

بیت از فیض

ارتقای کنست، خدمات در گردشگری و مهمان نوازی

نویسنده

اریک لوز

ترجمه

دکتر حمید ضرغام بروجنی

مرتضی خزائی پول - امیر خزائی پول

سرشناسه	لوز، اریک، ۱۹۴۵ - م.
عنوان و نام پدیدآور	Laws, Eric ارتقای کیفیت خدمات در گردشگری و مهمان‌نوازی/ نویسنده اریک لوز؛ مترجمین حمید ضرغام‌پروجنی، مرتضی خزائی پول و امیر خزائی پول.
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۲۳۲ ص: جدول.
شابک	978-600-8731-25-2
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	کتاب حاضر قبلاً تحت عنوان "توسعه خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی" با ترجمه محمدابراهیم گوهریان، مهین خالصی توسط انتشارات آراد کتاب، ۱۳۹۴ ترجمه و منتشر شده است.
یادداشت	Improving tourism and hospitality services, c2004.
عنوان دیگر	کتابنامه: c2004.
موضوع	توسعه خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی.
موضوع	گردشگری
موضوع	Tourism :
موضوع	صنعت مهمانداری
موضوع	Hospitality industry :
موضوع	مصرف‌کنندگان -- رضایت
موضوع	Consumer satisfaction :
شناسه ازدود	ضرغام پروجنی، حمید، ۱۳۲۹ - مترجم
شناسه افزوده	Zarghami Boruojoni, Hamid
شناسه افزوده	خزائی پول، مرتضی، ۱۳۶۶ - مترجم
شناسه افزوده	خزائی پول، امیر، ۱۳۶۶ - مترجم
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۶/۱۱۷ G۱۵۵
رده‌بندی دیویی	۹۱۲
شماره کتابشناسی ملی	۴۹۶۱۰۱

نام کتاب: ارتقای کیفیت خدمات در گردشگری و مهمان‌نوازی
مترجمین: حمید ضرغام‌پروجنی، مرتضی خزائی پول و امیر خزائی پول
ویراستار: ویدا چراغی
صفحه‌آرا: الوهاب
لیتوگرافی: باختر
چاپ و صحافی: گوهراندیشه
نوبت چاپ: دوم / ۱۳۹۹
تیراژ: ۴۰۰
قیمت: ۲۹۵۰۰۰ ریال
شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۲۵-۲

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، ترسیده به لبافی‌نژاد، کوچه انور، بلاک ۸، طبقه دوم، نشر

و پخش مهکامه
تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۶۴۸۸۲۰۳

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب‌فروشی آگاه
تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳ - ۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkame@yahoo.com
www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، تلفن: ۳-۳۲۲۱۷۰۰۰ (۰۶۱)

۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتاب‌فروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۳- اصفهان: میدان شهدا، خیابان کاوه، بعد از میدان ۲۵ آبان، کوی ولی عصر، پلاک ۴۱۹، پخش کتاب
کیمیا، تلفن: ۳۴۴۸۰۲۸۵ (۰۳۱۳)، موبایل: ۰۹۱۳۳۶۵۹۷۷۱

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)

۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نبش خلیلی، کتاب‌فروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)

۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتاب‌فروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublisher

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۵
سپاسگزاری.....	۱۷
مقدمه.....	۱۹
فصل اول / کیفیت خدمات در گردشگری مهمان‌نوازی.....	۲۳
مقدمه.....	۲۳
زمینه برای آرایه خدمات گردشگری معاصر.....	۲۵
شکست در خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی.....	۲۶
مطالعات موردی.....	۲۸
تحلیل کیفیت خدمات گردشگری.....	۳۱
نتیجه‌گیری.....	۳۳
فصل دوم / تحقیقات کیفیت خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی.....	۳۵
مقدمه.....	۳۵
ویژگی‌های متمایز خدمات گردشگری.....	۳۸
چالش‌های مدیریت خدمات.....	۴۱
نزدیک‌بینی در مدیریت خدمات.....	۴۲
مواجهه خدمات - لحظه حقیقت.....	۴۳
چارچوب نظری تحقیقات در خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی.....	۴۴

۴۹	تحقیقات کیفی و مطالعات موردی
۵۰	مطالعات موردی از مشکلات در خدمات
۵۲	نتیجه‌گیری

فصل سوم / تجزیه و تحلیل تجربه خدمات در گردشگری و مهمان‌نوازی

۵۳	مقدمه
۵۴	رویدادها در تجربیات گردشگران
۵۷	عوامل افزایشدهنده و کاهشدهنده رضایت
۵۸	مراعات، بخش‌ها و رویدادهای خدمت
۵۹	طبقه‌بندی شکاف مصرفی برای تحلیل مواجهه خدمت
۶۰	روش‌های تحقیق شکاف مصرفی
۶۱	روش دفتر خاطرات و مصاحبه‌دیت‌های آن
۶۲	کمترین تفاوت محسوس
۶۲	نظریه تحلیل محتوا
۶۳	فنون بررسی وقایع بحرانی
۶۵	انتظارات از واکنش‌ها به مشکلات در ارائه خدمات
۶۷	ترکیب تجربه خدمات و طراحی خدمات
۶۷	نتیجه‌گیری

فصل چهارم / سیستم‌های آرایه خدمت گردشگری و مهمان‌نوازی

۷۱	مقدمه
۷۱	ابعاد فنی سیستم‌های خدمات
۷۴	اهمیت سبک
۷۷	متغیرهای عملکردی
۷۸	اشتباهات طراحی
۸۱	الگوی خدمت
۸۳	نگاشت خدمات گردشگری
۸۵	طراحی الگوی خدمات
۸۶	طراحی الگوی خدمت به عنوان یک ابزار تحقیق

۹۵.....	الگوی خدمت ذهنی (ادراکی).....
۹۷.....	استدلال‌هایی برای تغییرات سازمانی.....
۱۰۰.....	نتیجه‌گیری.....

فصل پنجم / کیفیت خدمات و رضایت گردشگران..... ۱۰۱

۱۰۱.....	مقدمه.....
۱۰۱.....	تعریف کیفیت.....
۱۰۳.....	مسائل در کیفیت خدمات.....
۱۰۸.....	شکاف بین انتظارات و تجربه خدمات.....
۱۰۸.....	مدل سروکوال.....
۱۱۰.....	مدل سروکوال و گردشگری.....
۱۱۲.....	بحث درباره مدل سروکوال.....
۱۱۳.....	نارضایتی از خدمات.....
۱۱۴.....	هزینه‌های مدیریت کیفیت خدمات.....
۱۲۲.....	نتیجه‌گیری.....

فصل ششم / بازاریابی خدمات گردشگری و مهمان‌داری..... ۱۲۵

۱۲۵.....	مقدمه.....
۱۲۵.....	پارادایم بازاریابی خدمات.....
۱۲۶.....	اهمیت تأثیرگذاری بر انتخاب مصرف‌کننده.....
۱۲۹.....	خدمات اصلی و ارتقا یافته.....
۱۳۲.....	بسته‌های خدماتی.....
۱۳۴.....	متمایزسازی خدمات گردشگری.....
۱۳۶.....	جایگاه‌یابی خدمات گردشگری.....
۱۳۸.....	ادعاهای اغراق‌آمیز خدمات.....
۱۴۲.....	مسائل مرتبط با قیمت‌گذاری خدمات گردشگری.....
۱۴۴.....	قیمت‌گذاری تعطیلات جامع.....
۱۴۵.....	قیمت‌گذاری فصلی.....
۱۴۶.....	ثبت تقاضای دیر هنگام (لحظه آخر).....

۱۴۷.....	واکنش‌های به تأخیر در ارائه خدمات
۱۴۸.....	نسبی بودن قیمت به عنوان نشانه‌ای از کیفیت محصول
۱۵۰.....	کاهش سطح قیمت و گسترش تقاضا در بازار
۱۵۱.....	وفاداری مشتری
۱۵۲.....	بررسی بیشتر تصمیم خرید گردشگری: مشارکت مصرف‌کننده
۱۵۵.....	اهمیت زمان در تجربه خدمات گردشگری
۱۵۸.....	نتیجه‌گیری

فصل ۸. بهبود سیستم خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی ۱۵۹

۱۵۹.....	مقدمه
۱۶۰.....	مدیریت خدمات
۱۶۳.....	تعاملات خدمات دولتی و چندتایی
۱۶۴.....	مشارکت مشتریان در خدمات
۱۶۵.....	مواجهه خدمات
۱۶۸.....	عملکرد خدمات: مباحث بیشتر
۱۷۰.....	رویکرد تولید خدمت
۱۷۱.....	کنترل کیفیت
۱۷۲.....	استانداردهای خدمات
۱۷۳.....	کنترل کیفیت در خدمات گردشگری
۱۷۳.....	ایزو ۹۰۰۰
۱۷۴.....	ممیزی کیفیت
۱۷۶.....	مزایای سنجش کنترل کیفیت خدمات
۱۷۷.....	مشکل خدمات یا بحران خدمات؟
۱۷۸.....	درس گرفتن از شکایات
۱۷۹.....	وقفه در خدمات
۱۸۱.....	درک انتظارات مشتریان به هنگام مدیریت تأخیرها
۱۸۶.....	هزینه‌های کنترل کیفیت
۱۸۸.....	نتیجه‌گیری

۱۸۹	فصل هشتم / مدیریت سازمان گردشگری و مهمان‌نوازی
۱۸۹	مقدمه
۱۹۰	تفکرات نسل اول یا دوم درباره خدمات
۱۹۱	مدیریت شرکت‌های خدماتی
۱۹۴	جو سازمانی
۲۰۰	طراحی خدمات و فرهنگ سازمانی
۲۰۲	وابستگی متقابل در صنعت تعطیلات
۲۰۶	محدودیت‌های کنترل مدیریت
۲۰۸	بحث‌های بیشتر
۲۱۰	نتیجه‌گیری
۲۱۳	منابع و مآخذ

درک اهمیت خدمات و کیفیت آن در اقتصاد جهانی از اواخر دهه‌ی ۱۹۷۰ رو به فزونی نهاده است. شاهد این مدعا افزایش تعداد مقالات پیرامون این حوزه و موضوعات مرتبط همچون رضایت مشتری، خدمات مشتری و بازاریابی خدمات است. دهه‌ی ۱۹۸۰ دوره‌ی قلم‌فرسایی محققان برجسته در این حوزه بوده است. دهه‌ی ۱۹۹۰ دومین موج بررسی کیفیت از دیدگاه پژوهشگران زمینه‌های مختلف دانش‌شناسی، علوم اجتماعی و انسان‌شناسی بوده است که رویکردهای جدیدی را مطرح کرده‌اند.

ارایه خدمات به مشتریان، (یکی از مؤلفه‌های کلی بازاریابی و کیفیت)، اصلی‌ترین مزیت رقابتی می‌باشد. تأمین خواست‌های مشتریان و تسهیل رضایت آنان از خدمات دریافتی، چالشی است که بسیاری از شرکت‌ها با آن مواجهند. اگرچه از عوامل تعیین‌کننده‌ی کیفیت می‌تواند زمینه جذب و حفظ مشتری و از دست دادن آن را شناسایی نماید. در ادبیات نوین گردشگری به میزان قابل توجهی بر نقش کیفیت خدمات به عنوان یکی از شاخص‌های رضایت مشتری و عملکرد مناسب سازمان‌های گردشگری تأکید شده است. بسیاری از تعاریف کیفیت خدمات نیز بر پوشش نیازها و الزامات مشتریان متمرکز شده‌اند. بر اساس مطالعات پژوهشگران گردشگری، خدمات گردشگری پیچیده است و هر بعد آن می‌تواند سبب موفقیت یا شکست یک خدمت شود. از این‌رو، کیفیت خدمات، عاملی اساسی در ایجاد تمایز و مزیت رقابتی در حوزه‌ی گردشگری است.

کسب دانش پیرامون کیفیت خدمات برای افراد شاغل در بخش خدمات، پژوهشگران و دانشجویان علاقمند به مطالعات بازاریابی، امری اجتناب‌ناپذیر است. کتاب حاضر، حاصل

سال‌ها تجربه پروفیسور اریک لوز در زمینه‌ی کیفیت خدمات گردشگری است. جای خالی کتابی که بیان‌گر کیفیت خدمات در گردشگری و مهمان‌نوازی باشد مترجمان را بر آن داشت تا کتاب حاضر را به عنوان اولین کتاب ترجمه شده در این زمینه ارائه نمایند. از آنجا که کیفیت خدمات، اساسی‌ترین موضوع بازاریابی گردشگری است، کتاب حاضر می‌تواند به عنوان منبعی مفید برای دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد و راهنمایی ارزنده برای پژوهشگران این بخش مورد استفاده قرار گیرد. مطالعه‌ی این کتاب، برای استادان این حوزه، دانشجویان گردشگری و هتل‌داری، فعالان گردشگری و مهمان‌نوازی و نیز پژوهشگران علاقمند به پژوهش در این حوزه خالی از بهره نخواهد بود. در این کتاب، بیان مطالب به شیوه‌ای رسا و شفاف و انتقال مفاهیم به صورتی روشن و با دقت بسیار صورت گرفته است. با این حال، مترجمان اثر حاضر، کار خود را عاری از اشکال ندیده و مشتاقانه منتظر دریافت دیدگاه‌ها و پیشنهادات خوانندگان گرامی از طریق پست الکترونیک zarghan@ut.ac.ir هستند.

دکتر حمید ضرابی، دانشجوی دکتری، امیر خزائی پول