

عنوان مقاله:

اولویت بندی ابعاد کیفیت در سازمان های خدماتی: مقایسه‌های بین دو تکنیک جبرانی و غیرجبرانی

محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت صنعتی، دوره 4، شماره 4 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

عزت الله اصغری زاده - دانشیار، دانشگاه تهران.

سید حسین احمدی - کارشناس ارشد، دانشگاه تهران.

شهلا یوسفی ده بیدی - کارشناس ارشد، دانشگاه خلیج فارس.

خلاصه مقاله:

رمز موفقیت سازمان‌های خدماتی را می‌توان در مشتری‌مداری و توجه به کیفیت خدمت جست و جو کرد. به دلیل اهمیت کیفیت خدمت در صنایع خدماتی و آثار برجسته آن بر خشنودی مشتری، همواره این سوال مطرح می‌شود که چگونه می‌توان کیفیت خدمت را سنجید. توجه به کیفیت در تمام سازمان‌هایی که به دنبال سرآمدی در بخش خدمات هستند، به عنوان مهم‌ترین دغدغه مدیران قلمداد می‌شود. همچنین، برای ایجاد کیفیت در سازمان، یک سری ابعاد تاثیرگذار هستند که باید به آن‌ها در ارائه خدمات توجه کرد. جامعه آماری ما کارمندان و مشتریان متخصص و خبره بانک پاسارگاد شیراز است که از این تعداد، ۲۵ نفر از کارمندان و ۳۲ نفر از بین مشتریان دائمی بانک برای پاسخ به پرسش‌نامه طراحی شده انتخاب شدند. با بررسی ادبیات پژوهش، ابعاد و مولفه‌های سنجش کیفیت خدمت در صنعت بانکداری شناسایی شدند. پس از پالایش ابعاد، آن‌ها دسته‌بندی شدند و سپس در قالب پرسش‌نامه‌ای در اختیار کارکنان و مشتریان بانک قرار گرفتند. پس از آن، با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی فازی (FAHP) و همچنین روش مارتل زاراس، این ابعاد از نظر مشتری و کارکنان بانک به صورت مجزا اولویت بندی شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که از بین ابعاد اشاره شده، بعد ادب و نزاکت میان مشتریان و کارکنان بانک در بین هردو تکنیک مورد بررسی از بالاترین امتیاز برخوردار است که اهمیت آن را از نظر مشتریان و کارکنان نشان می‌دهد. هردو تکنیک فازی و مارتل زاراس نتایج مشابهی را نشان داده‌اند.

کلمات کلیدی:

ابعاد کیفیت خدمات، تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی فازی، تکنیک مارتل زاراس، مشتری‌مداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1304356>

