

۲۰۷-۹۱۶
۵۸-۵۲۶



مؤسسه فرهنگی هنری
دیارگران تهران

به نام خدا



مؤسسه فرهنگی هنری
دیارگران تهران

مدیریت کیفیت در سازمان های خدماتی

مؤلفان:

اقبال جباری

محمد کشاورز



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

◀ عنوان کتاب: مدیریت کیفیت در سازمان های خدماتی

◀ مولفان: اقبال جباری

محمد کشاورز

◀ ناشر: موسسه فرهنگ هنری دیباگران تهران

◀ صفحه آرائی: فرنوش عبدال

◀ طراح جلد: داریوش فرس

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۳۹۸

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۴۰۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۲۱۶-۸

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibbook.ir

www.dibagarantehran.com

نشانی تلگرام: @mftbook

نشانی اینستاگرام دیا dibagaran_publishing

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید شغلی.

هرگوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتها و اپ دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

فهرست مطالب

فصل اول

آشنایی با مفاهیم کیفیت

۱۰.....	تاریخچه کیفیت
۱۱.....	اعصار کیفیت
۱۸.....	اصول حرکت به سوی کیفیت
۱۸.....	مفهوم کیفیت
۲۴.....	کنترل کیفیت
۲۶.....	تفاوت کنترل کیفیت و بارش
۲۷.....	تقسیم بندی کیفیت
۲۸.....	مدیریت کیفیت
۲۸.....	اصول مدیریت کیفیت

فصل دوم

سازمان های خدماتی

۳۴.....	چیستی و ماهیت خدمات
۳۷.....	انواع خدمات
۳۸.....	طبقه بندی خدمات بر اساس فرآیند
۳۹.....	خدمات پس از فروش
۳۹.....	ماهیت سازمان های خدماتی
۴۱.....	عوامل کلیدی عملکرد سازمان های خدماتی
۴۳.....	مفهوم بهره وری در سازمان های خدماتی

فصل سوم

کیفیت خدمات (مفاهیم، سنجش و روشهای بهبود)

۴۵	جایگاه کیفیت در سازمانهای خدماتی
۴۷	ابعاد کیفیت در خدمات
۴۸	تعریف کیفیت در بخش خدمات
۵۳	کیفیت خدمات اصلی و خدمات جانبی
۵۵	رویکردهای مدیریت کیفیت خدمات
۵۷	دیدگاه سیستمی به کیفیت خدمات
۵۷	روشهای بهبود کیفیت خدمات
۵۸	سنجش کیفیت خدمات
۶۰	هزینه های کنترل کیفیت در بخش خدمات
۶۰	فرایند اندازه گیری کیفیت در خدمات
۶۱	کیفیت گرایی کارکنان
۶۳	جایگاه فرهنگ خلاقیت در سازمان های خدماتی

فصل چهارم

مدل ها و ابزارهای سنجش کیفیت در خدمات

۶۵	سنجش کیفیت در خدمات
۶۸	روش های سنجش کیفیت در خدمات
۸۰	مدل کیفیت عملکردی و فنی گرونتروس
۸۳	رویکرد تجزیه و تحلیل شکاف
۸۹	مصادیق کنترل کیفیت در سازمان های خدماتی

فصل پنجم
رضایت مشتری

- ۹۸..... رضایت مشتری
- ۹۸..... تعریف رضایت مشتری
- ۹۹..... فرایند ایجاد رضایت در مشتری
- ۱۰۱..... باشگاه مشتری
- ۱۰۴..... چارچوب رسیدگی به شکایات

۱۰۷..... منابع

www.ketab.ir

مقدمه مولف

یکی از ویژگی دهه‌های اخیر، افزایش آگاهی نسبت به اهمیت نقش خدمات در فرآیند توسعه اقتصادی، اجتماعی و بالاخص توسعه تکنولوژی است. اهمیت بخش خدمات در اقتصاد جهانی، از منظر کیفیت خدمات به نگرانی مهمی توسط فعالان و نیز مشتریان بدل شده است. جای تعجب نیست که مفهوم کیفیت و رابطه آن با صنایع خدماتی، تمایل بزرگ بسیاری در این بخش تبدیل شده است. با رونق یافتن صنایع بزرگ دنیا، شرکت‌های خدماتی با گسترش یافته‌اند، ولی بسیاری از ابزار و تکنیک‌هایی که این سازمان‌ها استفاده می‌نمایند، برای استفاده از مزایای تولیدکننده محصول ایجاد شده‌اند. همچنین با توجه به تقویت جایگاه سازمان‌های خدماتی در سربلندی اقتصادی و اهمیت کیفیت در عرصه‌های رقابتی، موضوع کیفیت خدمات به عنوان یکی از محورهای کلیدی رقابت شناخته می‌شود. با عنایت به این دو مقوله، هر سازمان خدماتی باید برای ارتقای کیفیت خدمات خود، مدل‌های مناسب را شناسایی کند.

باید توجه داشت که محصولات و خدماتی که توسط کشورهای توسعه یافته عرضه می‌گردد، به نحوی است که بشر امروزه شدیداً به آن نیازمند است و بدون آن، زندگی را همراه با مشکل مواجه می‌شود. هواپیما، نیروگاه، فاکس، اینترنت، موبایل، کامپیوتر، خدمات بانکی، بیمارستانی، بهداشتی، بازرگانی و امثال آنها را می‌توان برشمرد.

تحول سازمان‌های خدماتی به عنوان نیروی محرکه رشد، نظام‌های اقتصادی کشور، بای توسعه یافته را پویایی تازه‌ای بخشیده و بار دیگر موقعیت رهبری تولیدات صنعتی و کشاورزی جهان را برای آنها تثبیت کرده است.

افزایش اشتغال در بخش خدمات، توجه کشورهای پیشرفته را به این مسئله معطوف ساخت که شاهد تغییرات ساختاری در اقتصاد باشند. در نتیجه این تغییرات، اصطلاحات جدیدی از جمله انقلاب خدمات، اقتصاد جدید خدمات، دولت فوق صنعتی ظهور نمود که نمایانگر نقش مهم خدمات در اقتصاد می‌باشد.

دلیل دیگر اهمیت یافتن بخش خدمات که تأثیر عمده‌ای در بازرگاری به این بخش گذاشته است، کشف ارتباط خدمات با فرآیند تولید و نیز فرآیند توسعه اقتصادی می‌باشد. مهمترین مشخصه‌ای که انقلاب خدمات به آن اشاره دارد ارتباط فزاینده بین خدمات تولیدی یعنی خدماتی که به عنوان ورودی به فرآیند تولید محصولات یا خدمات به کار برده می‌شوند. همچنین دیگر فعالیت‌های اقتصادی می‌باشد که روز به روز به نقش خدمات تولیدی در تولیدات صنعتی و دیگر بخش‌های اقتصادی افزوده می‌شود چرا که این نوع خدمات در رقابت‌پذیر کردن کالاها، خدمات، ارزش افزوده، صادرات کالاها و خدمات، نقش فزاینده‌ای دارند. لذا اثرات خدمات ممکن است به عنوان مثال شامل موارد زیر باشد:

۱) منابع تقاضا برای کالاها و خدمات

۲) ایجاد انگیزه برای نوآوری سازمان‌های مصرف‌کننده یا عرضه‌کننده

۳) ایجاد رقابت در مهارت‌ها و دیگر منابع فنی

با توجه به مطالب فوق جایگاه خدمات و سازمان‌های ارائه دهنده آن در اقتصاد و توسعه به شدت در حال رشد می‌باشد. رشد سازمان‌های ارائه دهنده خدمات در رقابت شدیدی بین آنها گردیده و هر کدام از این شرکت‌ها و سازمان‌ها در اندیشه ارتقای خدمات و توسعه هر چه بیشتر خود هستند. در این میان ارتقای خدمات ارائه شده به مشتریان از جایگاه بسزایی برخوردار است.

علاقه مندی به اندازه گیری کیفیت خدمات بالاست و اندازه گیری کیفیت خدمات به عنوان بخش مهم از وظایف مدیریتی شناخته می‌شود. هرچند، چالش اصلی شناخت و اجرای مناسب ترین اندازه‌های اندازه گیری برای این فعالیت است. در کتاب حاضر به دنبال تاکید بر اهمیت کیفیت خدمات، مفهوم سنجش و اندازه گیری کیفیت خدمات و نیز روابط بین کیفیت خدمات، رضایت مشتری و حفظ مشتری هستیم.