

بہبود کیفیت خدمات و

رضائیت مشتریان

دکتر مسعود قربان حسینے
سعیدہ جعفری راد



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بهبود کیفیت خدمات

و رضایت مشتریان

تالیف :

دکتر مسعود قربان حسینی

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه

سعیده جعفری راد

دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت دولتی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات



انتشارات موجک



سرشناسه: قربان حسینی، مسعود، ۱۳۳۲ -

عنوان و نام پدیدآور: بهبود کیفیت خدمات و رضایت مشتریان / تالیف دکتر مسعود قربان حسینی، سعیده جعفری راد.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۷۹ ص.: جدول، نمودار(رنگی).

شابک: ۳-۲۶-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸، ۱۲۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: شرکت بازرگانی سایپا یدک -- ارزشیابی

موضوع: مصرف کنندگان -- ایران -- رضایت -- نمونه پژوهی

موضوع: Consumer satisfaction -- Iran -- Case studies

موضوع: مصرف کنندگان -- رضایت -- ارزشیابی

موضوع: Consumer satisfaction -- Evaluation

موضوع: خدمات مشتری -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Customer services -- Iran -- Case studies

موضوع: خدمات مشتری -- کنترل کیفی

موضوع: Customer services -- Quality control

شناسه افزوده: جعفری راد، سعیده، ۱۳۵۷ -

رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ب ۹ ق ۴ / ۳۳۵ / ۵۴۱۵ HF

رده بندی دیویی: ۸۱۲/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی: ۴۴۹۲۴۷۶

انتشارات موجک

تلگرام: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۲۳۲۰۹۱ - ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۳ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: بهبود کیفیت خدمات و رضایت مشتریان

تالیف: دکتر مسعود قربان حسینی، سعیده جعفری راد

طراح جلد: سیده زهرا روشنایی

مشخصات ظاهری: ۷۹ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۵، تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال، شابک: ۳-۲۶-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸

حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

تقدیم به دلاوران ایران زمین

اللَّهُمَّ اجْعَلْنِي فِي مَقَامِي هَذَا مِمَّنْ تَنَالُهُ مِنْكَ صَلَوَاتٌ وَرَحْمَةٌ وَمَغْفِرَةٌ اللَّهُمَّ اجْعَلْ مَحْيَايَ
مَحْيَا مُحَمَّدٍ وَآلِ مُحَمَّدٍ وَمَمَاتِي مَمَاتِ مُحَمَّدٍ وَآلِ مُحَمَّدٍ (صلوات الله عليهم اجمعين)

خدایا در این جایگاه مرا از کسانی قرار ده، که از جانب تو به آنان درود و رحمت و
آمزش می‌رسد، خدایا حیاتم را حیات [آمیخته به عشق] محمد و خاندان محمد و
مرگم را مرگ [در حال شیفگی به] محمد و خاندان محمد که درود خدا بر آنها باد
قرار ده.

فرازی از زیارت عاشورا

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱.....	سخن مولف.....
۳.....	بخش اول: کیفیت خدمات و رضایت مشتریان.....
۵.....	فصل اول: کیفیت خدمات.....
۵.....	۱-۱ تعریف کیفیت.....
۶.....	۲-۱ تعریف خدمات.....
۷.....	۳-۱ تعریف کیفیت خدمات.....
۸.....	۴-۱ اهمیت و ضرورت کیفیت خدمات.....
۱۱.....	فصل دوم: مدل‌های کیفیت خدمات.....
۱۱.....	۱-۲ مدیریت کیفیت خدمات.....
۱۱.....	۲-۲ مدل سلسله مراتبی کیفیت خدمات.....
۱۲.....	۳-۲ مدل سروکوال.....
۱۳.....	۴-۲ مدل تحلیلی شکاف‌های هفت گانه کیفیت.....
۱۳.....	۵-۲ مدل رفتاری کیفیت خدمات.....
۱۵.....	فصل سوم: عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت خدمات.....
۱۵.....	۱-۳ رفتار شهروندی سازمانی.....
۱۶.....	۲-۳ تعهد سازمانی.....

- ۳-۳ هوش هیجانی..... ۱۶
- ۴-۳ اعتماد سازمانی..... ۱۷
- ۵-۳ عدالت سازمانی..... ۱۸
- ۶-۳ اخلاق کاری کارکنان..... ۱۹

فصل چهارم: مفهوم رضایت مشتریان..... ۲۱

- ۱-۴ مفهوم رضایت مشتری..... ۲۱
- ۲-۴ تاریخچه رضایت مشتری..... ۲۲
- ۳-۴ اهمیت و ضرورت توجه به رضایت مشتریان..... ۲۳
- ۴-۴ فرایند جلب رضایت مشتریان..... ۲۴

فصل پنجم: عوامل موثر بر رضایت مشتریان..... ۲۷

- ۱-۵ ارائه خدمات مناسب..... ۲۷
- ۲-۵ مدیریت منابع انسانی..... ۲۷
- ۳-۵ انتصابات درست و مبتنی بر شایسته سالاری..... ۲۸
- ۴-۵ تعهد مدیران به مشتری مداری..... ۲۸

فصل ششم: پیامدهای حاصل از رضایت مشتریان..... ۲۹

- ۱-۶ اهمیت رضایت مشتری..... ۲۹
- ۲-۶ وفاداری مشتریان..... ۲۹
- ۳-۶ توصیه به دیگران..... ۳۰
- ۴-۶ کاهش حساسیت قیمتی..... ۳۰
- ۵-۶ دور کردن رقبای مشتری..... ۳۰
- ۶-۶ کاهش از دست دادن مشتری..... ۳۰
- ۷-۶ نقش کیفیت خدمات در جلب رضایت مشتریان..... ۳۱

بخش دوم: مطالعه موردی: کیفیت خدمات در شرکت سایپا یدک تهران..... ۳۳

فصل هفتم: بیان مساله..... ۳۵

۱-۷ مقدمه..... ۳۵

۲-۷ بیان مساله..... ۳۶

۳-۷ اهمیت و ضرورت مساله..... ۳۹

۴-۷ اهداف..... ۴۱

۵-۷ فرضیه‌ها..... ۴۱

۶-۷ تعاریف مفهومی متغیرها..... ۴۲

۷-۷ مدل مفهومی..... ۴۳

فصل هشتم: بررسی تحقیقات مشابه..... ۴۵

۱-۸ تحقیقات داخلی..... ۴۵

۲-۸ تحقیقات خارجی..... ۴۷

۳-۸ معرفی شرکت سایپا..... ۴۸

فصل نهم: روش و ابزار..... ۵۱

۱-۹ جامعه آماری..... ۵۱

۲-۹ نمونه و روش نمونه‌گیری..... ۵۱

۳-۹ ابزار گردآوری اطلاعات..... ۵۲

۴-۹ روایی پرسش‌نامه..... ۵۳

۵-۹ پایایی پرسش‌نامه..... ۵۳

۶-۹ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها..... ۵۴

فصل دهم: تجزیه و تحلیل داده‌ها..... ۵۵

۱-۱۰ توصیف آماری داده‌ها..... ۵۵

۲-۱۰ بررسی توصیفی پرسش‌نامه..... ۵۷

۳-۱۰ آمار استنباطی: تجزیه و تحلیل سؤالات..... ۵۸

فصل یازدهم: نتیجه‌گیری..... ۶۳

۱-۱۱ نتایج توصیفی..... ۶۳

۲-۱۱ نتایج استنباطی..... ۶۴

منابع..... ۷۳

منابع فارسی..... ۷۳

منابع لاتین..... ۷۷

سخن مولف

به نام والاترین خط مشی گذار عالم امکان، خالق یکتا

کتاب حاضر با هدف نقش بهبود کیفیت خدمات بر میزان رضایت مشتریان محصولات سایپا با استفاده از روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری در کتاب حاضر شامل کلیه کارکنان شاغل در معاونت خدمات شرکت سایپا یدک و مشتریان نمایندگی مرکزی شرکت سایپایدک در شهر تهران در یک روز از سال ۱۳۹۴ بودند که بر اساس آخرین آمار و اطلاعات موجود ۱۲۱۰ نفر بودند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۹۲ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای ساده استفاده شده است. به منظور سنجش متغیرهای مورد استفاده در کتاب از پرسش‌نامه کیفیت خدمات سروکوال استفاده گردید.

برای تجزیه و تحلیل از روش‌های آماری توصیفی و آمار استنباطی (تی تک متغیره، تی مستقل و تحلیل واریانس یک راهه) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل از روش‌های آماری توصیفی و آمار استنباطی (t تک متغیره، t مستقل) استفاده شد. یافته‌های کتاب نشان داد که کیفیت خدمات و هر یک از ابعاد آن-همدلی، عوامل ملموس، قابلیت اعتبار، پاسخگویی، اطمینان- بر میزان رضایت مشتریان محصولات سایپا تأثیر دارد. نتایج آزمون تی مستقل نیز نشان دارد که بین نظرات کارکنان و مشتریان در مورد نقش بهبود کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان تفاوت معنی داری وجود دارد.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر بصورت زیر می‌باشد.

این کتاب به دو بخش فصول آموزشی و فصول پژوهشی تقسیم خواهد شد. بخش اول شامل مباحث آموزشی در زمینه کیفیت خدمات و رضایت مشتریان می‌باشد. فصول آموزشی شامل شش فصل: کیفیت خدمات، مدل‌های کیفیت خدمات، عوامل موثر بر بهبود کیفیت خدمات، مفهوم رضایت مشتریان، عوامل موثر بر رضایت مشتریان، پیامدهای حاصل از رضایت مشتریان می‌باشد. در بخش

دوم کیفیت خدمات در شرکت سایپا یدک تهران بررسی خواهد شد. فصول پژوهشی شامل پنج فصل: بیان مساله، بررسی تحقیقات مشابه، روش و ابزار، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتیجه‌گیری می‌باشد. در پایان، بر خود لازم می‌دانیم از همه عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب ما را یاری نموده‌اند، تقدیر و تشکر نمائیم.

دکتر مسعود قربان حسینی

سعیده جعفری راد

پاییز ۱۳۹۵

Improve service quality and customer satisfaction

Masood Ghorbanhoseini PhD

Saeede Jafarirad

یکی از اثرات مستقیم ارائه خدمات با کیفیت، بهبود توانایی سازمان جهت ارضای نیازهای مشتریان بصورتی اثربخش می باشد چرا که سازمان دریافته است که مشتریان خواهان چه خدماتی هستند. همچنین ارائه خدمات بهتر به مشتریان باعث تکرار خرید و گسترش تبلیغات دهان به دهان مثبت به مشتریان بالقوه می گردد. دیگر اثر مستقیم کیفیت خدمات، افزایش توانایی سازمان جهت ارائه خدمات بصورتی کارا به مشتریان می باشد، چرا که سازمان دریافته است که مشتریان چه خواسته و نیازهایی دارند لذا از خدمات غیر ضروری کاسته و یا آن ها را حذف می نماید. تمایل به کیفیت خدمات، نقش مهمی در صنایع خدماتی همچون خدمات بیمه ای، بانکی و ... ایفا می کند؛ چرا که کیفیت خدمات برای بقا و سودآوری سازمان امری حیاتی است و در واقع، امروزه رضایت مشتری و کیفیت خدمات، اساسی ترین هدف صنایع خدماتی محسوب می شود.



ISBN: 978-600-8634-26-3



9 786008 634263