

ارزبایی کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی

تألیف

نوید حقیقت

سرشناسه: حقیقت، نوید، ۱۳۶۷ -
 عنوان و نام پدیدآور: ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی / تألیف نوید حقیقت
 مشخصات نشر: مشهد: انتشارات مناجات، ۱۳۹۵
 مشخصات ظاهری: ۲۰۶ ص.
 شابک: ۱۵۰۰۰۰ ریال : ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۸۲-۱۱-۰
 وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
 یادداشت: کتابنامه
 موضوع: حمل و نقل هوایی
 موضوع: Aeronautics, Commercial
 موضوع: خدمات - کنترل کیفی
 موضوع: Service industries -- Quality control
 موضوع: مدیریت خدمات مشتری - کنترل کیفی
 موضوع: Customer services -- Quality control
 موضوع: خدمات مشتری - ارزشیابی
 موضوع: Customer services -- Evaluation
 موضوع: مصرف‌کننده - رضایت
 موضوع: Consumer satisfaction
 رده‌بندی کنگره: ۴۱۳۹۵ الف ۷/۶/۱
 رده‌بندی دیویی: ۳۸۷/۷
 شماره کتابشناسی ملی: ۴۵۸۲۷۶۷

ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی

مؤلف: نوید حقیقت

ناشر: انتشارات مناجات، ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۸۲-۱۱-۰

فهرست مطالب

۸	داده
۱۰	بیمه خدمات
۱۰	تعاریف خدمات
۱۵	تعاریف کیفیت
۲۱	کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی
۲۲	ارزیابی کیفیت خدمات
۲۴	عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت خدمات
۲۴	تمرکز بر رضایت مشتریان
۲۸	نحوه تأثیر عوامل مختلف بر رضایت مشتریان
۲۸	عوامل بهداشتی
۲۹	عوامل بهبود بخش
۲۹	عوامل دارای آستانه دوگانه
۲۹	اثر نارضایتی مشتریان از کیفیت خدمات
۳۱	آموزش، ایجاد انگیزه و توانمندسازی کارمندان
۳۶	رویکردهای مدیریت کیفیت خدمات
۳۶	رویکرد واکنشی یا انفعالی
۳۶	رویکرد استراتژیک یا فعالانه

- ۳۷..... استراتژی‌های ارائه خدمت و برقراری ارتباط با مشتریان
- ۴۱..... انواع صنایع خدماتی
- ۴۲..... دلایل رشد صنایع خدماتی
- ۴۳..... نقش خدمات در توسعه اقتصاد
- ۴۵..... دیدگاه‌های اساسی در نگرش به کیفیت
- ۴۶..... اهمیت و ضرورت کیفیت خدمات
- ۴۸..... شاخص‌های اندازه‌گیری کیفیت خدمات
- ۴۹..... کیفیت خدمات در بخش دولتی
- ۵۰..... شاخص‌های کیفیت در بخش دولتی
- ۵۲..... موانع بهبود کیفیت خدمات در بخش دولتی
- ۵۴..... تفاوت‌های ارائه خدمات در بخش دولتی و خصوصی
- ۵۴..... خصوصی‌سازی و نقش آن در بهبود کیفیت خدمات
- ۵۵..... توسعه و رشد خصوصی‌سازی
- ۵۵..... انتظارات مشتری و کیفیت خدمات
- ۵۸..... کیفیت خدمات و وفاداری مشتری
- ۵۸..... کیفیت خدمات و خرید مجدد
- ۶۰..... کیفیت خدمات و سودآوری
- ۶۱..... کیفیت خدمات و خلق ارزش برای مشتریان
- ۶۴..... استراتژی‌های خلق ارزش برای مشتریان
- ۶۴..... رویکردهای ارزیابی ارزش

- ۶۵..... تنوری ارزش مصرف
- ۶۶..... جوایز ملی کیفیت
- ۶۷..... پیشینه جوایز ملی کیفیت
- ۶۷..... معیارهای جوایز کیفیت
- ۶۹..... جوایز جهانی اسکای ترکس در ارزیابی کیفیت خدمات هواپیمایی
- ۷۲..... دسته بندی مدل های ارزیابی کیفیت خدمات
- ۷۳..... مدل های آمیزش معیارهای ابعاد کیفیت خدمات
- ۷۶..... مدل های ارائه دهنده ابزار سنجش کیفیت خدمات
- ۸۰..... مدل های مفهومی کیفیت خدمات
- ۸۹..... مدل های تعیین کننده شرایط کیفیت خدمات
- ۹۶..... روند توسعه مدل ها در ارزیابی کیفیت خدمات
- ۹۶..... توسعه مدل تحلیل اهمیت-کارایی
- ۹۸..... انتقادات وارد بر مدل تحلیل اهمیت-کارایی
- ۱۰۰..... توسعه مدل سروکوال
- ۱۰۲..... انتقادات وارد بر مدل سروکوال
- ۱۰۷..... توسعه مدل سروپرف
- ۱۰۸..... انتقادات وارد بر مدل سروپرف
- ۱۰۹..... توسعه مدل سروپکس
- ۱۱۱..... توسعه مدل های دارای ساختار سلسله مراتبی

- ۱۱۷..... پژوهش‌های ارزیابی کیفیت خدمات در حوزه‌های مختلف
- روش‌های تحلیل گوناگون داده‌ها در ارزیابی کیفیت خدمات
- ۱۲۸..... هواپیمایی
- ۱۲۹..... مدل‌سازی ساختاری و تحلیل عاملی
- ۱۲۹..... روش تحلیل‌های کیفی
- ۱۳۱..... روش تعادل خاکستری
- ۱۳۳..... روش‌های تصمیم‌گیری چندشاخصه
- ۱۳۴..... روش تصمیم‌گیری چندشاخصه فازی
- ۱۳۶..... روش‌های ترکیبی تصمیم‌گیری
- دلایل نیاز بهبود دائمی شاخص‌ها در روش‌های تحلیل داده‌ها در ارزیابی
- ۱۳۷..... کیفیت خدمات
- ۱۳۸..... پژوهش‌های ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی
- گردآوری مجموعه شاخص‌های ارزیابی کیفیت خدمات صنعت
- ۱۴۷..... هواپیمایی
- ۱۵۲..... ارائه چارچوب ارزیابی کیفیت خدمات هواپیمایی در ایران
- ۱۵۷..... مدل مفهومی چارچوب ارزیابی
- ۱۵۸..... شاخص‌های چارچوب ارزیابی
- ۱۶۲..... روش‌های تحلیل داده‌های چارچوب ارزیابی
- ۱۶۴..... شناسایی روابط بین شاخص‌ها
- ۱۶۸..... سنجش میزان اهمیت شاخص‌های ارزیابی کیفیت خدمات

رتبه‌بندی شرکت‌های هواپیمایی از نظر مسافirin	۱۷۱
رتبه میانگین هر شاخص به تفکیک هر شرکت هواپیمایی از نظر	
مسافirin	۱۷۳
بررسی تأثیر رده سنی و سطح تحصیلات بر میزان رضایت مسافirin از	
کیفیت خدمات هواپیمایی	۱۷۵
تأیید رایج جاذبه بومی ارزیابی کیفیت خدمات هواپیمایی با مطالعات	
قبل	۱۷۷
پیشنهادات حاصل از ارزیابی شرکت‌های هواپیمایی داخلی	۱۸۳
منابع	۱۸۸
پیوست‌ها	۱۹۵
پرسشنامه شناسایی روابط مؤثر بین نیازها	۱۹۵
پرسشنامه سنجش اهمیت نسبی معیارها	۱۹۷
پرسشنامه ارزیابی مسافirin از شاخص‌های کیفیت خدمات شرکت‌های	
هواپیمایی	۲۰۱

مقدمه

امروزه با پیشرفت فناوری و ارتباطات در تمام زمینه‌ها دنیا به دهکده جهانی تبدیل شده است. حمل و نقل سریع کمک شایانی به بهبود ارتباطات می‌کند به طوری که استفاده از خدمات حمل و نقل هوایی به طور چشمگیری در حال افزایش است. رشد روزافزون تعداد مسافران، سفرهای هوایی، کسب و کار پررونقی را برای شرکت‌های هواپیمایی رقم زده است. شرکت‌های هواپیمایی زیادی با تلاش در بهبود کیفیت خدمات خود سعی در حفظ مشتریان و تصاحب سهم بیشتری از بازار هستند. در این محیط پرقابله کوچک‌ترین بی‌توجهی به مشتریان سبب از دست رفتن بخش عمده‌ای از بازار شرکت‌های هواپیمایی و ریزش تنگی آن‌ها می‌شود. از این رو توجه به نحوه بهبود کیفیت خدمات نقش عمده‌ای در پیشبرد راهبرد شرکت‌های هواپیمایی و حفظ بازار آن‌ها را دارد.

با رکود جهانی اقتصاد، بیشتر شرکت‌های هواپیمایی تمام تلاش خود را برای حفظ بقا انجام می‌دهند. آن‌ها مجبورند تا جایی که امکان دارد هزینه‌ها و در نتیجه خدمات خود را کاهش دهند. بنابراین ضروری است که مدیران این شرکت‌ها

بدانند که مشتریانشان دقیقاً به چه خدماتی نیاز دارند و چه خدماتی از اهمیت کمتری نزد آن‌ها برخوردار است.

با رشد روزافزون صنایع خدماتی، بخش خدمات توجه زیادی را به خود جلب کرده است و در این راستا تلاش‌هایی جهت ساخت ابزارهای کیفیت خدمات صورت گرفته است. با وجود این تلاش‌ها ارائه و مدل و ابزاری جهت اندازه‌گیری کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی ایران امری بسیار مشکل است.

در این کتاب ابتدا به بیان مفاهیم مربوط به کیفیت و خدمات و عوامل مؤثر در بهبود کیفیت خدمات و بررسی انواع روش‌ها و معیارهای ارزیابی کیفیت خدمات در صنایع مختلف و در صنعت هواپیمایی پرداخته شده است. همچنین روند توسعه مدل‌ها، معیارها و روش‌های سنجش کیفیت خدمات در صنایع مختلف به صورت عام و در صنعت هواپیمایی به صورت خاص تشریح شده است و با توجه به مطالعات مختلف و درک نحوه توسعه مدل‌ها و روش‌های ارزیابی کیفیت خدمات، چارچوبی جهت ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی ایران ایجاد شده است. به کمک چارچوب ایجاد شده می‌توان با توجه به نظر متخصصین و مسافران شرکت‌های هواپیمایی به ارزیابی و رتبه‌بندی کیفیت خدمات شرکت‌های هواپیمایی در ایران پرداخت. با توجه به اینکه درک کیفیت خدمات در صنعت هواپیمایی از نظر سازمان‌ها و افراد مختلف گوناگون است، ایجاد مدلی بومی جهت ارزیابی کیفیت خدمات صنعت هواپیمایی با توجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی و

فناورانه ایران می‌تواند کمک شایانی به روشن کردن زوایای پنهان کیفیت خدمات صنعت هواپیمایی در ایران نماید.

کیفیت خدمات

کیفیت خدمات چارچوبی پایدار است که هدایت‌کننده کارایی خدمات در تمام فعالیتهایی است که توسط مدیران و کارمندان انجام می‌شود. در تعریفی دیگر، میزان هوشمندی، راکت و انتظارات مشتری از خدمت دریافت شده توسط وی، کیفیت خدمات نامیده می‌شود. درک بهتری از انتظارات مشتریان مهم‌ترین قدم در تعریف و ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان است.

تعاریف خدمات

خدمات چیزهایی هستند که لمس نمی‌شوند، دیده نمی‌شوند و در عین حال اعمال و نتایجی را به وجود می‌آورند که آن‌ها نیز لمس ناپذیرند. خدمات شامل تمام فعالیت‌های اقتصادی است که پیامد آن‌ها محصول یا ساختار فیزیکی نیست و در زمانی که تولید می‌شوند، مورد مصرف قرار می‌گیرند و از طریق مواردی همچون: آسایش، سرگرمی، مناسبیت زمانی، آرامش و سلامتی که اساساً مفاهیم لمس ناپذیری هستند، ارزش افزوده ایجاد می‌کنند. یک خدمت نتیجه‌ای است که مشتریان می‌خواهند و توسط جذابیت در یک فرایند تعاملی با مشتری حاصل می‌شود.