



Universitatea Tehnică a Moldovei

**Studii peivind satisfacția consumatorilor de
calitatea încălțăminteii fabricate la S. A.
"Zorile"**

Masterand:

Pîslaru Elena

Conducător:

Bulgaru Valentina

Chișinău – 2016

CUPRINS

REZUMAT.....	4
INTRODUCERE.....	8
1. ASPECTE TEORETICE PRIVIND SATISFAȚIA CONSUMATORILOR DE CALITATEA PRODUSELOR.....	10
1.1 Satisfacția consumatorilor, definiții.....	10
1.2 Calitatea, noțiuni de bază.....	11
1.3. Standarde, norme, reglementări privind calitatea produselor.....	16
1.4 Instrumentele și tehnicile statistice clasice ale Managementului Calității.....	20
1.5. Factorii care determină comportamentul consumatorilor.....	22
1.6. Raportul Nevoie-Calitate pentru satisfacția și loializarea consumatorului.....	27
1.7. Măsurarea satisfacției consumatorilor.....	30
2. MANAGEMENTUL CALITĂȚII ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERII S.A.,„ZORILE”.....	35
2.1. Scurt istoric al întreprinderii S.A „Zorile”.....	35
2.2. Structura organizatorică generală a întreprinderii SA “Zorile” pentru 2015.....	36
2.3 Sortimentul de produse realizate de întreprindere.....	38
2.4. Caracteristica pieței S A „Zorile”.....	39
2.5. Managementul calității în cadrul întreprinderii SA „Zorile” prin prisma principiului: Orientare către client.....	41
3. ANALIZA SATISFAȚIEI CONSUMATORILOR REFERITOR LA CALITATEA PRODUSELOR S.A.”ZORILE” PE PARCURSUL ANILOR 2014-2015.....	52
3.1. Analiza reclamațiilor clienților.....	52
3.1.1. Analiza după marcă și categorii de purtători.....	55
3.1.2. Analiza tipurilor de defecte.....	61
3.2. Analiza satisfacției consumatorilor, chestionar și rezultatele analizei.....	65
3.3. Analiza cauzelor noncalității.....	71
3.4. Propuneri privind îmbunătățirea calității SA “Zorile”si mărirea satisfacției consumatorilor.....	73
CONCLUZII.....	75
BIBLIOGRAFIE.....	78
ANEXA 1 Programa de producere a încălțăminteii la S.A Zorile pentru anul 2014-2015	

ANEXA 2 Raportul Universal S.A. “Zorile” înregistrarea reclamațiilor din partea consumatorilor finali și a magazinelor

ANEXA 3 Programa 1C SA „Zorile” –Venitul din vânzări lunar

ANEXA 4 Ordin 112 din 30.06.2014

ANEXA 5 Regulament reclamația clienților

ANEXA 6 Chestionar de FEEDBACK

REZUMAT

Satisfacția consumatorului este de o importanță vitală pentru succesul unei afaceri, deoarece s-a demonstrat ca este strâns legată de cumpărare, loialitate și profitabilitate. Există o probabilitate mai mare ca consumatorii satisfăcuți să procure repetat produse de la compania dată. Mai mult, cei satisfăcuți mai și recomandă produsul, sau chiar se asociază cu marca acestuia. Principiul de bază în managementul calității contemporan este - orientare către client, ceea ce presupune că în centrul atenției unei companii este clientul cu nevoile și așteptările sale.

În întreaga lume „mișcarea pentru calitate” este astăzi foarte puternică. Calitatea a devenit un element strategic al managementului global al organizațiilor, pentru că determină în gradul cel mai înalt competitivitatea produselor pe plan intern și internațional.

Prezenta lucrare redă un model de evaluare a satisfacției clienților, privind atât calitatea produselor cât și atitudinea personalului față de consumatori, aplicabil în cadrul întreprinderii S.A.Zorile, problema fiind actuală atât pentru R. Moldova cât și pe plan internațional.

Teza este structurată în trei capitole. În primul capitol se prezintă aspecte privind calitatea și satisfacția beneficiarilor, noțiuni care sunt într-o interdependență totală.

Capitolul 2 cuprinde analiza managementului calității în cadrul întreprinderii S.A.”Zorile”, prezentând structura, forma organizatorico-juridică, resursele umane, secția de control tehnic de calitate și componentele acesteia. Sunt enumerați furnizorii de materie primă, concurenții și canalele de distribuție a produselor S.A. „Zorile” pe teritoriul Republicii Moldova.

Capitolul 3 prezintă rezultatele studiului și analiza acestora. Studiul de caz se referă la analiza reclamațiilor care vizează încălțăminte produsă de S.A. „Zorile” și încălțăminte importată și comercializată în magazinele companiei. Pornind de la obiectivele tezei sunt analizate reclamațiile, înregistrate în perioada anilor 2014 și 2015, după marcă, categoria de purtător și tipul produsului. De asemenea s-a realizat un sondaj de opinie a 102 beneficiar și s-au analizat rezultatele chestionarului de Feedback care a fost completat de respondenți în perioada 15.12.2015 - 15.01.2016, stabilindu-se gradul de satisfacție al beneficiarilor. Analiza tipurilor de defecte reclamate, a cauzelor apariției acestora și a rezultatelor sondajului a permis elaborarea și înaintarea propunerilor de îmbunătățire a calității produselor și a gradului de satisfacție al clienților.

SUMMARY

Customer satisfaction is vital to business success because it demonstrated that it is closely linked to the purchase, loyalty and profitability. There is a higher probability that satisfied customers to purchase products from the company once again. Moreover, the satisfied customer may recommend product, or even associate with its brand. Present day the basic principle in quality management is focus on customer orientation and customer needs and expectations.

In the whole world "quality movement" is very strong today. Quality has become a strategic element of the overall management of the organizations, because determines the highest degree competitiveness of internally and internationally.

This work renders a valuation model customer satisfaction on both product quality as well as staff attitudes towards consumers, implemented in the company SA Zorile, the current problem for Moldova and internationally.

The thesis is divided in three chapters. The first chapter presents aspects of quality and user satisfaction, concepts which are a complete interdependence.

Chapter 2 contains an analysis of quality management in the company SA Zorile showing the structure, legal form, human resources, technical quality control department and its components. Are listed raw material suppliers, competitors and distribution channels of the products of SA Zorile on Moldova.

Chapter 3 presents the study results and analysis. The case study concerns the analysis of complaints concerning footwear produced by SA Zorile and footwear imported and sold in the company's stores. Based on the objectives of the thesis were analyzed complaints registered during the years 2014 and 2015, by brand, product category and type of product. Also conducted a survey of 102 beneficiary and analyzed the results of feedback questionnaires were completed by respondents who during the period 12.15.2015 - 01.15.2016, establishing the satisfaction of the beneficiaries. Analysis of defects plaintiffs, their causes and survey results allowed the development and submission of proposals to improve product quality and customer satisfaction.