτός ο κανονισμός αντικατέστησε την προηγούμενη Οδηγία 89/106/ΕΟΚ και θέτει σαφείς απαιτήσεις για τη δοκιμή και την ταξινόμηση των προϊόντων, καθώς και για την τοποθέτηση της σήμανσης CE (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2021).

Σύμφωνα με τον CPR, τα δομικά υλικά πρέπει να πληρούν κριτήρια όπως η μηχανική αντοχή και σταθερότητα, η αντίσταση στη φωτιά, η υγιεινή και η περιβαλλοντική προστασία, καθώς και η ενεργειακή απόδοση. Η επισήμανση CE διασφαλίζει ότι τα προϊόντα πληρούν αυτές τις απαιτήσεις και είναι ασφαλή για χρήση σε κατασκευαστικές εφαρμογές στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2021).



Κεφάλαιο 5 Μελέτη Περίπτωσης-Εταιρία Δομικών Υλικών

5.1 Παρουσίαση εταιρίας δομικών υλικών

Η εταιρία που θα μελετηθεί ειδικεύεται εδώ και 40 χρόνια σε είδη υγιεινής και δομικά υλικά. Συνεργάζεται με τους πιο αξιόπιστους και μεγαλύτερους οίκους σε Ελλάδα και εξωτερικό, προσφέροντας υψηλής ποιότητας, ανθεκτικά προϊόντα ασυναγώνιστου σχεδιασμού, κατάλληλα για όλες τις τάσεις. Ερευνώντας τις νέες τάσεις και έχοντας ως στόχο τη συνεχή ανανέωση των προϊόντων που παρουσιάζονται στα καταστήματά της, δίνει την δυνατότητα στους πελάτες να μπορούν να μεταφράζουν τις ιδέες της εταιρίας στον δικό τους χώρο.

Η εταιρεία διαθέτει έναν μοναδικό συνδυασμό πολυεθνικής εμπειρίας με τουλάχιστον 40 χρόνια εμπειρίας στην πώληση κεραμικών ειδών. Πρόκειται για μια αποκλειστικά ελληνική επιχείρηση που απασχολεί πάνω από 100 άρτια εκπαιδευμένους εργαζόμενους. Οι κεντρικές της εγκαταστάσεις βρίσκονται στην Αθήνα, αποτελείται από μια κεντρική αποθήκη και οχτώ εκθεσιακά καταστήματα σε όλη την Ελλάδα. Εκτός από το ανθρώπινο κεφάλαιο, οι αυτοματοποιημένες εγκαταστάσεις τελευταίας τεχνολογίας είναι εξοπλισμένες με τις πιο πρόσφατες τεχνολογίες. Η εταιρία έχει εγκαταστήσει πρόγραμμα Επιχειρησιακού Σχεδιασμού Πόρων (ERP) της SAP για την ολοκληρωμένη εξυπηρέτηση των πελατών και την ορθή διαχείριση των προϊόντων της. Λειτουργεί με πλήρη παραγωγική δυναμικότητα και ως εκ τούτου επεκτείνει τις εγκαταστάσεις της κάθε χρόνο. Η ομάδα αγοραστών της επισκέπτεται όλες τις μεγάλες διεθνείς εκθέσεις σχεδιασμού, συνεργαζόμενα εργοστάσια και πιθανούς νέους πωλητές, προκειμένου να επιλέξει νέα, μοναδικά προϊόντα για τους πελάτες.

Ένα από τα μειονεκτήματα της εταιρίας, παρά την συνεχή εξέλιξή της, είναι η έλλειψη πιστοποίησης σε κάποιο σύστημα διαχείρισης ποιότητας. Παρόλο που η εταιρία διαθέτει μακροχρόνια εμπειρία και εξειδίκευση στον τομέα της και έχει επιτύχει σημαντική αναγνώριση για τα υψηλής ποιότητας προϊόντα της, η απουσία επίσημης πιστοποίησης μπορεί να αποτελεί μειονέκτημα στην επικοινωνία της με πιθανούς πελάτες ή στην αντιμετώπιση ορισμένων απαιτήσεων αγοράς.



5.2 Περιγραφή του υπό μελέτη καταστήματος

Η έρευνα που διεξήχθη, αφορά εκθεσιακό κατάστημα που εδρεύει σε επαρχιακή πόλη. Λόγω της έντονης οικοδομικής δραστηριότητας που παρουσιάζεται στην πόλη αυτή το κατάστημα αποτελείται σε ένα μεγάλο ποσοστό από τακτικούς πελάτες κατασκευαστικών εταιριών, μηχανικών, μεσιτικών γραφείων, υδραυλικών και τεχνιτών. Το κατάστημα αποτελείται από ένα μοντέρνο εκθεσιακό χώρο 300τ.μ. πλησίον του κέντρου της πόλης, διαθέτοντας χώρο στάθμευσης (parking) καθώς και αποθηκευτικό χώρο. Η διαρρύθμιση και η διακόσμηση του καταστήματος συμμορφώνεται στις προδιαγραφές που έχει ορίσει η εταιρία. Διαθέτει τεράστια γκάμα προϊόντων με αρκετούς ετοιμοπαράδοτους κωδικούς.

Το κατάστημα ιδρύθηκε το 2006 και το ανθρώπινο δυναμικό του ανέρχεται στους πέντε υπαλλήλους πλήρους απασχόλησης. Οι περισσότεροι εκ αυτών έχουν πολυετή εμπειρία στον τομέα, με κάποιους από αυτούς να απασχολούνται στο κατάστημα από την ίδρυσή του. Η ενδυμασία των εργαζομένων προσαρμόζεται στα πρότυπα και τις απαιτήσεις που καθορίζονται από την εταιρεία, προβάλλοντας μια ενιαία και επαγγελματική εικόνα στο κοινό.

Σε ότι αφορά την οργάνωση και νομιμότητα της λειτουργία τους, ο αρμόδιος εργαζόμενος διατηρεί αρχείο των οικονομικών εγγράφων του καταστήματος όπως, τιμολόγια, αποδείξεις εξόδων και πληρωμών, αρχείο πελατών το οποίο περιλαμβάνει τα προσωπικά δεδομένα των πελατών για την διαχείριση των παραγγελιών και επικοινωνίας καθώς επίσης, αρχείο ασφάλειας και υγιεινής.

Κάθε δύο μήνες διενεργείται αξιολόγηση των εργαζομένων από τον Διευθυντή Πωλήσεων της εταιρίας, προκειμένου να εξασφαλίζεται η συνεχής βελτίωση της απόδοσής τους και η ενίσχυση των επαγγελματικών τους δεξιοτήτων. Επίσης, ανά τακτά χρονικά διαστήματα συνεργαζόμενοι προμηθευτές της εταιρίας επισκέπτονται το κατάστημα, προκειμένου να ενημερώνουν τους εργαζομένους για τις νέες γκάμες πλακιδίων και ειδών υγιεινής. Κατά τη διάρκεια αυτών των επισκέψεων, οι προμηθευτές παρουσιάζουν τα πιο πρόσφατα προϊόντα τους, εξηγώντας τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες κάθε γκάμας. Αυτή η διαδικασία προσφέρει στους εργαζομένους τη δυνατότητα να ενημερωθούν για τις τελευταίες τάσεις και να παρέχουν εξειδικευμένες συμβουλές στους πελάτες, προσφέροντας τους την



καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση. Όσον αφορά την καθαριότητα του καταστήματος, η εταιρία έχει αναθέσει σε συνεργείο καθαρισμού την εβδομαδιαία διαχείριση του.

Τέλος, η εταιρία έχει συνάψει συμφωνία συνεργασίας με μεταφορική εταιρία για την αποστολή και διανομή των προϊόντων προς τους πελάτες και τον εφοδιασμό του καταστήματος όπου, ο εφοδιασμός του καταστήματος πραγματοποιείται τρεις φορές την εβδομάδα.



Κεφάλαιο 6 Μεθοδολογία Έρευνας

6.1 Σκοπός

Στόχος της έρευνας είναι η μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών χρησιμοποιώντας τη μέθοδο SERVQUAL, με σκοπό να μελετηθεί το χάσμα ανάμεσα στην πραγματική αντίληψη των εταιρικών πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών και τις προσδοκίες τους. Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας μελέτης είναι τα ακόλουθα:

1. Ποιο είναι το πραγματικό επίπεδο ποιότητας των υπηρεσιών της εταιρίας σύμφωνα με την άποψη των πελατών;
2. Σε ποιες διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών η εταιρεία επιδεικνύει υψηλή απόδοση και σε ποιες υπάρχει περιθώριο βελτίωσης;
3. Υπάρχει σημαντική διαφορά ανάμεσα στο επιθυμητό επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών από την πλευρά των πελατών του και στο πραγματικό επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών που αντιλαμβάνονται;
4. Υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις αντιλήψεις των πελατών σχετικά με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά;

6.2 Δείγμα έρευνας

Στην τρέχουσα μελέτη, ο πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από εταιρικούς πελάτες (BtoB, business to business) του εκθεσιακού καταστήματος της εταιρίας που ειδικεύεται σε πλακάκια και είδη υγιεινής. Συγκεκριμένα, στην έρευνα συμμετείχαν 165 εταιρικοί πελάτες, οι περισσότεροι από τους οποίους ήταν τακτικοί πελάτες του καταστήματος. Κυρίως, επρόκειτο για άνδρες που δραστηριοποιούνται στον κατασκευαστικό τομέα. Η επιλογή του δείγματος έγινε με τη μέθοδο της τυχαίας "βολικής" δειγματοληψίας. Αυτή η μέθοδος δειγματοληψίας προσφέρει στον ερευνητή τη δυνατότητα να προσεγγίσει ένα επαρκές δείγμα του πληθυσμού που είναι εύκολα προσβάσιμος. Στην βιβλιογραφία, η "βολική" δειγματοληψία επίσης αναφέρεται ως "ευκαιριακή", "συμπτωματική", "ευκαιρίας" ή ακόμα και "ευκολίας", λόγω της εύκολης πρόσβασης (Cohen et al., 2008).

6.3 Μέθοδος και εργαλείο συλλογής δεδομένων

Υπάρχουν δύο τύποι επιστημονικών ερευνητικών προσεγγίσεων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν: η ποιοτική και η ποσοτική. Η ποιοτική έρευνα στοχεύει στην



επίτευξη βαθύτερης κατανόησης, αντί να επικεντρώνεται στην αριθμητική αναπαράσταση ενός ζητήματος. Αντί να ποσοτικοποιεί την πραγματικότητα, επιδιώκει να κατανοήσει τη δυναμική των κοινωνικών σχέσεων (Maxwell, 2013). Αντίθετα με την ποιοτική έρευνα, η ποσοτική έρευνα μετρά δεδομένα και παράγει αποτελέσματα που αντικατοπτρίζουν τις γενικότερες τάσεις του πληθυσμού (Martin & Bridgmon, 2012). Όταν η έρευνα απαιτεί αριθμητικές μετρήσεις ή συμπεράσματα από δείγματα πληθυσμού, η ποσοτική έρευνα αποτελεί την ιδανική μέθοδο λόγω της έμφασης στην αντικειμενικότητα. Αυτού του είδους η έρευνα είναι δομημένη και χρησιμοποιεί επίσημα εργαλεία για τη συλλογή δεδομένων με αντικειμενικό και συστηματικό τρόπο. Η ποσοτική έρευνα επιλέχθηκε για αυτήν τη μελέτη επειδή παράγει αμερόληπτα αποτελέσματα, καθώς οι συμμετέχοντες που δεν είναι εξοικειωμένοι με τον ερευνητή δίνουν αυθόρμητες απαντήσεις. Οι Cohen και συνεργάτες του (2008) πρότειναν τη χρήση οικονομικά αποδοτικών ερωτηματολογίων όταν απαιτείται ανωνυμία και γρήγορη ανάλυση. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στη συγκεκριμένη μελέτη αποτελούταν από τρεις ενότητες.

Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει ερωτήσεις που αποσκοπούν στη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου στοχεύει να διερευνήσει την ικανοποίηση των πελατών.

Για την συλλογή δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η ελληνική έκδοση του Ερωτηματολογίου Ποιότητας SERVQUAL, το οποίο είχε επικυρωθεί για τις ελληνικές ρυθμίσεις υγείας από τους Christoglou, Vassiliadis & Sigalas (2006). Αποτελείται από 22 ζεύγη ερωτήσεων [προσδοκίες (E) και αντιλήψεις (P)] που συνθέτουν τις πέντε διαστάσεις ποιότητας. Οι διαστάσεις είναι οι ακόλουθες: (i) Υλικά (4 στοιχεία), (ii) Αξιοπιστία (5 στοιχεία), (iii) Απόκριση (4 στοιχεία), (iv) Ασφάλεια (4 στοιχεία), (v) Ενσυναίσθηση (5 στοιχεία). Κάθε ερώτηση αντιστοιχεί σε κλίμακα Likert με 7 βαθμούς, από 1 (Διαφωνώ απόλυτα) έως 7 (Συμφωνώ απόλυτα). Οι υψηλότερες βαθμολογίες υποδηλώνουν υψηλότερες προσδοκίες και καλύτερη αξιολόγηση των ληφθέντων υπηρεσιών.

6.4 Διαδικασία συλλογής δεδομένων

Η έρευνα διεξήχθη τον Απρίλιο του 2024 στο κατάστημα της εταιρίας, με το τελικό δείγμα να αποτελείται από 165 άτομα. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων δεν



απαιτούσε περισσότερο από 10 λεπτά από κάθε συμμετέχοντα. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν ηλεκτρονικά και οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν με οδηγίες για τη συμπλήρωσή τους από την αρχή του ερωτηματολογίου. Η ίδια διαδικασία ακολουθήθηκε για όλους τους συμμετέχοντες.

6.5 Ανάλυση δεδομένων

Τα δεδομένα αναλύθηκαν με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ενώ για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν πίνακες με συχνότητες, σχετικές συχνότητες και αθροιστικές συχνότητες. Με τον δείκτη Cronbach alpha (α), υπολογίστηκε η αξιοπιστία για το σύνολο του ερωτηματολογίου η οποία ορίστηκε ως $\alpha = 0,713$, καταδεικνύοντας ικανοποιητική αξιοπιστία και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ορίστηκε στο $p = 0,05$.



Κεφάλαιο 7 Αποτελέσματα

7.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στην έρευνα συμμετείχαν 165 συμμετέχοντες, με τους περισσότερους να είναι άνδρες, αποτελώντας το 78,8% του συνόλου, ενώ οι γυναίκες αποτελούσαν το 21,2%.

Πίνακας 1: Φύλο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Άνδρας	130	78,8	78,8	78,8
Γυναίκα	35	21,2	21,2	100,0
Σύνολο	165	100,0	100,0	

Αναφορικά με την ηλικία των συμμετεχόντων, στην έρευνα συμμετείχαν εταιρικοί πελάτες ηλικίας από 20 έως 76 ετών, με μέση ηλικία 45 έτη (μέση τιμή $\pm 10,14$ έτη)

Πίνακας 2: Ηλικία

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Ηλικία	162	20,00	76,00	45,2099	10,14212
Valid N (listwise)	162				

Όσον αφορά το επίπεδο σπουδών των συμμετεχόντων, οι περισσότεροι ήταν απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, αποτελώντας το 43,6% του συνόλου, ενώ οι απόφοιτοι υποχρεωτικής εκπαίδευσης ακολουθούσαν με ποσοστό 30,3%.

Πίνακας 3: Επίπεδο εκπαίδευσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Υποχρεωτική εκπαίδευση	50	30,3	30,3	30,3
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	72	43,6	43,6	73,9
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	28	17,0	17,0	90,9
Μεταπτυχιακό	15	9,1	9,1	100,0
Σύνολο	165	100,0	100,0	



Τέλος, όσον αφορά την εργασιακή κατάσταση, οι περισσότεροι συμμετέχοντες ήταν εργαζόμενοι, αποτελώντας το 92,7% του συνόλου.

Πίνακας 4: Εργασιακή κατάσταση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Εργαζόμενος	152	92,1	92,7	92,7
Μη εργαζόμενος	12	7,3	7,3	100,0
Σύνολο	164	99,4	100,0	
Δεν απάντησαν	1	,6		
Σύνολο	165	100,0		

7.2 Προσδοκίες πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών

Στο επόμενο μέρος της έρευνας, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τον βαθμό συμφωνίας τους με συγκεκριμένες προτάσεις που αφορούν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν ανά μια διάσταση του ερωτηματολογίου.

7.2.1 Υλικά

Αρχικά, όσον αφορά την κατηγορία των υλικών, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες έδειξαν υψηλό βαθμό συμφωνίας με όλες τις συγκεκριμένες προτάσεις που αφορούν αυτήν τη διάσταση. Ειδικότερα, σημειώθηκε μεγαλύτερη συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις: «Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό» (Μ.Τ. 6,38) και «Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται σε μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει πάντα να συντηρείται καλά» (Μ.Τ. 6,34).



Πίνακας 5: Υλικά – Προσδοκίες

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό	165	4,00	7,00	6,3879	,58003
Οι εγκαταστάσεις μιας εταιρείας δομικών υλικών (π.χ. αίθουσα αναμονής, τουαλέτες) πρέπει να είναι οπτικά ελκυστικές	164	1,00	7,00	6,0732	1,35918
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι καλά ντυμένο και να φαίνεται προσεγμένο	165	1,00	7,00	6,1455	1,06642
Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται σε μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει πάντα να συντηρείται καλά	165	3,00	7,00	6,3455	,70412
Valid N (listwise)	0				

7.2.2 Αξιοπιστία

Όσον αφορά την αξιοπιστία, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες επέδειξαν σημαντική συμφωνία με όλες τις συγκεκριμένες προτάσεις που αφορούν αυτήν τη διάσταση. Ιδιαίτερα, υψηλότερη συμφωνία παρατηρήθηκε στις ακόλουθες προτάσεις: «Μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της» (Μ.Τ. 6,46) και «Όταν το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, θα πρέπει να το κάνει» (Μ.Τ. 6,40).



Πίνακας 6: Αξιοπιστία – Προσδοκίες

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Όταν το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, θα πρέπει να το κάνει	163	4,00	7,00	6,4049	,61502
Όταν ένας πελάτης έχει πρόβλημα, το προσωπικό της εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να είναι πρόθυμο να τον βοηθήσει	165	4,00	7,00	6,4000	,63246
Μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να είναι αξιόπιστη και να παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή	165	5,00	7,00	6,3879	,59045
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να παρέχει τις υπηρεσίες της τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει	165	4,00	7,00	6,4061	,62369
Μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της	165	4,00	7,00	6,4606	,60985
Valid N (listwise)	0				

7.2.3 Αποκρισιμότητα

Όσον αφορά την αποκρισιμότητα, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε μεγάλο βαθμό με όλες τις επιμέρους προτάσεις που σχετίζονται με αυτήν τη διάσταση. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε υψηλή συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις: «Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους πελάτες» (Μ.Τ. 6,42) και «Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να ενημερώνει τον πελάτη» (Μ.Τ. 6,40).



Πίνακας 7: Αποκρισιμότητα - Προσδοκίες

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να ενημερώνει τον πελάτη	165	5,00	7,00	6,4061	,56198
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους πελάτες	165	5,00	7,00	6,4242	,59624
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει πάντα να είναι πρόθυμο να βοηθήσει τους πελάτες	165	1,00	7,00	6,3636	,70789
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει πάντα να ανταποκρίνεται στα αιτήματα των πελατών, ανεξάρτητα από το πόσο απασχολημένοι είναι	165	1,00	7,00	6,3576	,70669
Valid N (listwise)	0				

7.2.4 Ασφάλεια

Όσον αφορά την ασφάλεια, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες εκφράζουν σε αρκετά μεγάλο βαθμό συμφωνία με όλες τις επιμέρους προτάσεις που σχετίζονται με αυτήν τη διάσταση. Ειδικότερα, παρατηρήθηκε μεγαλύτερη συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις: «Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες» (Μ.Τ. 5,75) και «Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να λάβει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του» (Μ.Τ. 5,66).



Πίνακας 8: Ασφάλεια – Προσδοκίες

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες	165	1,00	7,00	5,7515	1,28976
Θα πρέπει να νιώθω ασφαλής στις σχέσεις μου με το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών	165	1,00	7,00	5,5636	1,34478
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι συνεπές και ευγενικό με τους πελάτες	165	1,00	7,00	5,5152	1,35973
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να λάβει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του	165	1,00	7,00	5,6667	1,34497
Valid N (listwise)	0				

7.2.5 Ενσυναίσθηση

Τέλος, όσον αφορά την ενσυναίσθηση, φαίνεται ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε πολύ μεγάλο βαθμό με όλες τις επιμέρους προτάσεις που σχετίζονται με αυτήν τη διάσταση. Ειδικότερα, παρατηρήθηκε υψηλή συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις «Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών» (Μ.Τ. 6,44) και «Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί και να έχει γνώση των αναγκών των πελατών» (Μ.Τ. 6,41).



Πίνακας 9: Ενσυναίσθηση - Προσδοκίες

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε πελάτη	165	4,00	7,00	6,3697	,61708
Οι ώρες λειτουργίας μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι βολικές για όλους τους πελάτες	165	4,00	7,00	6,3758	,64724
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί και να έχει γνώση των αναγκών των πελατών	165	5,00	7,00	6,4182	,56388
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να έχει υπόψη της τα συμφέροντα των πελατών της	165	4,00	7,00	6,3818	,57882
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών	165	4,00	7,00	6,4424	,57754
Valid N (listwise)	0				

7.3 Προσδοκίες πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών

Το επόμενο μέρος της έρευνας ζήτησε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το βαθμό συμφωνίας τους με κάποιες δηλώσεις που αφορούν την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται από τη συγκεκριμένη εταιρία. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν ανά μια διάσταση του ερωτηματολογίου.

7.3.1 Υλικά

Αρχικά, όσον αφορά τα υλικά, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό με όλες τις προτάσεις που σχετίζονται με αυτήν τη διάσταση. Συγκεκριμένα, επισημαίνεται ότι υπήρξε ακόμα μεγαλύτερη συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις: «Η εταιρεία διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό» (Μ.Τ. 6,38) και «Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται συντηρείται καλά» (Μ.Τ. 6,34).



Πίνακας 10: Υλικά -Αντιλήψεις

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Η εταιρεία διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό	165	4,00	7,00	6,3879	,58003
Οι εγκαταστάσεις (π.χ. αίθουσα αναμονής, τουαλέτες) είναι οπτικά ελκυστικές	164	1,00	7,00	6,0732	1,35918
Το προσωπικό είναι καλά ντυμένο και φαίνεται προσεγμένο	165	1,00	7,00	6,1455	1,06642
Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται συντηρείται καλά	165	3,00	7,00	6,3455	,70412
Valid N (listwise)	0				

7.3.2 Αξιοπιστία

Όσον αφορά την αξιοπιστία φαίνεται ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε σημαντικό βαθμό με όλες τις επιμέρους προτάσεις που σχετίζονται με την διάσταση αυτή. Ειδικότερα μεγαλύτερη συμφωνία σημειώθηκε στις εξής προτάσεις: «Η εταιρεία είναι αξιόπιστη και παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή» (Μ.Τ. 5,93) και «Η εταιρεία παρέχει τις υπηρεσίες της τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει» (Μ.Τ. 5,89).

Πίνακας 11: Αξιοπιστία – Αντιλήψεις

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Όταν το προσωπικό υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, το κάνει	164	1,00	7,00	5,7683	1,26587
Όταν ένας πελάτης έχει πρόβλημα, το προσωπικό είναι πρόθυμο να τον βοηθήσει	165	1,00	7,00	5,8727	1,14851
Η εταιρεία είναι αξιόπιστη και παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή	163	1,00	7,00	5,9325	1,08939



Η εταιρεία παρέχει τις υπηρεσίες της τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει	165	1,00	7,00	5,8909	1,18948
Η εταιρεία δομικών υλικών τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της	165	1,00	7,00	5,8909	1,20476
Valid N (listwise)	0				

7.3.3 Αποκρισιμότητα

Όσον αφορά την αποκρισιμότητα, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε σημαντικό βαθμό με όλες τις επιμέρους προτάσεις που σχετίζονται με αυτήν τη διάσταση. Ειδικότερα, υπήρξε ακόμα μεγαλύτερη συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις: «Το προσωπικό είναι πάντα πρόθυμο να βοηθήσει τους πελάτες» (Μ.Τ. 5,92) και «Το προσωπικό ενημερώνει τον πελάτη» (Μ.Τ. 5,91).

Πίνακας 12: Αποκρισιμότητα – Αντιλήψεις

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Το προσωπικό ενημερώνει τον πελάτη	163	1,00	7,00	5,9141	1,15148
Το προσωπικό παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους πελάτες	165	1,00	7,00	5,9030	1,15940
Το προσωπικό είναι πάντα πρόθυμο να βοηθήσει τους πελάτες	165	1,00	7,00	5,9273	1,15592
Το προσωπικό πάντα ανταποκρίνεται στα αιτήματα των πελατών, ανεξάρτητα από το πόσο απασχολημένοι είναι	165	1,00	7,00	5,8667	1,27132
Valid N (listwise)	0				

7.3.4 Ασφάλεια

Όσον αφορά την ασφάλεια παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε σημαντικό βαθμό με όλες τις επιμέρους προτάσεις που σχετίζονται με την διάσταση αυτή. Ειδικότερα σημειώθηκε μεγαλύτερη συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις: «Η



συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες» (Μ.Τ. 5,94) και «Νιώθω ασφαλής στις σχέσεις μου με το προσωπικό» (Μ.Τ. 5,91).

Πίνακας 13: Ασφάλεια – Αντιλήψεις

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες	165	1,00	7,00	5,9455	1,13296
Νιώθω ασφαλής στις σχέσεις μου με το προσωπικό	165	1,00	7,00	5,9333	1,20027
Το προσωπικό είναι συνεπές και ευγενικό με τους πελάτες	165	1,00	7,00	5,9030	1,21085
Το προσωπικό λαμβάνει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του	165	1,00	7,00	5,9212	1,15287
Valid N (listwise)	0				

7.3.5 Ενσυναίσθηση

Τέλος, όσον αφορά την ενσυναίσθηση παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε σημαντικό βαθμό με όλες τις επιμέρους προτάσεις που σχετίζονται με την διάσταση αυτή. Ειδικότερα, υπήρξε ακόμα μεγαλύτερη συμφωνία στις ακόλουθες προτάσεις: «Το προσωπικό κατανοεί και έχει γνώση των αναγκών των πελατών» (Μ.Τ. 5,93) και «Το προσωπικό δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε πελάτη» (Μ.Τ. 5,91).

Πίνακας 14: Ενσυναίσθηση – Αντιλήψεις

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Το προσωπικό δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε πελάτη	165	1,00	7,00	5,9152	1,18118
Οι ώρες λειτουργίας της εταιρείας είναι βολικές για όλους τους πελάτες	165	1,00	7,00	5,9030	1,14351
Το προσωπικό κατανοεί και έχει γνώση των αναγκών των πελατών	165	1,00	7,00	5,9394	1,12995
Η εταιρεία έχει υπόψη της τα συμφέροντα των πελατών της	165	1,00	7,00	5,8788	1,17799



Το προσωπικό κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών	165	1,00	7,00	5,9091	1,16252
Valid N (listwise)	0				

7.3.4 Επαγωγική ανάλυση

Στη συνέχεια της έρευνας οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν τις παραπάνω διαστάσεις ποιότητας βαθμολογώντας τις από 0 έως 100, με βάση την αντίληψη τους για τη σημασία της κάθε διάστασης.

Αναφορικά με τη σημαντικότητα της διάστασης των υλικών προκύπτει μέση τιμή βαθμολογίας 21,1 ($\pm 5,09$).

Πίνακας 15: Σημαντικότητα διάστασης Υλικά

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Υλικά	164	5,00	40,00	21,1585	5,09413
Valid N (listwise)	164				

Αναφορικά με τη σημαντικότητα της διάστασης της αξιοπιστίας προκύπτει μέση τιμή βαθμολογίας 22,06 ($\pm 4,78$).

Πίνακας 16: Σημαντικότητα διάστασης Αξιοπιστία

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Αξιοπιστία	165	10,00	35,00	22,0606	4,78144
Valid N (listwise)	164				



Αναφορικά με τη σημαντικότητα της διάστασης της ανταποκρισιμότητας προκύπτει μέση τιμή βαθμολογίας 17,9 ($\pm 4,78$).

Πίνακας 17: Σημαντικότητα διάστασης Ανταποκρισιμότητα

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Αποκρισιμότητα	165	5,00	30,00	17,9394	4,78144
Valid N (listwise)	164				

Αναφορικά με τη σημαντικότητα της διάστασης της ασφάλειας προκύπτει μέση τιμή βαθμολογίας 22,2 ($\pm 5,85$).

Πίνακας 18: Σημαντικότητα διάστασης Ασφάλεια

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Ασφάλεια	165	5,00	40,00	22,2121	5,85265
Valid N (listwise)	164				

Τέλος, αναφορικά με τη σημαντικότητα της διάστασης της ενσυναίσθησης προκύπτει μέση τιμή βαθμολογίας 16,75 ($\pm 6,09$).

Πίνακας 19: Σημαντικότητα διάστασης Ενσυναίσθηση

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Ενσυναίσθηση	165	5,00	40,00	16,7576	6,09393
Valid N (listwise)	164				

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι διαφορές μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών. Πιο συγκεκριμένα, ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τις μέσες τιμές των επιμέρους προτάσεων τόσο των προσδοκιών των πελατών όσο και των αντιλήψεών τους, καθώς και τη διαφορά που προκύπτει μεταξύ των δύο. Όπως φαίνεται, σε όλες τις απόψεις παρατηρείται αρνητική διαφορά μεταξύ προσδοκιών και αντιλήψεων.



Πίνακας 20: Διαφορά μέσης τιμής των Προσδοκιών και των Αντιλήψεων

	Μέση τιμή Προσδοκίες	Μέση τιμή Αντιλήψεις	Διαφορά
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό	6,3879	5,7515	-0,6364
Οι εγκαταστάσεις μιας εταιρείας δομικών υλικών (π.χ. αίθουσα αναμονής, τουαλέτες) πρέπει να είναι οπτικά ελκυστικές	6,0732	5,5636	-0,5096
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι καλά ντυμένο και να φαίνεται προσεγμένο	6,1455	5,5152	-0,6303
Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται σε μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει πάντα να συντηρείται καλά	6,3455	5,6667	-0,6788
Όταν το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, θα πρέπει να το κάνει	6,4049	5,7683	-0,6366
Όταν ένας πελάτης έχει πρόβλημα, το προσωπικό της εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να είναι πρόθυμο να τον βοηθήσει	6,4000	5,8727	-0,5273
Μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να είναι αξιόπιστη και να παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή	6,3879	5,9325	-0,4554
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να παρέχει τις υπηρεσίες της τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει	6,4061	5,8909	-0,5152
Μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της	6,4606	5,8909	-0,5697
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να ενημερώνει τον πελάτη	6,4061	5,9141	-0,492
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους πελάτες	6,4242	5,9030	-0,5212
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει πάντα να είναι πρόθυμο να βοηθήσει τους πελάτες	6,3636	5,9273	-0,4363



Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει πάντα να ανταποκρίνεται στα αιτήματα των πελατών, ανεξάρτητα από το πόσο απασχολημένοι είναι	6,3576	5,8667	-0,4909
Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες	6,3758	5,9455	-0,4303
Θα πρέπει να νιώθω ασφαλής στις σχέσεις μου με το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών	6,3333	5,9333	-0,4
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι συνεπές και ευγενικό με τους πελάτες	6,4000	5,9030	-0,497
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να λάβει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του	6,3818	5,9212	-0,4606
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε πελάτη	6,3697	5,9152	-0,4545
Οι ώρες λειτουργίας μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι βολικές για όλους τους πελάτες	6,3758	5,9030	-0,4728
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί και να έχει γνώση των αναγκών των πελατών	6,4182	5,9394	-0,4788
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να έχει υπόψη της τα συμφέροντα των πελατών της	6,3818	5,8788	-0,503
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών	6,4424	5,9091	-0,5333
Valid N (listwise)			

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι διαφορές μεταξύ των επιμέρους διαστάσεων των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών. Συγκεκριμένα, ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τις μέσες τιμές των επιμέρους διαστάσεων τόσο των προσδοκιών των πελατών όσο και των αντιλήψεών τους, καθώς επίσης και τις



αντίστοιχες διαφορές μεταξύ τους. Σε όλες τις διαστάσεις παρατηρείται αρνητική διαφορά μεταξύ προσδοκιών και αντιλήψεων, με την μεγαλύτερη αρνητική διαφορά να εμφανίζεται στη διάσταση της αξιοπιστίας (- 2,69), και τη μικρότερη στη διάσταση της ασφάλειας (- 1,78).

Πίνακας 21: Διαφορά μέσης τιμής διαστάσεων των Προσδοκιών και των Αντιλήψεων

	Μέση τιμή Προσδοκίες	Μέση τιμή Αντιλήψεις	Διαφορά
Υλικά	24,9512	22,4970	-2,4542
Αξιοπιστία	32,0307	29,3333	-2,6974
Αποκρισιμότητα	25,5515	23,6258	-1,9257
Ασφάλεια	25,4909	23,7030	-1,7879
Ενσυναίσθηση	31,9879	29,5455	-2,4424
Valid N (listwise)			

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος για να αξιολογηθεί εάν οι προσδοκίες και αντιλήψεις των πελατών διαφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό. Από τον έλεγχο t-test που διενεργήθηκε, διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά σε όλες τις διαστάσεις ($p < 0,01$).

Πίνακας 22: Στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ διαστάσεων των Προσδοκιών και των Αντιλήψεων

		Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Sig. (2- tailed)
Pair 1	Υλικά Προσδοκίες	24,9512	2,92609	,000
	Υλικά Αντιλήψεις	22,4634	4,95921	
Pair 2	Αξιοπιστία Προσδοκίες	32,0625	2,63906	,000
	Αξιοπιστία Αντιλήψεις	29,2625	5,53262	
Pair 3	Αποκρισιμότητα Προσδοκίες	25,5644	2,08178	,000
	Αποκρισιμότητα Αντιλήψεις	23,6258	4,35902	
Pair 4	Ασφάλεια Προσδοκίες	25,4909	1,94942	,000
	Ασφάλεια Αντιλήψεις	23,7030	4,49013	
Pair 5	Ενσυναίσθηση Προσδοκίες	31,9879	2,39661	,000
	Ενσυναίσθηση Αντιλήψεις	29,5455	5,32534	



Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος για να διερευνηθεί εάν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών ανάλογα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά. Αρχικά, από ανάλυση t-test που διενεργήθηκε με βάση το φύλο, δεν παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά ούτε στις προσδοκίες ούτε στις αντιλήψεις. Το εύρημα αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό δεδομένου ότι η αναλογία ανδρών/γυναικών ήταν 80/20 με τους άνδρες να υπερτερούν. Ωστόσο, όπως προκύπτει δεν φαίνεται οι απόψεις με βάση το φύλο να παρουσιάζουν κάποια απόκλιση.

Πίνακας 23: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με το φύλο

	Φύλο	N	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Sig. (2-tailed)
Προσδοκίες	Άνδρας	128	139,2500	9,58427	0,77
	Γυναίκα	34	142,4706	8,53242	
Αντιλήψεις	Άνδρας	126	130,2302	21,65517	0,64
	Γυναίκα	34	122,0588	26,06279	

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος για να εξεταστεί εάν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών με βάση την ηλικία τους. Από τον έλεγχο Pearson που πραγματοποιήθηκε, διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μόνο με τις αντιλήψεις. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε αρνητική συσχέτιση μεταξύ ηλικίας και αντιλήψεων ($r = -0,286$, $p < 0,01$), γεγονός που σημαίνει ότι όσο αυξάνεται η ηλικία μειώνονται οι αντιλήψεις των πελατών από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Πίνακας 24: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με την ηλικία

		Ηλικία	Προσδοκίες	Αντιλήψεις
Ηλικία	Pearson Correlation	1	-,014	-,286**
	Sig. (2-tailed)		,861	,000
	N	162	159	157
Προσδοκίες	Pearson Correlation	-,014	1	-,011
	Sig. (2-tailed)	,861		,892
	N	159	162	157
Αντιλήψεις	Pearson Correlation	-,286**	-,011	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,892	
	N	157	157	160

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος για την ανίχνευση στατιστικά σημαντικών διαφορών μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών, λαμβάνοντας υπόψη το επίπεδο εκπαίδευσής τους. Από τον έλεγχο Chi-square που διενεργήθηκε, παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μόνο στις προσδοκίες των πελατών.

Πίνακας 25: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με το επίπεδο εκπαίδευσης

	Value	Df	Asymp. Sig. (2 - sided)
Προσδοκίες	113,497 ^a	105	,269
Αντιλήψεις	199,830 ^a	168	,047

^{**}. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Τέλος, πραγματοποιήθηκε έλεγχος για να εξακριβωθεί εάν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών με βάση την εργασιακή τους κατάσταση. Από έλεγχο t - test που έγινε εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μόνο με τις αντιλήψεις, γεγονός που δείχνει ότι οι διαφέρουν οι απόψεις σχετικά με τις αντιλήψεις μεταξύ εργαζομένων και μη εργαζομένων με τους μη εργαζόμενους να εμφανίζουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από ότι οι εργαζόμενοι.

Πίνακας 26: Συσχέτιση προσδοκιών και αντιλήψεων με την εργασιακή κατάσταση

	Εργασιακή κατάσταση	N	Mean	Std. Deviation	Sig. (2-tailed)
Προσδοκίες	Εργαζόμενος	149	139,8389	9,24082	0,621
	Μη εργαζόμενος	12	141,2500	12,35185	
Αντιλήψεις	Εργαζόμενος	148	129,9932	20,94063	0,002
	Μη εργαζόμενος	11	108,0000	36,60055	

Λαμβάνοντας υπόψη την καταλληλότητα της κλίμακας SERVQUAL και των διαστάσεων της για την περαιτέρω εξέταση της ποιότητας των υπηρεσιών, είναι απαραίτητο να εξεταστεί η εγκυρότητα της δομής της κλίμακας που χρησιμοποιείται. Αυτό σημαίνει ότι οι βαθμολογίες που λαμβάνονται από την κλίμακα θα πρέπει να αναλύονται παραγοντικά για να διερευνηθεί η διάσταση της κλίμακας. Στην ιδανική περίπτωση, μια παραγοντική ανάλυση της κλίμακας που χρησιμοποιήθηκε θα πρέπει να αποκαλύψει πέντε διαστάσεις ποιότητας με τα στοιχεία που τους είχαν αρχικά



ανατεθεί. Στην παρούσα μελέτη, οι βαθμολογίες προσδοκίων της κλίμακας SERVQUAL αναλύονται παραγοντικά με βάση τα κύρια στοιχεία. Η ανάλυση των κύριων συστατικών αποκάλυψε δύο παράγοντες. Οι δύο συνιστώσες που εξήχθησαν εξηγούν συνολικά το 82,03 τοις εκατό της διακύμανσης που υπερβαίνει το όριο του 60 τοις εκατό που χρησιμοποιείται συνήθως στις κοινωνικές επιστήμες (Hair et al. , 1995). Η πρώτη συνιστώσα μετά την εναλλαγή varimax εξηγεί το 46,29 τοις εκατό της συνολικής διακύμανσης και περιλαμβάνει κυρίως χαρακτηριστικά και στοιχεία που αναφέρονται στις διαστάσεις της αξιοπιστίας, της αποκρισιμότητας, της ασφάλειας και της ενσυναίσθησης και καθόλου στοιχεία από τη διάσταση των υλικών. Αυτό το στοιχείο περιέχει 14 δηλώσεις ποιότητας. Θεωρείται ότι αποτελείται από βασικές διαστάσεις που σχετίζονται με την αξιοπιστία, την ανταπόκριση, την ασφάλεια και την ενσυναίσθηση των υπηρεσιών που παρέχονται. Η δεύτερη συνιστώσα μετά την εναλλαγή varimax εξηγεί το 35,73 τοις εκατό της συνολικής διακύμανσης και περιλαμβάνει κυρίως χαρακτηριστικά και στοιχεία που αναφέρονται στη διάσταση των υλικών και καθόλου από τις διαστάσεις της ασφάλειας και της ενσυναίσθησης. Αυτό το στοιχείο περιέχει 8 δηλώσεις ποιότητας. Επομένως, σε αυτή τη μελέτη η 5-διάστατη δομή που προτείνεται από τους Parasuraman et al. (1988) για την κλίμακα SERVQUAL δεν μπορεί να επιβεβαιωθεί. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η ποιότητα των υπηρεσιών για το δείγμα της παρούσας έρευνας καθορίζεται από δύο παράγοντες.

Ο αριθμός των δύο παραγόντων είναι κάτι που δεν συναντάται στην υπάρχουσα βιβλιογραφία δεδομένου ότι προγενέστερες έρευνες έχουν αναδείξει άνω των 2 παράγοντες. Για παράδειγμα, οι Brady και Cronin (2001) παρουσίασαν ένα μοντέλο τριών παραγόντων που περιγράφει την ποιότητα της υπηρεσίας, τις συνθήκες περιβάλλοντος, το σχεδιασμό των εγκαταστάσεων και τους κοινωνικούς παράγοντες. Οι Saravanan & Rao, (2007, σ.440), περιέγραψαν έξι κρίσιμους παράγοντες από τους οποίους μετράται η ποιότητα των υπηρεσιών που αντιλαμβάνονται οι πελάτες μετά από εκτενή ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και περιλαμβάνουν (1) Ανθρώπινες πτυχές της παροχής υπηρεσιών (αξιοπιστία, ανταπόκριση, σιγουριά, ενσυναίσθηση) (2) Βασική υπηρεσία (περιεχόμενο, χαρακτηριστικά) (3) Κοινωνική ευθύνη (βελτίωση της εταιρικής εικόνας) (4) Συστηματοποίηση της παροχής υπηρεσιών (διαδικασίες, διαδικασίες, συστήματα και τεχνολογία) (5) Υλικά της υπηρεσίας (εξοπλισμός, μηχανήματα, σήμανση, εμφάνιση εργαζομένων) (6) Μάρκετινγκ



υπηρεσιών. Το μοντέλο SERVQUAL-P των Mittal και Lassar μειώνει τις αρχικές πέντε διαστάσεις σε τέσσερις. Αξιοπιστία, ανταπόκριση, εξατομίκευση και υλικά. Τέλος, οι Kontogeorgos et al. (2014) καταλήγουν επίσης σε άνω των δύο παράγοντες και συγκεκριμένα στους εξής τρεις: Προσαρμοσμένη εξυπηρέτηση, Συνθήκες εξυπηρέτησης και Υλικά.

Πίνακας 27: Παραγοντική ανάλυση

	Παράγοντες	
	1	2
Η εταιρεία διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό		,833
Οι εγκαταστάσεις (π.χ. αίθουσα αναμονής, τουαλέτες) είναι οπτικά ελκυστικές		,833
Το προσωπικό είναι καλά ντυμένο και φαίνεται προσεγμένο		,900
Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται συντηρείται καλά		,879
Όταν το προσωπικό υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, το κάνει		,644
Όταν ένας πελάτης έχει πρόβλημα, το προσωπικό είναι πρόθυμο να τον βοηθήσει		,724
Η εταιρεία είναι αξιόπιστη και παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή	,502	
Η εταιρεία παρέχει τις υπηρεσίες της τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει	,721	
Η εταιρεία δομικών υλικών τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της	,726	
Το προσωπικό ενημερώνει τον πελάτη	,743	
Το προσωπικό παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους πελάτες	,782	
Το προσωπικό είναι πάντα πρόθυμο να βοηθήσει τους πελάτες	,734	
Το προσωπικό πάντα ανταποκρίνεται στα αιτήματα των πελατών, ανεξάρτητα από το πόσο απασχολημένοι είναι		,656
Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες	,663	
Νιώθω ασφαλής στις σχέσεις μου με το προσωπικό	,783	
Το προσωπικό είναι συνεπές και ευγενικό με τους πελάτες	,795	
Το προσωπικό λαμβάνει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του	,815	
Το προσωπικό δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε πελάτη	,813	
Οι ώρες λειτουργίας της εταιρείας είναι βολικές για όλους τους πελάτες	,777	
Το προσωπικό κατανοεί και έχει γνώση των αναγκών των πελατών	,869	
Η εταιρεία έχει υπόψη της τα συμφέροντα των πελατών της	,867	



Το προσωπικό κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών	,881	
---	------	--



Κεφάλαιο 8 Συμπεράσματα

8.1 Συμπεράσματα

Στόχος της έρευνας είναι η μέτρηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών με μελέτη περίπτωσης εκθεσιακό κατάστημα εταιρίας που ειδικεύεται σε πλακάκια και είδη υγιεινής χρησιμοποιώντας τη μέθοδο SERVQUAL. Σκοπός της έρευνας είναι να μελετηθεί το χάσμα ανάμεσα στην πραγματική αντίληψη των εταιρικών πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών και τις προσδοκίες τους.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται ότι οι συμμετέχοντες να υποστηρίζουν περισσότερο ότι μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό και ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται σε μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει πάντα να συντηρείται καλά. Επίσης, μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της, ενώ όταν το προσωπικό υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, θα πρέπει να το κάνει. Ακόμα, το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους καταναλωτές και να ενημερώνει τον καταναλωτή. Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη στους καταναλωτές και το προσωπικό θα πρέπει να λάβει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του. Τέλος, θα πρέπει να κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των καταναλωτών και να έχει γνώση των αναγκών των καταναλωτών.

Έπειτα, όσον αφορά τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τη συγκεκριμένη εταιρεία που δραστηριοποιείται με πλακάκια και είδη υγιεινής προκύπτει ότι η εταιρεία διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό και ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται συντηρείται καλά. Επίσης, η εταιρεία είναι αξιόπιστη και παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή, αλλά και τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει. Το προσωπικό είναι πάντα πρόθυμο να βοηθήσει τους καταναλωτές, ενημερώνει τον καταναλωτή, συμπεριφορά και η στάση του εμπνέει εμπιστοσύνη στους καταναλωτές, κατανοεί και έχει γνώση των αναγκών των καταναλωτών και δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε καταναλωτή.

Σε ό,τι αφορά τη σημαντικότητα των επιμέρους διαστάσεων της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται, η ασφάλεια θεωρείται η πιο κρίσιμη διάσταση, ακολουθούμενη από την αξιοπιστία, τα υλικά, την αποκρισιμότητα και την ενσυναίσθηση. Ως προς τις διαφορές μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεων



των καταναλωτών, σε όλες τις απόψεις παρατηρείται αρνητική διαφορά μεταξύ προσδοκιών και αντιλήψεων. Μεγαλύτερη αρνητική διαφορά παρατηρείται στη διάσταση της αξιοπιστίας, ενώ μικρότερη αρνητική διαφορά παρατηρείται στη διάσταση της ασφάλειας.

Από σχετικό έλεγχο που έγινε διαπιστώθηκε ότι οι προσδοκίες και αντιλήψεις των καταναλωτών διαφέρουν σε στατιστικά σημαντικό βαθμό. Από τις συσχετίσεις που έγιναν με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά δεν εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική διαφορά με το φύλο ούτε με τις προσδοκίες ούτε και με τις αντιλήψεις. Αντίθετα, εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική διαφορά της ηλικίας με τις αντιλήψεις. Πιο συγκεκριμένα, βρέθηκε ότι η ηλικία σχετίζεται αρνητικά με τις αντιλήψεις, γεγονός που σημαίνει ότι όσο αυξάνεται η ηλικία μειώνονται οι αντιλήψεις των καταναλωτών από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Το επίπεδο εκπαίδευσης βρέθηκε να σχετίζεται μόνο με τις προσδοκίες ενώ σχετικά με την εργασιακή κατάσταση εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μόνο με τις αντιλήψεις, γεγονός που δείχνει ότι οι διαφέρουν οι απόψεις σχετικά με τις αντιλήψεις μεταξύ εργαζομένων και μη εργαζομένων με τους μη εργαζόμενους να εμφανίζουν μεγαλύτερη ικανοποίηση από ότι οι εργαζόμενοι.

8.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Λαμβάνοντας υπόψη τη δυσκολία να συμμετάσχουν στην έρευνα οι πελάτες, προτείνεται η χρήση της παρούσας έρευνας ως πιλοτικής για τη διεξαγωγή πιο εκτεταμένης μελέτης σε εταιρίες που ειδικεύονται στο τομέα των δομικών υλικών.



Βιβλιογραφία

- Abdel Wahab, M. (2008). *Dynamics and vibration: An introduction*.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Anttila, J., & Jussila, K. (2017). Understanding quality - conceptualization of the fundamental concepts of quality. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(3/4), 251–268.
- Antony, J., McDermott, O., & Sony, M. (2021). Revisiting Ishikawa's original seven basic tools of quality control: A global study and some new insights. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 1-16.
<https://doi.org/10.1109/TEM.2021.3095245>
- Ballor, G. (2022). CE Marking, business, and European market integration. *Business History Review*, 96(1), 77-108.
- Bergquist, B., Garvare, R., & Klefsjö, B. (2006). Quality management and organizational excellence: Oxymorons, empty boxes or significant contributions to management thought and practice. *Standards Australia International Ltd*, 253–286.
- Calik, E., Calisir, F., & Baskak, M. (2017). A scale development for innovation capability measurement. *Journal of Advanced Management Science*, 5, 69-76.
- Christoglou, K., Tsigilis, N., Papadopoulos, T., & Kounenou, K. (2006). Using SERVQUAL and Kano research techniques in a patient service quality survey. *World Hospitals and Health Services: The Official Journal of the International Hospital Federation*, 42(3), 21-26.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Dale, B. G., Van Der Wiele, A., & Iwaarden, J. V. (2007). *Managing quality*. John Wiley & Sons.



- Deepa, P. (2014). Evolution of quality: A study of quality from primitive period to latest development in India. *Journal of Management Awareness*, 17(2), 21–32.
- Fields, P., Hague, D., Koby, G. S., Lommel, A., & Melby, A. (2014). What is quality? A management discipline and the translation industry get acquainted. *Revista Tradumàtica: Tecnologies De La Traducció*, (December 2014), 404–412.
- Forbes, L. H., & Ahmed, S. M. (2011). *Modern construction: Lean project delivery and integrated practices*. Taylor and Francis Group.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Hinsch, M. (2015). *Die neue ISO 9001:2015 – Ein Praxis-Ratgeber für die Normenumstellung*. Springer Vieweg.
- Hoyle, D. (2017). *ISO 9000 quality systems handbook-updated for the ISO 9001:2015 standard*. Routledge.
- ISO. (2015). *ISO 9001:2015*. ISO.
- Juran, M., & Godfrey, A. (1998). *Juran's quality handbook* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Kakouris, A. P., & Sfakianaki, E. (2018). Impacts of ISO 9000 on Greek SMEs business performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 35(10), 2248-2271. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-10-2017-0204>
- Kartha, C. P. (2004). A comparison of ISO 9000:2000 quality system standards, QS9000, ISO/TS 16949 and Baldrige criteria. *The TQM Magazine*, 16(5), 3-10.
- Koc, T., & Ceylan, C. (2007). Factors impacting the innovative capacity in large scale companies. *Technovation*, 27, 105-114.
- Martin, J., Elg, M., & Gremyr, I. (2020). The many meanings of quality: Towards a definition in support of sustainable operations. *Total Quality Management & Business Excellence*, 1-14.
- Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative research design: An interactive approach*. SAGE Publications.



- Martin, W. E., & Bridgmon, K. (2012). *Quantitative and statistical research methods: From hypothesis to results*. Jossey-Bass.
- Montgomery, D. C. (2009). *Introduction to statistical quality control* (6th ed.). Wiley.
- Murmura, F., Bravi, L., & Melon, M. (2017). Evaluating companies' commitment to corporate social responsibility: Perceptions of the SA 8000 standard. *Journal of Cleaner Production*, 164, 1406-1418.
- Neyestani, B. (2017). Principles and contributions of total quality management (TQM) gurus on business quality improvement. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.345428>
- Neyestani, B., & Juanzon, J. B. P. (2016). Developing an appropriate performance measurement framework for total quality management (TQM) in construction and other industries. *IRA-International Journal of Technology & Engineering*, 5(2), 32–44.
- Neyestani, B., & Juanzon, J. B. P. (2016). Identification of a set of appropriate critical success factors (CSFs) for successful TQM implementation in construction and other industries. *International Journal of Advanced Research*, 4(11), 1581–1591.
- Oakland, J. S., & Marosszeky, M. (2017). *Total quality in the construction supply chain*. Routledge.
- Oakland, J. S. (2003). *Total quality management: Text with cases* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Omachonu, V. K., & Ross, J. E. (2004). *Principles of total quality* (3rd ed.). Taylor & Francis.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.



- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201-230.
- Palese, B., & Usai, A. (2018). The relative importance of service quality dimensions in e-commerce experiences. *International Journal of Information Management*, 40, 132–140.
- Psomas, E., & Pantouvakis, A. (2015). ISO 9001 overall performance dimensions: An exploratory study. *The TQM Journal*, 27, 519-531.
- Psomas, E., & Fotopoulos, C. (2009). A meta analysis of ISO 9001:2000 research—findings and future research proposals. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26(7), 656-674.
- Sampaio, P., Saraiva, P., & Rodrigues, A. G. (2009). ISO 9001 certification research: Questions, answers and approaches. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26(1), 38-58.
- Slack, N., & Roden, S. (2015). Internal customer–supplier relationships. In *Wiley Encyclopedia of Management*.
- Swamidass, P. M. (2000). DEMING CYCLE (PDCA). In *Encyclopedia of Production and Manufacturing Management* (pp. 1-8). Springer.
https://doi.org/10.1007/1-4020-0612-8_229
- Sokovic, M., Pavletic, D., & Pipan, K. K. (2010). Quality improvement methodologies – PDCA cycle, RADAR matrix, DMAIC and DFSS. *Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering*, 43(1), 476–483.
- Tarí, J. J., Molina-Azorín, J. F., & Heras, I. (2012). Benefits of the ISO 9001 and ISO 14001 standards: A literature review. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 5(2), 297-322.
- Tunmise Ayode Otitoju, P. U., Okoye, G. C., Li, Y., Okoye, M. O., & Li, S. (2020). Advanced ceramic components: Materials, fabrication, and applications. *Journal of Industrial and Engineering Chemistry*, 85, 34-65.
<https://doi.org/10.1016/j.jiec.2020.02.002>



- Wang, Y. L., Luor, T., Luarn, P., & Lu, H. S. (2015). Contribution and trend to quality research—a literature review of SERVQUAL model from 1998 to 2013. *Informatica Economica*, 19(1), 34–45.
- Wolniak, R. (2019). The level of maturity of quality management systems in Poland—Results of empirical research. *Sustainability*, 11(15), 4239. <https://doi.org/10.3390/su11154239>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2021). Κανονισμός Δομικών Προϊόντων (CPR) - Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 305/2011.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2021). Οδηγίες και Κανονισμοί για τη σήμανση CE.



Παράρτημα

Αξιολόγηση των πρακτικών διαχείρισης της ποιότητας σε εταιρεία δομικών υλικών: μελέτη περίπτωσης

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

A. Δημογραφικά χαρακτηριστικά

1. Φύλο:

- ☐ Άνδρας
- ☐ Γυναίκα

2. Ηλικία: _____

3. Επίπεδο εκπαίδευσης:

- ☐ Υποχρεωτική εκπαίδευση
- ☐ Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- ☐ Τριτοβάθμια εκπαίδευση
- ☐ Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

4. Εργασιακή κατάσταση:

- ☐ Εργαζόμενος
- ☐ Μη εργαζόμενος



B. Προσδοκίες

Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις;

1= Διαφωνώ απόλυτα

2= Διαφωνώ

3=Μάλλον διαφωνώ

4=Ουδέτερος/η

5= Μάλλον συμφωνώ

6=Συμφωνώ

7=Συμφωνώ απόλυτα

Υλικά							
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό	1	2	3	4	5	6	7
Οι εγκαταστάσεις μιας εταιρείας δομικών υλικών (π.χ. αίθουσα αναμονής, τουαλέτες) πρέπει να είναι οπτικά ελκυστικές	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι καλά ντυμένο και να φαίνεται προσεγμένο	1	2	3	4	5	6	7
Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται σε μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει πάντα να συντηρείται καλά	1	2	3	4	5	6	7
Αξιοπιστία							
Όταν το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, θα πρέπει να το κάνει	1	2	3	4	5	6	7
Όταν ένας πελάτης έχει πρόβλημα, το προσωπικό της εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να είναι πρόθυμο να τον βοηθήσει	1	2	3	4	5	6	7



Μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να είναι αξιόπιστη και να παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή	1 2 3 4 5 6 7
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να παρέχει τις υπηρεσίες της τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει	1 2 3 4 5 6 7
Μια εταιρεία δομικών υλικών πρέπει να τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της	1 2 3 4 5 6 7
Αποκρισιμότητα	
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να ενημερώνει τον πελάτη	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει πάντα να είναι πρόθυμο να βοηθήσει τους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει πάντα να ανταποκρίνεται στα αιτήματα των πελατών, ανεξάρτητα από το πόσο απασχολημένοι είναι	1 2 3 4 5 6 7
Ασφάλεια	
Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Θα πρέπει να νιώθω ασφαλής στις σχέσεις μου με το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι συνεπές και ευγενικό με τους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών θα πρέπει να λάβει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του	1 2 3 4 5 6 7
Ενσυναίσθηση	



Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε πελάτη	1	2	3	4	5	6	7
Οι ώρες λειτουργίας μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να είναι βολικές για όλους τους πελάτες	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί και να έχει γνώση των αναγκών των πελατών	1	2	3	4	5	6	7
Μια εταιρεία δομικών υλικών θα πρέπει να έχει υπόψη της τα συμφέροντα των πελατών της	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό μιας εταιρείας δομικών υλικών πρέπει να κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών	1	2	3	4	5	6	7

Γ. Αντιλήψεις

Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις που αφορούν συγκεκριμένα την εταιρεία δομικών υλικών με την οποία έχετε συνεργαστεί;

1= Διαφωνώ απόλυτα

2= Διαφωνώ

3=Μάλλον διαφωνώ

4=Ουδέτερος/η

5= Μάλλον συμφωνώ

6=Συμφωνώ

7=Συμφωνώ απόλυτα

Υλικά							
Η εταιρεία διαθέτει ενημερωμένο εξοπλισμό	1	2	3	4	5	6	7
Οι εγκαταστάσεις (π.χ. αίθουσα αναμονής, τουαλέτες) είναι οπτικά ελκυστικές	1	2	3	4	5	6	7



Το προσωπικό είναι καλά ντυμένο και φαίνεται προσεγμένο	1 2 3 4 5 6 7
Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται συντηρείται καλά	1 2 3 4 5 6 7
Αξιοπιστία	
Όταν το προσωπικό υπόσχεται να κάνει κάτι σε μια συγκεκριμένη ώρα, το κάνει	1 2 3 4 5 6 7
Όταν ένας πελάτης έχει πρόβλημα, το προσωπικό είναι πρόθυμο να τον βοηθήσει	1 2 3 4 5 6 7
Η εταιρεία είναι αξιόπιστη και παρέχει πάντα τις σωστές υπηρεσίες από την αρχή	1 2 3 4 5 6 7
Η εταιρεία παρέχει τις υπηρεσίες της τη στιγμή που υπόσχεται να το κάνει	1 2 3 4 5 6 7
Η εταιρεία δομικών υλικών τηρεί με ακρίβεια τα αρχεία της	1 2 3 4 5 6 7
Αποκρισιμότητα	
Το προσωπικό ενημερώνει τον πελάτη	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό παρέχει άμεσες υπηρεσίες στους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό είναι πάντα πρόθυμο να βοηθήσει τους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό πάντα ανταποκρίνεται στα αιτήματα των πελατών, ανεξάρτητα από το πόσο απασχολημένοι είναι	1 2 3 4 5 6 7
Ασφάλεια	
Η συμπεριφορά και η στάση του προσωπικού εμπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Νιώθω ασφαλής στις σχέσεις μου με το προσωπικό	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό είναι συνεπές και ευγενικό με τους πελάτες	1 2 3 4 5 6 7
Το προσωπικό λαμβάνει επαρκή υποστήριξη για να κάνει καλά τη δουλειά του	1 2 3 4 5 6 7



Ενσυναίσθηση							
Το προσωπικό δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε κάθε πελάτη	1	2	3	4	5	6	7
Οι ώρες λειτουργίας της εταιρείας είναι βολικές για όλους τους πελάτες	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό κατανοεί και έχει γνώση των αναγκών των πελατών	1	2	3	4	5	6	7
Η εταιρεία έχει υπόψη της τα συμφέροντα των πελατών της	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό κατανοεί τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών	1	2	3	4	5	6	7

Στις παραπάνω διαστάσεις ποιότητας μπορείτε συνολικά να διανεμίσετε 100 βαθμούς. Λαμβάνοντας υπόψη πόσο σημαντική είναι η κάθε διάσταση για εσάς τοποθετήστε αντίστοιχα τους βαθμούς σας σε κάθε διάσταση.

Διάσταση ποιότητας	Βαθμοί
Υλικά	
Αξιοπιστία	
Αποκρισιμότητα	
Ασφάλεια	
Ενσυναίσθηση	
Σύνολο	100



*Δήμητρα Γαρδίκη, «Αξιολόγηση των πρακτικών διαχείρισης
της ποιότητας σε εταιρεία δομικών υλικών: Μελέτη περίπτωσης»*