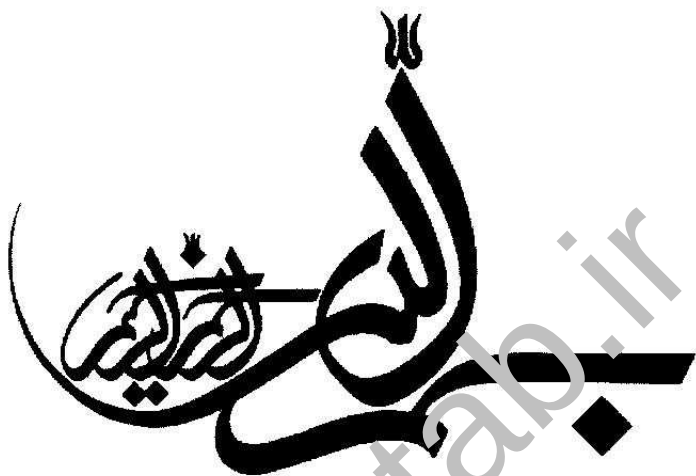




بررسی تاثیر نظام جبران خدمات کارکنان بر رضایت مشتری

مؤلف:

هنگامه مقیمی

۱۳۹۷

سرشناسه	مقیمی، هنگامه، ۱۳۵۱-
عنوان و نام پدیدآور	بررسی تاثیر نظام جبران خدمات کارکنان بر رضایت مشتری / تالیف هنگامه مقیمی.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات ماهواره، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	۸۸ ص
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۹-۴۹۲-۹
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۷۳
موضوع	کارکنان -- رضایت از کار
موضوع	Employees -- Job satisfaction
موضوع	کارکنان -- مدیریت
موضوع	Personnel management
موضوع	مصرف کنندگان -- رضایت
موضوع	Consumer satisfaction
رده بندی کنگره	۱۳۹۷ ق ۴ م ۶۷ / ۵۳۸۱
رده بندی دیویر	۱/۶۵۰
شماره کتابشناسی ملی	۵۵۳۶۵۷۵

عنوان: بررسی تاثیر نظام جبران خدمات کارکنان بر رضایت مشتری

مولف: هنگامه مقیمی

ناشر: تهران، ماهواره

نوبت چاپ: ۱۰۰، زمستان ۱۳۹۷

تیراژ: ۵۰ جلد

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

آدرس: میدان انقلاب، خ آزادی، کوچه مهرناز، ساختمان ۱۱۰، نیم طبقه، ۶۶۱۲۲۹۸۵

مسئولیت صحت مطالب و پاسخگویی به شکایات های حقوقی و معنوی کتاب بر عهده مولف می باشد.

کلیه حقوق برای مولف محفوظ است.

ماده ۲۳ قانون حمایت از مولفان و مصنفان- هر کس تمام یا قسمتی از اثر دیگری را که مورد حمایت این قانون است

به نام خود یا به نام پدید آورنده بدون اجازه او و یا عالماً عامداً به شخص دیگری غیر از پدید آورنده نشر یا پخش

یا عرضه کند به حبس تادیبی از شش ماه تا سه سال محکوم خواهد شد.

پیشگفتار

دنیای کسب و کار امروزی مملو از استرسها، چالشها، پویاییها و تغییرات است که همگی آنها زائیده پدیده‌ای به نام رقابت بشمار می‌روند. رقابتی بودن سازمان‌ها در این عصر به حدی است که رمز بقای سازمان‌ها در ایجاد و یا حفظ مزیت رقابتی خود نهفته و در این صورت است که می‌توانند در این دریای متلاطم به مثابه تخته‌ای بر آن چنگ نهند و زنده بمانند. یکی از ویژگیهای این دنیای رقابتی آنست که مشتریان سازمان انتظار بالایی در مورد کالا یا خدمات دریافتی داشته و در این مورد بسیار سختگیرانه و هوشمندانه عمل می‌کنند. از طرف دیگر، رقبا نیز سعی در ارائه بالاترین کیفیت با کمترین هزینه دارند. در هر دو طرف همه اینکه در تامین منابع مورد نیاز و فروش محصولات خود، همگی در یک سطح رقابتی و تقریباً هیچ عامل انحصاری در خرید یا فروش وجود ندارد. در چنین شرائطی سازمانها متوجه اهمیت ارتقای فرایندهای دورنی خود شده و سالهاست که در حال ارتقای آنند. به‌گیری از سیستم‌های کنترل کیفیت، بازاریابی و فروش، جذب و نگهداری مشتریان و تعالیهایی از این قبیل می‌تواند بر مزیت رقابتی سازمان افزوده و آنرا از دیدگاه مشتری به‌بیرین متمایز سازد.

همه اینها در حالی است که سازمان با مشتریهای داخلی که همان کارمندان و پرسنل هستند نیز مواجه بوده و باید به اندازه مشتریان خارجی برای آنان اهمیت قائل شود. البته باید توجه داشت که ایجاد رضایت در مشتریان داخلی و خارجی سازمان

اگر چه به یک اندازه مهم است ولی روشهای دستیابی به هر کدام متفاوت بوده، و برای هر یک روش ها و مکانیسم های مجزایی توصیه گردیده است.

www.ketab.ir

فهرست مطالب

فصل اول: جریان خدمات و نظام‌های مختلف حاکم بر آن	۱
فصل دوم: رضایت شغلی و تاثیر نظام پرداخت بر آن	۱۹
فصل سوم: کیفیت خدمات و بررسی مشخصه‌های آن	۳۳
فصل چهارم: بررسی رضایت‌مندی مشتری در سازمان‌های خدماتی	۵۹
فصل پنجم: جمع‌بندی نهایی	۶۵
منابع و مآخذ	۷۳