

به نام خدا

## کیفیت خدمات

ترجمه:

دکتر سید علیرضا سید صالحی

|                     |   |                                                                       |
|---------------------|---|-----------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : | شنايدر، بنيامين، ١٩٣٨ م. Schneider, Benjamin                          |
| عنوان و نام پديدآور | : | گيفيت خدمات/بنيامين شنايدر، سوزان اس وايت؛ ترجمه سيد عليرضا سيدصالحى. |
| مشخصات نشر          | : | قزوین: دانشگاه آزاد اسلامي، واحد قزوین، مرکز انتشارات علمي، ١٣٩٠.     |
| مشخصات ظاهري        | : | ١٦٠ ص.                                                                |
| شابک                | : | 978-964-10-1029-6                                                     |
| يادداشت             | : | Service quality : research perspectives, C2004 عنوان اصلي:            |
| موضوع               | : | خدمات مشتری - کنترل کيفي - تحقيق                                      |
| موضوع               | : | خدمات مشتری - مديريت - تحقيق                                          |
| موضوع               | : | مصرف کنندگان - رضاييت - تحقيق                                         |
| شناسه افزوده        | : | وايت، سوزان اس.                                                       |
| شناسه افزوده        | : | White, Susan S.                                                       |
| شناسه افزوده        | : | سيدصالحى، سيدعليرضا، ١٣٥٦ - مترجم                                     |
| شناسه افزوده        | : | دانشگاه آزاد اسلامي، واحد قزوین، مرکز انتشارات علمي                   |
| رده بندي کنگره      | : | HF٥٨٥٤١٥/الف ١٣٩٠-٩٥٥                                                 |
| رده بندي ديويي      | : | ٨١٢/٦٥٨                                                               |
| شماره کتابشناسي ملي | : | ٢٥٢٥٠٢٠                                                               |



|             |   |                                           |
|-------------|---|-------------------------------------------|
| عنوان کتاب  | : | گيفيت خدمات                               |
| مترجم       | : | دکتر سيد عليرضا سيدصالحى                  |
| ناشر        | : | سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامي |
|             | : | دانشگاه آزاد اسلامي قزوین                 |
| طرح جلد     | : | پرويز زارعى                               |
| چاپ و صحافي | : | محييا                                     |
| سال انتشار  | : | ١٣٩٠                                      |
| نوبت چاپ    | : | اول، پاييز ١٣٩٠                           |
| شمارگان     | : | ٢٠٠٠ نسخه                                 |
| قيمت        | : | ٤٠٠٠ تومان                                |
| شابک        | : | ٩٧٨-٩٦٤-١٠-١٠٢٩-٦                         |

**• گلييه حقوق چاپ و نشر براي ناشر محفوظ است •**

|                  |   |                                                    |
|------------------|---|----------------------------------------------------|
| ساختمان مرکزی    | : | قزوین، بلوار نخيگان، دانشگاه آزاد اسلامي قزوین     |
| تلفن انتشارات    | : | ٢٨١-٣٦٦٥٢٧٥ - (٢٠ خط)                              |
| مرکز پخش قزوین   | : | ٢٨١-٣٦٧٥٧٨٧                                        |
| مراکز فروش تهران | : | ٠٢١-٦٦٩٥١٦٤٦٠، ٦٦٤٨٣٢٥١، ٦٦٩٧٢٥٣٩، ٦٦٤٩٤٥٤١        |
| آدرس سايت        | : | <a href="http://www.qiau.ac.ir">www.qiau.ac.ir</a> |
| پست الکترونيک    | : | <a href="mailto:spc@qiau.ac.ir">spc@qiau.ac.ir</a> |

### پیشگفتار مترجم

امروزه شاهد سیطره فعالیت‌های خدماتی بر زندگی بشر می‌باشیم، به گونه ای که انسان مدرن از بامدادان تا شامگاهان به طور متناوب با خدمات گوناگونی همچون حمل و نقل، بهداشت و درمان، آموزش، بانکداری و بیمه، هتلداری و موارد دیگری از این دست می‌باشد.

غلبه فعالیت‌های خدماتی بر زندگی بشر به موازات رشد و توسعه اقتصادی کشورها افزایش می‌یابد، به گونه ای که در بسیاری از کشورهای پیشرفته دنیا بیش از دو سوم جمعیت در حوزه خدمات مشغول به کار می‌باشند. در کشورهای در حال توسعه نیز سهم خدمات در استخدام و تولید ناخالص داخلی به سرعت رو به رشد است.

اهمیت روزافزون خدمات در عرصه کسب و کار سبب گردیده است تا دروس مدیریت و بازاریابی خدمات از دهه ۱۹۹۰ میلادی به طور گسترده در دانشگاه‌ها و مدارس بازرگانی سراسر دنیا تدریس شود. همچنین موضوع کیفیت خدمات نیز به عنوان مهمترین سرفصل در حیطه بازاریابی خدمات مورد توجه ویژه ای قرار گرفته است. با این وجود، در ایران شاهد رخوت و کم کاری در این زمینه می‌باشیم. به گونه ای که تعداد کتب منتشر شده در این زمینه از انگشتان دست تجاوز نمی‌کند. مهمتر اینکه معدود کتب انتشار یافته در زمینه کیفیت خدمات نیز نگاهی موشکافانه و پژوهش محور به این موضوع نداشته‌اند.

ترجمه این کتاب ارزشمند، با هدف کاهش نقصان علمی موجود در زمینه کیفیت خدمات و کمک به محققین و پژوهشگران، مورد توجه اینجانب قرار گرفت. امید است که این اثر مورد توجه مخاطبان آن قرار گیرد. به هر حال، مشتاقانه آماده دریافت نظرات و پیشنهادات تمامی خوانندگان محترم از طریق آدرس پست الکترونیک زیر می‌باشم:

**sas\_salehi@yahoo.com**

**سیدعلیرضا سید صالحی**

**پاییز ۱۳۹۰**

## فهرست مطالب

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| فصل اول                                    | ۱  |
| معرفی کیفیت خدمات                          | ۱  |
| خدمات به چه مفهومی است؟                    | ۱  |
| کیفیت چیست؟                                | ۶  |
| چرا مطالعه موضوع کیفیت خدمات اهمیت دارد؟   | ۸  |
| خلاصه                                      | ۱۷ |
| فصل دوم                                    | ۱۸ |
| مفهوم سازی و سنجش کیفیت خدمات              | ۱۸ |
| دیدگاه بازاریابی                           | ۱۸ |
| ابعاد کیفیت خدمات                          | ۱۸ |
| مدل های شکاف و نقش انتظارات در کیفیت خدمات | ۲۸ |
| کیفیت کلی خدمات                            | ۳۲ |
| اندازه گیری کیفیت کلی خدمات                | ۳۴ |
| کیفیت خدمات و رضایت مشتری                  | ۳۵ |
| انجام تحقیقات: دیدگاه یکپارچه              | ۳۸ |
| نتیجه گیری                                 | ۴۴ |
| فصل سوم                                    | ۴۵ |
| عملیات خدماتی و حضور مشتری                 | ۴۵ |
| مدل تماس مشتری در ارائه خدمات              | ۴۷ |
| طبقه بندی لاولاک در خصوص انواع خدمات       | ۵۲ |
| منافع بالقوه مشارکت مشتریان در تولید       | ۵۴ |

۵۶ ..... مدیریت تغییرپذیری، از طریق تمرکز بر مشتری

۵۹ ..... کاهش تغییرپذیری، با تمرکز بر تسهیلات و امکانات

۶۰ ..... رابطه رویه‌های عملیاتی با کیفیت خدمات و سود

۶۴ ..... مدیریت درآمد

۶۵ ..... نتیجه‌گیری

## ۶۸ ..... فصل چهارم

۶۸ ..... جو خدماتی

۶۹ ..... تعریف جو

۷۳ ..... جو خدماتی

۸۰ ..... پژوهشهای ارتباطی

۸۶ ..... خلق جو خدماتی

۹۹ ..... نتیجه‌گیری

## ۱۰۱ ..... فصل پنجم

۱۰۱ ..... نحوه نگرش به مشتریان و خدمات در حوزه‌های گوناگون

۱۰۳ ..... رویکردهای یکپارچه مدیریت خدمات

۱۱۲ ..... کیفیت خدمات و مدیریت منابع انسانی / رفتار سازمانی

۱۲۰ ..... خلاصه

۱۲۰ ..... نتیجه‌گیری: موضوعات پژوهشی آینده

۱۳۰ ..... فهرست منابع