

بسم الله الرحمن الرحيم

# مدیریت کیفیت در ورزش

با رویکرد سروکوال و QFD

تألیف:

دکتر حسین اکبری یزدی (استادیار دانشگاه خوارزمی تهران)

دکتر مهرزاد حمیدی (دانشیار دانشگاه تهران)

دکتر سید نصرالله سجادی (دانشیار دانشگاه تهران)

دکتر محمد خبیری (دانشیار دانشگاه تهران)

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت کیفیت در ورزش با رویکرد سروکوال و QFD

مشخصات نشر: تهران: علم و دانش، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۲۱۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۶-۶۳-۸

وضعیت فهرست نویسی: فبیای مختصر

یادداشت: این مدرک در آدرس <http://opac.ulaui.ir> قابل دسترسی است.

یادداشت: تألیف حسین اکبری یزدی، مهرزاد حمیدی، سید نصرالله سجادی، محمد خبیری.

شماره افزوده: اکبری یزدی، حسین، ۱۳۶۰-

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۱۲۳۵۵



نام کتاب: مدیریت کیفیت در ورزش با رویکرد سروکوال و QFD

تألیف: حسین اکبری یزدی، مهرزاد حمیدی، سید نصرالله سجادی، محمد خبیری

ناشر: علم و دانش

نوبت چاپ: اول، آذر ۱۳۹۳

چاپ/صحافی: علم و دانش

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

نشانی: تهران، میدان انقلاب، خیابان انقلاب، بین خیابان اردیبهشت و ۱۲ فروردین، ساختمان ۳۱۰، طبقه زیر عمکفا.

تلفن: ۶۶۴۱۵۴۵۹-۶۰

ایمیل: teymori\_۱۳۵۵@yahoo.com

سایت: [www.elmo-danesh.ir](http://www.elmo-danesh.ir)

## فهرست مطالب :

|    |                                                       |
|----|-------------------------------------------------------|
| ۱  | دیباچه:                                               |
| ۵  | فصل اول مفاهیم کیفیت و مشتری                          |
| ۶  | بخش اول : مبانی نظری و مفاهیم مرتبط                   |
| ۶  | ۱-۱- کیفیت                                            |
| ۱۴ | ۱-۳- عوامل کیفیت                                      |
| ۱۵ | ۱-۴- مشتری و اهمیت آن در سازمان                       |
| ۱۷ | ۱-۴-۱- انواع مشتریان                                  |
| ۱۹ | ۱-۴-۲- انواع مشتری از نظر رفتاری                      |
| ۲۰ | ۱-۴-۳- جنبه‌های نیاز مشتریان                          |
| ۲۱ | ۱-۴-۴- تقسیم بندی نیازمندیهای مشتریان از نظر کانو     |
| ۲۶ | ۲-۴-۵- زوال مشتری                                     |
| ۲۷ | ۲-۴-۶- مهم ترین اثرب رضایت مشتری بر فرایندهای سازمان  |
| ۲۸ | ۲-۴-۷- تاثیر رضایت و وفاداری مشتری                    |
| ۲۹ | بخش دوم: تحقیقات مرتبط با کیفیت در ورزش               |
| ۳۷ | بخش سوم: تعریف واژگان فصل                             |
| ۳۸ | بخش چهارم: منابع فصل اول                              |
| ۴۱ | فصل دوم ورزش و کیفیت خدمات                            |
| ۴۲ | بخش اول : مبانی نظری و مفاهیم مرتبط                   |
| ۴۲ | ۲-۱- خدمات                                            |
| ۴۳ | ۲-۱-۱- مشخصه‌های ویژه خدمات و وجوه تمایز آن با کالاها |
| ۴۶ | ۲-۱-۲- مفهوم جدید خدمت به مشتریان                     |
| ۴۶ | ۲-۱-۳- بسته خدمات                                     |
| ۴۷ | ۲-۱-۴- اصول مدیریت خدمات                              |
| ۴۸ | ۲-۱-۵- انواع مراکز خدماتی                             |
| ۵۰ | ۲-۱-۷- آمیخته بازاریابی خدمات                         |
| ۵۱ | ۲-۲- ویژگی‌های خاص ورزش                               |

|     |                                                                             |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------|
| ۵۳  | ۲-۳- کیفیت خدمات                                                            |
| ۵۷  | ۲-۳-۱- بررسی علل بالقوه کمبود کیفیت خدمات                                   |
| ۵۸  | ۲-۳-۲- ضرورت توجه به کیفیت خدمات                                            |
| ۶۰  | ۲-۳-۳- ابعاد کیفیت خدمات                                                    |
| ۶۱  | ۲-۳-۴- کیفیت خدمات و رضایت مشتری                                            |
| ۶۳  | ۲-۳-۵- شکاف‌های خدمات                                                       |
| ۶۵  | بخش دوم: تحقیقات مرتبط با کیفیت خدمات در ورزش                               |
| ۷۳  | بخش سوم: تعریف واژگان فصل                                                   |
| ۷۴  | بخش چهارم: منابع فصل دوم                                                    |
|     | <b>فصل سوم مدل‌های اندازه‌گیری کیفیت خدمات در ورزش با تأکید بر فن کیفیت</b> |
| ۷۷  | خدمات (سروکوال)                                                             |
| ۷۸  | بخش اول: مبانی نظری و مفاهیم مرتبط                                          |
| ۷۸  | ۳-۱- سنجش کیفیت خدمات                                                       |
| ۸۰  | ۳-۱-۱- طبقه‌بندی مدل‌های کیفیت خدمات                                        |
| ۸۳  | ۳-۱-۲- فن کیفیت خدمات (سروکوال)                                             |
| ۸۸  | ۳-۱-۳- ابعاد مدل سروکوال                                                    |
| ۹۹  | ۳-۲- مدل‌های کیفیت خدمات در ورزش و تفریحات                                  |
| ۱۰۶ | بخش دوم: تحقیقات مرتبط با مدل‌های کیفیت خدمات                               |
| ۱۱۸ | بخش سوم: تعریف واژگان فصل                                                   |
| ۱۱۹ | بخش چهارم: منابع فصل سوم                                                    |
| ۱۲۱ | <b>فصل چهارم گسترش عملکرد کیفیت (QFD)</b>                                   |
| ۱۲۲ | بخش اول: مبانی نظری و مفاهیم مرتبط                                          |
| ۱۲۴ | ۴-۱-۱- تعاریف QFD                                                           |
| ۱۲۷ | ۴-۱-۲- اهداف و مزایای QFD                                                   |
| ۱۲۹ | ۴-۱-۳- تاریخچه پیدایش QFD                                                   |
| ۱۳۲ | ۴-۱-۴- طراحی سنتی در مقابل طراحی به کمک QFD                                 |
| ۱۳۷ | ۴-۱-۵- معرفی QFD به سازمان                                                  |

|     |                                                                                   |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|
| ۱۳۹ | ۴-۱-۶- رویکردهای مرتبط با QFD                                                     |
| ۱۴۱ | ۴-۱-۷- تشریح روش چهار مرحله ای                                                    |
| ۱۴۵ | ۴-۱-۸- جدول تدای مشتری VOCT                                                       |
| ۱۵۰ | ۴-۱-۹- مثال: پیاده سازی نظرات مشتری در تولید محصول پیتزا                          |
| ۱۵۵ | ۴-۲- QFD در سازمان های خدماتی                                                     |
| ۱۵۷ | بخش دوم: تحقیقات مرتبط با QFD                                                     |
| ۱۶۸ | بخش سوم: تعریف واژگان فصل                                                         |
| ۱۶۹ | بخش چهارم: منابع فصل چهارم                                                        |
|     | <b>فصل پنجم گسترش عملکرد کیفیت (QFD) در لیگ برتر فوتبال ایران ( مطالعه موردی)</b> |
| ۱۷۳ | بخش اول: مقدمه و روش انجام پژوهش                                                  |
| ۱۷۴ | ۱-۱- روش های جمع آوری اطلاعات                                                     |
| ۱۷۸ | ۱-۲- نتایج مصاحبه های کیفی و مطالعات کتابخانه ای در خصوص صدای مشتری               |
| ۱۷۹ | ۱-۳- نتایج توصیفی تحلیل شکاف                                                      |
| ۱۸۴ | ۲-۱- خانه کیفیت ( ماتریس ویژگی های خدمت )                                         |
| ۱۸۸ | بخش سوم: منابع فصل پنجم                                                           |
| ۲۰۰ |                                                                                   |