

عنوان مقاله:

تجزیه و تحلیل تفاوت ادراک سازمان و مشتریان از کیفیت خدمات (مطالعه موردی شرکت بیمه ملت)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشنامه بیمه، دوره 23، شماره 1 (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 34

نویسندگان:

فتاح شریف زاده - عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری

محمد خانباشی - دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده مدیریت و حسابداری

خلاصه مقاله:

تاکنون مقوله رضایت مشتریان در سازمان های کشور ما کمتر مورد توجه بوده است. این در حالی است که به علت رشد شتابان صنایع خدماتی و نقش فزاینده آنها در اقتصاد ملی کشورها، ارائه خدمات با کیفیت از چالش های مهم پیش روی سازمان ها در عصر کنونی به شمار می آید. از حساس ترین اقدامات در جلب رضایت مشتریان و تامین نیازهای آن، برپایی یک مکانیزم پویای اطلاعاتی و ایجاد بازخورد بین مشتری و سازمان است. کارآمدی چنین مکانیزمی، عامل تعیین کننده در پیروزی سازمان و دستیابی به یک اهرم رقابتی توانمند است. در این پژوهش، سازمان خدماتی از زاویه دید اداره کنندگان آن (عرضه کنندگان خدمت) و نیز مراجعه کنندگان به آن (دریافت کنندگان خدمت) به طور تطبیقی مورد مطالعه قرار گرفته و سپس شکاف های احتمالی بین ادراک (تصور) سازمان و مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده، تبیین و تجزیه و تحلیل شده است. در نهایت، فاصله عملکرد موجود سازمان از حالت ایده آل یا آرمانی ارزیابی شده و در جهت رفع آن، راهکارهایی ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

خدمات، کیفیت، کیفیت خدمات، ادراک سازمان، ادراک مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/996193>

