

به نام خدا

تأثیر کیفیت خدمات پس از فروش درک شده و ابعاد آن بر رضایتمندی مشتریان

علی حکمرانی فراهانی

خالد موالی زاده

بهزاد جامعی

فرزاد دانش

انتشارات فرزاد دانش

سرشناسه	: کنگرانی فراهانی، علی، ۱۳۲۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: تاثیر کیفیت خدمات پس از فروش درک شده و ابعاد آن بر رضایتمندی مشتریان / علی کنگرانی فراهانی، خالد موالی زاده، بهزاد جامعی.
مشخصات نشر	: قم: فرزنانگان دانش، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۲ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۰۹-۷۳-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۹۹-۱۰۲.
موضوع	: مصرف کنندگان -- رضایت Consumer satisfaction خدمات مشتری -- مدیریت Customer services -- Management موفقیت در کسب و کار Success in business
شناسه افزوده	: موالی زاده، خالد، ۱۳۶۲ -
شناسه افزوده	: جامعی، بهزاد، ۱۳۶۳ -
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۳۳۵
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۳۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۶۹۸۴۷۵
وضعیت رکورد	: فیپا

عنوان: تاثیر کیفیت خدمات پس از فروش درک شده و ابعاد آن بر رضایتمندی مشتریان
 مؤلفان: علی کنگرانی فراهانی، خالد موالی زاده، بهزاد جامعی
 صفحه آرای: مونا فتاحی
 طراحی جلد: محدثه جلالی
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۰۹-۷۳-۱
 تیراژ: ۵۰۰
 نوبت و سال چاپ: اول، ۱۴۰۰
 قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال

www.Farzaneganpub.ir

(هرگونه کپی و نسخه برداری از مطالب این کتاب ممنوع میباشد.)

پیش گفتار

دوران کنونی دوران مشتری مداری است و مشتری به محور کلیه عملیات تبدیل شده است و این نگرش در بازاریابی حاکم شده است که کالاها و خدمات به گونه ای به مشتری ارائه گردد که موجب رضایتمندی او را فراهم آورد. هدف تمامی سازمان ها ارائه خدمات مناسب و مورد رضایت مشتریان است. از آنجایی که سازمان مورد بررسی یعنی شرکت لوله سازی اهواز در شرایط کنونی در زمینه تولید محصولات غیر متمایز فعالیت می کند، بنابراین کیفیت خدمات پس از فروش می تواند به عنوان مزیت رقابتی برای شرکت به شمار رود. هدف اصلی در پژوهش حاضر بررسی تاثیر کیفیت خدمات پس از فروش بر رضایتمندی مشتریان در شرکت لوله سازی اهواز می باشد. در این پژوهش از مدل سروپرف به این منظور استفاده گردید. جامعه آماری این پژوهش مشتریان شرکت در سال ۹۷ در نظر گرفته شد و نمونه آماری متشکل از ۶۳ مشتری بوده است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه در سال ۹۸ جمع آوری گردید. داده ها که به روش SPSS و SMART PLS شدند و نتایج به دست آمده حاکی از معنی داری تاثیر کیفیت خدمات پس از فروش و ابعاد آن بر رضایتمندی مشتریان است.

فهرست

فصل اول ۷

۸ مقدمه

۹ بیان کلی

فصل دوم ۱۵

۱۶ مقدمه

۱۷ کیفیت؛ تعاریف و ویژگیها

۱۹ خدمات؛ تعاریف و ویژگیها

۲۲ کیفیت خدمات؛ تعاریف و ویژگیها

۲۶ پیامدهای کیفیت خدمات

۲۸ کیفیت خدمات درک شده؛ تعاریف و عوامل مؤثر بر آن

۳۲ خدمات پس از فروش

۳۴ ابعاد کیفیت خدمات

۴۳ سنجش کیفیت خدمات

۴۸ رضایت مشتری

۴۹ قلمرو رضایت مشتری

۵۰ مدل ایجاد رضایت در مشتری

۵۱ انواع رضایت مشتری

۵۳ ماتریس رضایت مشتری

۵۴ مزایای رضایت مشتری

۵۴ دلایل ناراضایتی مشتریان و روش های رفع آنها

۵۵ کیفیت خدمات و رضایت مشتری

۵۹		سنجش رضایت مشتری
۶۱		دستیابی به رضایت مشتری
۶۴		معرفی شرکت لوله سازی اهواز
۶۶		پیشینه پژوهش داخلی
۶۷		پیشینه پژوهش های خارجی
۷۱		متغیرهای موردبررسی پژوهش در قالب یک مدل مفهومی

فصل سوم..... ۷۳

۷۴		مقدمه
۷۵		روش پژوهش
۷۶		جامعه آماری
۷۷		قلمرو پژوهش
۷۷		حجم نمونه و روش نمونه گیری
۷۹		روش ها و ابزارهای گردآوری داده ها
۸۱		پایایی و روایی
۸۳		روش تجزیه و تحلیل داده ها

فصل چهارم..... ۸۴

۸۵		مقدمه
۸۵		خلاصه
۸۶		نتایج پژوهش
۹۲		پیشنهادها
۹۷		محدودیت ها
۹۹		منابع و مآخذ