



مؤسسه فرهنگی هنری  
دیبگران تهران

**به نام خدا**



مؤسسه فرهنگی هنری  
دیبگران تهران

# مدیریت کیفیت در سازمان های خدماتی

مؤلفان:

اقبال جباری

محمد کشاورز



هر گونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

## ◀ عنوان کتاب: مدیریت کیفیت در سازمان های خدماتی

◀ مولفان: اقبال جباری

محمد کشاورز

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ صفحه آرای: فرناوش عبدالهی

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۳۹۸

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۴۰۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۲۱۶-۸

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

[WWW.MFTBOOK.IR](http://WWW.MFTBOOK.IR)

[www.dibbook.ir](http://www.dibbook.ir)

[www.dibagartehran.com](http://www.dibagartehran.com)

نشانی اینستاگرام دیبا [dibagaran\\_publishing](https://www.instagram.com/dibagaran_publishing) نشانی تلگرام: @mftbook

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید شغلی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتها و اپ دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

# فهرست مطالب

## فصل اول

### آشنایی با مفاهیم کیفیت

۱۰.....	تاریخچه کیفیت
۱۱.....	اعصار کیفیت
۱۸.....	اصول حرکت به سوی کیفیت
۱۸.....	مفهوم کیفیت
۲۴.....	کنترل کیفیت
۲۶.....	تفاوت کنترل کیفیت و بازرسی
۲۷.....	تقسیم بندی کیفیت
۲۸.....	مدیریت کیفیت
۲۸.....	اصول مدیریت کیفیت

## فصل دوم

### سازمان های خدماتی

۳۴.....	چیستی و ماهیت خدمات
۳۷.....	انواع خدمات
۳۸.....	طبقه بندی خدمات بر اساس فرآیند
۳۹.....	خدمات پس از فروش
۳۹.....	ماهیت سازمان های خدماتی
۴۱.....	عوامل کلیدی عملکرد سازمان های خدماتی
۴۳.....	مفهوم بهره وری در سازمان های خدماتی

## فصل سوم

### کیفیت خدمات (مفاهیم، سنجش و روشهای بهبود)

۴۵.....	جایگاه کیفیت در سازمانهای خدماتی
۴۷.....	ابعاد کیفیت در خدمات
۴۸.....	تعریف کیفیت در بخش خدمات
۵۳.....	کیفیت خدمات اصلی و خدمات جانبی
۵۵.....	رویکردهای مدیریت کیفیت خدمات
۵۷.....	دیدگاه سیستمی به کیفیت خدمات
۵۷.....	روش های بهبود کیفیت خدمات
۵۸.....	سنجش کیفیت خدمات
۶۰.....	هزینه های کنترل کیفیت در بخش خدمات
۶۰.....	فرآیند اندازه گیری کیفیت در خدمات
۶۱.....	کیفیت گرایی کارکنان
۶۳.....	جایگاه فرهنگ خلاقیت در سازمان های خدماتی

## فصل چهارم

### مدل ها و ابزارهای سنجش کیفیت در خدمات

۶۵.....	سنجش کیفیت در خدمات
۶۸.....	روش های سنجش کیفیت در خدمات
۸۰.....	مدل کیفیت عملکردی و فنی گرونروس
۸۳.....	رویکرد تجزیه و تحلیل شکاف
۸۹.....	مصادیق کنترل کیفیت در سازمان های خدماتی

فصل پنجم  
رضایت مشتری

رضایت مشتری ..... ۹۸

تعریف رضایت مشتری ..... ۹۸

فرایند ایجاد رضایت در مشتری ..... ۹۹

باشگاه مشتری ..... ۱۰۱

چارچوب رسیدگی به شکایات ..... ۱۰۴

منابع ..... ۱۰۷

خط مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌های است که بتواند  
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.  
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شعلی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه و به ویژه علوم کامپیوتر و انفورماتیک گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش روشن می‌نماید.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش‌های مستمر خود برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهند.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقایان اقبال جباری-محمدکشاورز" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

**کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش**

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش‌پژوه گرامی درخواست می‌نمایم با مراجعه به آدرس [dibagaran.mft.info](mailto:dibagaran.mft.info) (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را هدف خود می‌داند، یاری فرمایید.

امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران  
[bookmarket@mft.info](mailto:bookmarket@mft.info)

## مقدمه مولف

یکی از ویژگی‌های دهه‌های اخیر، افزایش آگاهی نسبت به اهمیت نقش خدمات در فرآیند توسعه اقتصادی، اجتماعی و بالاخص توسعه تکنولوژی است. اهمیت بخش خدمات در اقتصاد جهانی، از منظر کیفیت خدمات به نگرانی مهمی توسط فعالان و نیز مشتریان بدل شده است. جای تعجب نیست که مفهوم کیفیت و رابطه آن با صنایع خدماتی به تمایل بزرگ بسیاری در این بخش تبدیل شده است. با رونق یافتن صنایع بزرگ دنیا، شرکت‌های خدماتی بسیار گسترش یافته‌اند، ولی بسیاری از ابزار و تکنیک‌هایی که این سازمان‌ها استفاده می‌نمایند، برای استفاده سازمان‌های تولیدکننده محصول ایجاد شده‌اند. همچنین با توجه به تقویت جایگاه سازمان‌های خدماتی در عرصه‌های اقتصادی و اهمیت کیفیت در عرصه‌های رقابتی، موضوع کیفیت خدمات به عنوان یکی از محورهای کلیدی رقابت شناخته می‌شود. با عنایت به این دو مقوله، هر سازمان خدماتی باید برای ارتقای کیفیت خدمات خود، مدل‌های مفهومی متناسب را شناسایی کند.

باید توجه داشت که محصولات و خدماتی که توسط کشورهای توسعه یافته عرضه می‌گردد، به نحوی است که بشر امروزه شدیداً به آن نیازمند است و بدون آن، زندگی روزمره‌اش با مشکل مواجه می‌شود. هواپیما، نیروگاه، فاکس، اینترنت، موبایل، کامپیوتر، خدمات بانکی، بیمارستانی و بهداشتی، بازرگانی و امثال آنها را می‌توان برشمرد.

تحول سازمان‌های خدماتی به عنوان نیروی محرکه رشد، نظام‌های اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته را پویایی تازه‌ای بخشیده و بار دیگر موقعیت رهبری تولیدات صنعتی و کشاورزی جهان را برای آنها تثبیت کرده است.

افزایش اشتغال در بخش خدمات، توجه کشورهای پیشرفته را به این مسئله معطوف ساخت که شاهد تغییرات ساختاری در اقتصاد باشند. در نتیجه این تغییرات، اصطلاحات جدیدی از جمله انقلاب خدمات، اقتصاد جدید خدمات، دولت فوق صنعتی ظهور نمود که نمایانگر نقش مهم خدمات در اقتصاد می‌باشد.

دلیل دیگر اهمیت یافتن بخش خدمات که تأثیر عمده‌ای در بازنگری به این بخش گذاشته است، کشف ارتباط خدمات با فرآیند تولید و نیز فرآیند توسعه اقتصادی می‌باشد. مهمترین مشخصه‌ای که انقلاب خدمات به آن اشاره دارد ارتباط فزاینده بین خدمات تولیدی یعنی خدماتی که به عنوان ورودی به فرآیند تولید محصولات یا خدمات به کار برده می‌شوند. همچنین دیگر فعالیت‌های اقتصادی می‌باشد که روز به روز به نقش خدمات تولیدی در تولیدات صنعتی و دیگر بخش‌های اقتصادی افزوده می‌شود چرا که این نوع خدمات در رقابت‌پذیر کردن کالاها، خدمات، ارزش‌افزوده، صادرات کالاها و خدمات، نقش فزاینده‌ای دارند. لذا اثرات خدمات ممکن است به عنوان مثال شامل موارد زیر باشد:

### **(۱) منابع تقاضا برای کالاها یا خدمات**

### **(۲) ایجاد انگیزه برای نوآوری در سازمان‌های مصرف‌کننده یا عرضه‌کننده**

### **(۳) ایجاد رقابت در مهارت‌ها و دیگر منابع فنی**

با توجه به مطالب فوق جایگاه خدمات و سازمان‌های ارائه‌دهنده آن در اقتصاد و توسعه به شدت در حال رشد می‌باشد. رشد سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات موجب ایجاد رقابت شدیدی بین آنها گردیده و هر کدام از این شرکت‌ها و سازمان‌ها در اندیشه ارتقای خدمات و توسعه هر چه بیشتر خود هستند. در این میان ارتقای خدمات ارائه شده به مشتریان از جایگاه بسزایی برخوردار است.

علاقه مندی به اندازه‌گیری کیفیت خدمات بالاست و اندازه‌گیری کیفیت تجربه خدمات به عنوان بخش مهم از وظایف مدیریتی شناخته می‌شود. هرچند، چالش اصلی شناخت و اجرای مناسب‌ترین ابزارهای اندازه‌گیری برای این فعالیت است. در کتاب حاضر به دنبال تأکید بر اهمیت کیفیت خدمات، مفهوم سازی و اندازه‌گیری کیفیت خدمات و نیز روابط بین کیفیت خدمات، رضایت مشتری و حفظ مشتری هستیم.