

کیفیت خدمات در بنادر ایران

تألیف:

حسن ناصریان



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کیفیت خدمات در بنادر ایران

تالیف:

حسن ناصریان



انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)



سرشناسه: ناصریان، حسن، ۱۳۶۲-

عنوان و نام پدیدآور: کیفیت خدمات در بنادر ایران/ تالیف حسن ناصریان.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)، ۱۴۰۳.

مشخصات ظاهری: ۱۰۹ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۷۱۲-۶

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: بندرها -- ایران -- جنبه‌های اقتصادی

موضوع: Harbors -- Economic aspects -- Iran

موضوع: خدمات مشتری - ایران

موضوع: Customer services-- Iran

موضوع: مشتری‌شناسی - مدیریت

موضوع: Customer relations -- Management

رده بندی کنگره: HF ۱۴۱۸/۳

رده بندی دیویی: ۳۸۷/۱۶۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۹۵۷۶۴۳۸

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا

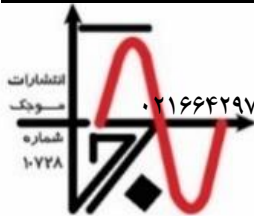
انتشارات موجک (ناشر دانشگاهی)

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۰۲۶۵۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir اینستاگرام: mojakpublication



عنوان: کیفیت خدمات در بنادر ایران

تالیف: حسن ناصریان

مشخصات ظاهری: ۱۰۹ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۴۰۳، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۹۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۴-۷۱۲-۶

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق

چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب

بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش گفتار ۹

فصل اول: کلیات ۱۱

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ۱۱

۲-۱ اهمیت موضوع کتاب ۱۴

۳-۱ تعریف کیفیت خدمات بندری ۱۵

۴-۱ تعریف رضایت مشتری ۱۵

فصل دوم: کیفیت خدمات ۱۷

۱-۲ تعریف کیفیت ۱۷

۲-۲ قابلیت اطمینان ۲۰

۳-۲ اطمینان ۲۰

۴-۲ پاسخگویی ۲۱

۵-۲ ملموس ۲۱

۶-۲ یکدلی ۲۱

۷-۲ دسترسی به سرویس ۲۲

۸-۲ جنبه مالی ۲۲

۹-۲ شایستگی های کارکنان ۲۲

فصل سوم: کیفیت خدمات بندری ۲۵

- ۱-۳ بازرگانی دریایی ۲۵
- ۲-۳ نظریه قدرت دریایی ۲۶
- ۳-۳ کیفیت خدمات بندری (PSQ) ۲۸
- ۴-۳ بررسی سنجش کیفیت خدمات بندری ۳۱

فصل چهارم: مدیریت ارتباط با مشتری ۳۷

- ۱-۴ مشتری ۳۷
- ۲-۴ تعریف مشتری و انواع آن ۳۸
- ۳-۴ انواع مشتری ۳۸
- ۴-۴ مدیریت ارتباط با مشتری ۳۹
- ۵-۴ فلسفه مدیریت ارتباط با مشتری ۴۱
- ۶-۴ تعاریف مدیریت ارتباط با مشتری ۴۲
- ۷-۴ مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری ۴۲
- ۸-۴ مدیریت ارتباط یکپارچه با مشتری ۴۳
- ۹-۴ مفهوم جدید خدمت به مشتریان ۴۴
- ۱۰-۴ اهداف مدیریت ارتباط با مشتری ۴۴
- ۱-۱۰-۴ اهداف مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه بارنت ۴۴
- ۲-۱۰-۴ اهداف مدیریت ارتباط با مشتری از نقطه نظر نول ۴۵
- ۳-۱۰-۴ اهداف مدیریت ارتباط با مشتری از نظر سویفت ۴۵
- ۴-۱۰-۴ اهداف مدیریت ارتباط با مشتری از دیدگاه گالبریت و راجرز ۴۶
- ۵-۱۰-۴ اهداف مدیریت ارتباط با مشتری از نقطه نظر کالا کوتا و رایینسون ۴۷

فصل پنجم: وفاداری مشتریان ۴۹

- ۱-۵ تشریح مدل سوئیفت ۴۹
- ۲-۵ فرایند مدیریت ارتباط با مشتری ۴۹

- ۳-۵ ارتباط فروشنده - خریدار ۴۹
- ۴-۵ چرخه فرایند مدیریت ارتباط با مشتری فروشنده ۵۰
- ۵-۵ ساختار سازمانی بخش مدیریت ارتباط با مشتری ۵۱
- ۶-۵ دیدگاه‌های مختلف در مورد مدیریت ارتباط با مشتری ۵۲
- ۱-۶-۵ دیدگاه اول: تلقی مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک فرایند ۵۳
- ۲-۶-۵ دیدگاه دوم: تلقی مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک استراتژی ۵۳
- ۳-۶-۵ دیدگاه سوم: تلقی مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک فلسفه ۵۴
- ۴-۶-۵ دیدگاه چهارم: تلقی مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک توانمندی ۵۵
- ۵-۶-۵ دیدگاه پنجم: تلقی مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان تکنولوژی ۵۵
- ۷-۵ وفاداری مشتریان ۵۶

فصل ششم: رضایت مشتریان ۵۹

- ۱-۶ رضایت مشتری ۵۹
- ۲-۶ عوامل موثر بر رضایت مشتریان ۶۵
- ۳-۶ روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتریان ۶۶
- ۴-۶ مدل فورنل ۶۶
- ۵-۶ مدل نوریاکی کانو NORIAKI KANO ۶۷
- ۶-۶ مدل سروکوال ۶۸
- ۷-۶ مدل اسکمپر ۶۹
- ۸-۶ مدل شاخص رضایت مشتری آمریکایی ACSI ۷۰
- ۹-۶ مدل شاخص رضایت مشتری اروپایی ECSI ۷۰
- ۱۰-۶ بنادر کانتینری ۷۰

فصل هفتم: مروری بر تحقیقات مشابه ۷۷

فصل هشتم: مطالعه موردی ۸۳

۸۳ ۱-۸ جامعه آماری

۸۴ ۲-۸ ابزار گردآوری داده‌ها

۸۶ ۳-۸ روایی و پایایی ابزار پژوهش

۸۷ ۴-۸ بررسی فرضیه‌ها

فصل نهم: جمع بندی ۹۷

۹۷ ۱-۹ نتیجه گیری

۹۸ ۲-۹ پیشنهادها

منابع ۱۰۱

۱۰۱ منابع فارسی

۱۰۱ منابع انگلیسی

پیش‌گفتار

در عصر جهانی شدن، معاملات تجاری بین‌المللی توسط زنجیره‌های تامین جهانی حمایت می‌شوند. از این نظر، بنادر دریایی نقش مهمی را به عنوان گره‌های جریان ورودی و خروجی محصولات ایفا می‌کنند. در ابتدا، بنادر دریایی اساساً به عنوان سکویی در نظر گرفته می‌شدند که در آن محموله‌ها به کشتی یا از کشتی بارگیری/ تخلیه می‌شوند و با سایر روش‌های حمل و نقل ارتباط دارند (Nguyen, 2022).

با پیشرفت جهانی شدن، مفهوم بندر دریایی گسترش یافته و با تابعی از ارائه خدمات ارزش افزوده مانند بسته بندی ادغام شده است، بنابراین کمک قابل توجهی به زنجیره تامین جهانی می‌کند. اکنون بنادر دریایی به طور فزاینده‌ای در مدیریت موثر جابجایی محصول و انتقال اطلاعات درگیر هستند (Hemalatha, 2021). بنابراین، هرگونه حادثه غیرمنتظره، مانند تصادف یا تاخیر در بارگیری و تخلیه محموله‌ها، ممکن است باعث وقفه در آن جابجایی‌ها شود و در نتیجه عملکرد نامناسبی در سایر مراحل زنجیره تامین جهانی را به همراه داشته باشد. نتیجه ناکارآمد مدیریت بندرگاه قطعاً به نارضایتی سایر ذینفعان (مانند خطوط کشتیرانی، فرستنده‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات لجستیکی) منجر می‌شود، زیرا ممکن است در نتیجه آن‌ها متحمل ضرر شوند (Phan, 2021).

توسعه تدریجی ظرفیت کانتینری و همچنین روند فزاینده جهانی شدن در صنعت بندر منجر به رقابت شدید بین شرکت‌های بندری (PC) در جذب کاربران خدمات بندری از جمله خطوط کشتیرانی، فرستنده‌ها و حمل و نقل‌های دریایی شده است. هدف از تالیف کتاب حاضر بررسی تعیین کیفیت خدمات بندری (PSQ) و رضایت مشتری: یک مطالعه اکتشافی از بنادر کانتینری ایران است. یافته‌ها نشان داد تاثیر منابع مالی بر رضایت مشتری برابر با ۰.۵۳۰، فرآیند بر رضایت مشتری ۰.۵۷۹، نتایج بر رضایت مشتری ۰.۶۵۶، مدیریت بر رضایت مشتری ۰.۷۳۳ و تصویر و مسولیت اجتماعی بر رضایت مشتری ۰.۷۴۱ است. بنابراین مدیریت و تصویر و مسولیت اجتماعی از بیشترین تاثیرگذاری

برخوردار هستند که مدیران بنادر کانتینری در ایران باید تلاش نمایند تا استراتژی‌هایی در راستایی بهبود مدیریت و مسولیت اجتماعی بیشتر اتخاذ نمایند تا میزان موفقیت بالاتری در این زمینه بدست آورند.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: کیفیت خدمات

فصل سوم: کیفیت خدمات بندری

فصل چهارم: مدیریت ارتباط با مشتری

فصل پنجم: وفاداری مشتریان

فصل ششم: رضایت مشتریان

فصل هفتم: مروری بر تحقیقات مشابه

فصل هشتم: مطالعه موردی

فصل نهم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده سازی این کتاب من را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

حسن ناصریان

بهار ۱۴۰۳

Service Quality in Iranian Ports

Hassan Naserian

در عصر جهانی شدن، معاملات تجاری بین‌المللی توسط زنجیره‌های تامین جهانی حمایت می‌شوند. از این نظر، بنادر دریایی نقش مهمی را به عنوان گره‌های جریان ورودی و خروجی محصولات ایفا می‌کنند. در ابتدا، بنادر دریایی اساساً به عنوان سکویی در نظر گرفته می‌شدند که در آن محموله‌ها به کشتی یا از کشتی بارگیری/تخلیه می‌شوند و با سایر روش‌های حمل و نقل ارتباط دارند. با پیشرفت جهانی شدن، مفهوم بندر دریایی گسترش یافته و با تابعی از ارائه خدمات ارزش افزوده مانند بسته بندی ادغام شده است، بنابراین کمک قابل توجهی به زنجیره تامین جهانی می‌کند. اکنون بنادر دریایی به طور فزاینده‌ای در مدیریت موثر جابجایی محصول و انتقال اطلاعات درگیر هستند. بنابراین، هرگونه حادثه غیرمنتظره، مانند تصادف یا تاخیر در بارگیری و تخلیه محموله‌ها، ممکن است باعث وقفه در آن جابجایی‌ها شود و در نتیجه عملکرد نامناسبی در سایر مراحل زنجیره تامین جهانی را به همراه داشته باشد. نتیجه ناکارآمد مدیریت بندرگاه قطعاً به نارضایتی سایر ذینفعان (مانند خطوط کشتیرانی، فرستنده‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات لجستیکی) منجر می‌شود، زیرا ممکن است در نتیجه آن‌ها متحمل ضرر شوند.



ISBN : 978-600-994-712-6

