



دانشکده گردشگری

گروه مدیریت جهانگردی

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت جهانگردی (برنامه ریزی و توسعه)

عنوان:

بررسی اثر ایزو ۹۰۰۱ بر کسب مزیت رقابتی دفاتر خدماتی و مسافرتی از دیدگاه مدیران دفاتر

خدماتی و مسافرتی

استاد راهنما:

دکتر فرشاد حاج علیان

استاد مشاور:

دکتر یونس وکیل الرعایا

پژوهشگر:

زینب قهرمانلو

زمستان ۱۳۹۲

نقدیم به پدر و مادر عزیزم

که از نگاهشان صلابت

از رفتارشان محبت

و از صبرشان ایستادگی را آموختم

چکیده

با توجه به ماهیت صنعت گردشگری، که فعالیت در آن مستلزم رقابت با بنگاه و مقاصد گردشگری در سراسر دنیا است، دفاتر خدمات مسافرتی اگر بخواهند به جذب گردشگران بین المللی اقدام نمایند، راه حلی جز کسب مزیت رقابتی نمی توانند داشته باشند. با ظهور استانداردسازی الفبای رقابت و شرایط کسب مزیت رقابتی به طور بنیانی تغییر یافته است. صنعت گردشگری خود نیز به شدت به استانداردسازی وابسته است.

در این پژوهش دفاتر خدمات مسافرتی شهر تهران مورد بررسی قرار گرفته است. از آنجایی که استفاده از ایزو در راستای کسب مزیت رقابتی از طریق زنجیره ارزش شکل می گیرد، در این پژوهش ۲۱ شاخص اصلی در قالب ۷ مؤلفه که استفاده های مختلف از ایزو ۹۰۰۱:۲۰۰۸ در زنجیره ارزش را شامل می شود، مورد آزمون قرار گرفته است.

پژوهش از لحاظ هدف کاربردی است و جهت جمع آوری داده ها از اطلاعات کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. روایی پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق با استفاده از نظر خبرگان و پایایی آن بر اساس آزمون آلفای کرونباخ به دست آمده است. نرمال بودن داده ها با آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفته است و جهت آزمون مؤلفه ها و شاخص ها تحلیل عاملی تأییدی مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که استانداردسازی بر کسب مزیت رقابتی دفاتر مسافرتی از طریق هر سه راهبرد (رهبری در هزینه، تمایز و تمرکز) تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: ایزو، مزیت رقابتی، دفاتر خدمات مسافرتی.

بخش یک (کلیات تحقیق)

بیان کلی مساله تحقیق.....	۶
اهمیت پژوهش.....	۹
مجموعه فعالیت های دفاتر مسافرتی.....	۱۲
تاریخچه و تحقیقات انجام شده.....	۱۴
فرضیات تحقیق.....	۱۵
متغیرهای تحقیق.....	۱۶
اهداف تحقیق.....	۱۶
تعریف مفهومی واژگان.....	۱۷
نمودار فرآیند تحقیق.....	۱۸

بخش دوم (مبانی نظری تحقیق)

مبانی نظری استانداردهای ایزو ۹۰۰۰.....	۲۰
مزیت رقابتی و ابعاد آن.....	۴۴
صنعت گردشگری و دفاتر خدماتی مسافرتی.....	۶۲

بخش سوم (روش تحقیق)

۷۷	تشریح مولفه های پژوهش.....
۸۱	روش تحقیق.....
۸۳	روش گردآوری اطلاعات و داده ها.....
۸۳	جامعه آماری.....
۸۳	نمونه آماری و روش محاسبه حجم نمونه.....
۸۴	پرسشنامه.....
۸۵	ویژگی های فنی ابزارهای گردآوری داده ها.....
۸۸	روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
۸۹	تحلیل عاملی تاییدی.....

بخش چهارم (تجزیه و تحلیل داده ها)

۹۲	توصیف ویژگی های جمعیت شناختی نمونه.....
۹۵	آمار استنباطی.....
۹۷	ارزیابی بخش اندازه گیری مدل.....
۱۰۳	بررسی فرضیات تحقیق.....
۱۳۴	آزمون فرضیات فرعی در حالت کلی.....

بخش پنجم (نتیجه گیری)

نتیجه گیری.....	۱۴۳
ارائه پیشنهادات.....	۱۴۷

ضمایم

پرسشنامه.....	۱۶۲
منابع.....	۱۶۶

فهرست جداول

جدول (۱) تعداد گردشگران ورودی به مناطق مختلف جهان.....	۷۶
جدول (۲) تعداد خانوارها برحسب وضعیت سفر.....	۷۷
جدول (۳) آلفای کرونباخ.....	۹۷
جدول (۴) توزیع فراوانی مربوط به تحصیلات پاسخ دهندگان.....	۱۰۴
جدول (۵) توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان.....	۱۰۵
جدول (۶) توزیع فراوانی مربوط به سابقه خدمت پاسخ دهندگان.....	۱۰۶
جدول (۷) آزمون کولموگروف- اسمیرونوف.....	۱۰۸
جدول (۸) خلاصه نتایج آماری فرضیه اصلی.....	۱۱۷
جدول (۹) نتایج آزمون تی تک نمونه ای فرضیه اصلی.....	۱۱۷

جدول (۱۰) تا (۵۱) خلاصه نتایج آماری فرضیات فرعی ۱۱۸-۱۴۶

فهرست نمودارها و اشکال

۲۱	نمودار فرآیند تحقیق.....
۴۳	رابطه بین مفاهیم کیفیت.....
۴۴	زنجیره افزایشده ارزش.....
۴۵	گام های اجرای ایزو ۹۰۰۰.....
۴۷	مستندسازی ایزو ۹۰۰۰.....
۶۵	مدل الماس پورتر.....
۸۰	هشت اصل مدیریت کیفیت.....
۱۰۳	نمودار میله ای فراوانی تحصیلات پاسخ دهندگان.....
۱۰۴	نمودار میله ای فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان.....
۱۰۵	نمودار میله ای فراوانی سابقه خدمت پاسخ دهندگان.....
۱۰۸	تحلیل عاملی تاییدی شاخص راهبرد تمایز.....
۱۱۰	تحلیل عاملی تاییدی شاخص راهبرد ارزان فروشی.....
۱۱۲	تحلیل عاملی تاییدی شاخص راهبرد تمرکز.....

بخش یک

کلیات تحقیق

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از استفاده کننده های استانداردسازی بعد از صنایع دیگر شناخته می شود. ایزو ابزاری است که محیط رقابتی صنعت گردشگری را در جهان تغییر داده است و بررسی آثار آن بر محیط رقابت در ایران از اهمیت خاصی برخوردار می باشند، البته در این پژوهش دفاتر خدماتی و مسافرتی که یکی از مهمترین بخش های صنعت گردشگری می باشند، انتخاب شده اند. دلیل انتخاب این بخش از صنعت آن است که دفاتر خدماتی و مسافرتی نقش بسیار مهمی در زنجیره ارزش صنعت گردشگری کشور ایفا می کنند.

پیش شرط حضور در بازارهای گردشگری بین المللی چیزی جز کسب مزیت رقابتی نمی تواند باشد و کسب مزیت رقابتی در بازارهای گردشگری نیز بدون بهره گیری از فرصت های ایجاد شده بوسیله ایزو ناممکن به نظر می رسد. پنج نیروی رقابتی ماهیت رقابت را در یک صنعت تعیین می کنند. این پنج نیرو شامل: شدت رقابت بین رقبای موجود، تهدید ورود رقبای تازه وارد، قدرت چانه زنی مصرف کننده، تهدید ورود محصولات جایگزین به صنعت و قدرت چانه زنی تامین کننده. هدف راهبرد رقابتی دست یابی به مزیت رقابتی است که شرکت ها بتوانند با کسب آن در مقابل این عوامل به بهترین حالت ممکن از خود دفاع کنند.

استانداردسازی بر پنج نیروی رقابتی که شرکت ها در راستای کسب مزیت رقابتی مجبورند بر آنها پیشی بگیرند، تاثیر بسیار زیادی داشته است.

در این پژوهش می خواهیم به این نتیجه دست یابیم استانداردسازی و دریافت ایزو ۹۰۰۱ از دیدگاه مدیران دفاتر مسافرتی بر کسب مزیت رقابتی (تمایز، تمرکز، ارزان فروشی) تاثیری دارد؟

۱-۱ بیان کلی مسأله تحقیق

گردشگری یا جهانگردی به طور کلی به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می شود. هر چند که در سال های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود. واژه گردشگر از زمانی پدید آمد که افراد طبقه متوسط به مسافران طبقه اشراف پیوستند. از زمانی که مردم جامعه دارا تر شده و عمرشان طولانی تر شد، این امر ممکن و بدیهی شد که مردم طبقات پایین و متوسط جامعه که شغل ثابتی داشتند در سلامت و با اندوخته و پس اندازی کافی بازنشسته شوند (www.iranhotel.com). اغلب گردشگرها بیش از هر چیز به آب و هوا، فرهنگ، طبیعت مقصد خود علاقه مند هستند. ثروتمندان همیشه به مناطق دوردست سفر کرده اند، البته نه به صورت اتفاقی، بلکه در نهایت به یک منظور خاص: برای دیدن ساختمان های معروف و آثار هنری دیگر. آموختن زبان های جدید و چشیدن غذاهای متفاوت. گردشگری سازمان یافته امروزه یک صنعت بسیار مهم در تمام جهان است. بخش عمده اقتصاد ملی به شدت به توریسم وابسته است.

گاهی اوقات واژه گردشگری به صورت کنایه آمیز استفاده می شود. برای نشان دادن علاقه ای سطحی به جوامع و شگفتی های طبیعی که گردشگرها از آن دیدن می کنند. دو عامل مهم در بحث گردشگری شامل:

افزایش در آمد

وقتی جهانگردان به کشوری وارد می شوند الزاماً باید هزینه هایی را در آن کشور بپردازند مثل هزینه غذا و هزینه محل اقامت و هتل و مهمانخانه، هزینه تفریحات، هزینه حمل و نقل، هزینه گشت ها، تورها، و همچنین پولی که بابت خرید سوغاتی و کالای بومی کشور میزبان می پردازند و هزینه ورود به موزه یا مکان دیدنی این هزینه ها از طریق ارزی که وارد کشور میزبان می کنند باعث رونق اقتصادی کشور میزبان می شوند. به جهان گردان صادرات نامرئی هم می گویند.

ایجاد شغل

با توسعه فعالیت‌های جهانگردی زمینه برای ایجاد اشتغال فراهم می‌شود و این امر برای کشورهای که با جمعیت جوان و متقاضی روبه‌رو هستند بسیار مفید است از هر ده نفر توریست که وارد کشور میزبان می‌شود یک فرصت شغلی ایجاد می‌گردد. رونق گردشگری بر پایه چهار اصل مهم بنا شده است؛ جاذبه، امکانات، امنیت و تصویر. البته عوامل دیگری نیز در این امر موثر هستند ولی چهار عنصر فوق مهم ترین و اصولی ترین عوامل محسوب می‌شود (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۲؛ ش ۳۰۸۴).

دفتر خدمات مسافرتی، فراهم کردن مکان و موقعیتی مناسب برای مراجعه مشتری جهت مسافرت است. وظیفه چنین دفتری آماده سازی امکان ذخیره جا در یک برنامه تور، رزرو یک صندلی هواپیما یا تخت هتل و نظایر آن است. این دفتر همچنین منبعی اطلاعاتی برای مشتریان به حساب می‌آید که مشاوره و راهنمایی‌هایی را برای گذران بهتر سفر در اختیار ایشان قرار می‌دهد کارکنان این دفاتر متخصصینی هستند که نسبت به محصول عرضه شده از سوی موسسه خود اشراف کامل دارند (www.tahghigh.net).

مهم‌ترین دغدغه این دفاتر این است که چگونه و با استفاده از چه ابزاری می‌توانیم کیفیت محصولات و خدمات خود را تضمین کنیم و آیا نظام و قاعده‌ای برای این کار وجود دارد؟

پاسخ این سوال در استانداردهای تضمین کیفیت نهفته است. سازمان بین‌المللی استاندارد برای پاسخ به این نیاز شرکت‌ها از جمله دفاتر خدماتی مسافرتی، استانداردهای مختلفی را تعریف کرده است که معروف‌ترین این استانداردها ISO 9000 می‌باشد. راه اندازی و به‌کارگیری این نوع از استانداردها معمولاً مشخصه‌های فنی و الزامات کیفی لازم در همه ابعاد شرکت و فرایندهای آن را نشان می‌دهد (fa.parsethylene-kish.com).

سیستم‌های مدیریت کیفیت، آژانس‌های مسافرتی را ترغیب می‌کند تا نیازها و انتظارات مشتری را تحلیل کرده و به تعیین فرایندهایی که جهت دستیابی به محصول مورد قبول مشتری کمک می‌کند اقدام نمایند، و این فرایندها را تحت کنترل قرار دهند و دائماً بهبود بخشند تا احتمال افزایش رضایت مشتری و سای ر طرف‌های

ذینفع را بیشتر کند (www.parsjam.ir). همه صاحب نظران بر این باورند که با ظهور و گسترش استانداردسازی شیوه کسب مزیت رقابتی تحت تأثیر آن قرار گرفته است و این فرصت را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد که نیازهای مشتریان را در بخش‌های مختلف بازار شناسایی کرده و متناسب با راهبرد شرکت، بازار هدف را شناسایی کنند. شرکت زمانی خواهد توانست دارای مزیت رقابتی شود که بتواند در مقابل ۵ نیروی رقابتی (نشریح در فصل دوم)، بهترین لایه‌های دفاعی را برای خود ایجاد کند و فشار ناشی از این نیروها را کاهش دهد. در مواجهه با این نیروها شرکت‌ها سه نوع راهبرد عمومی برای پیشی گرفتن بر آنها پیش رو دارند که عبارتند از (پورتر، ۱۹۹۰؛ ص ۲۵):

رهبری در هزینه- تمایز- تمرکز.

محقق پس از مطالعه مقالات متعدد در خصوص استانداردسازی در صنایع مختلف به این مسأله دست یافت که دریافت گواهی‌نامه ایزو ۹۰۰۱ در صنایع گوناگون ضمن داشتن هزینه‌های گاهاً زیاد، منافع بسیاری را در پی داشته است که از جمله این مزایا می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

ایجاد اطمینان در مشتریان، ایجاد کنترل بیشتر بر فرایندهای سازمان، بهبود ارتباطات درون سازمانی، ایجاد بستری مناسب برای بهبود کیفیت، حفظ و ارتقاء سطح دانش فنی و سطح کیفیت، پیشگیری از تولید محصول نامنطبق، کاهش ضایعات و دوباره کاری‌ها در خط تولید، بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری، کاهش میزان شکایات مشتریان و محصول مرجوعی، عملکرد سیستماتیک و قابل پیش‌بینی، اصلاح خطاها و جلوگیری از وقوع مجدد آنها، گسترش فرهنگ سازی و تفکر سیستماتیک (داس ویل؛ ۱۳۷۹، ص ۶۹).

محقق پس از آشنایی با هلدینگ تخصصی پویندگان که مهم‌ترین فعالیت آنان دادن گواهی‌نامه به صنایع گوناگون از جمله هتل‌ها و دفاتر مسافرتی بود با تلاش بسیاری زیاد واحدهای مختلف گردشگری برای دریافت ایزو آشنا شد. حال مسأله ای که ذهن محقق را درگیر کرده است این است که با وجود سختی‌ها و گاهاً هزینه‌هایی

که استانداردسازی در پی دارد آیا واقعاً دریافت این گواهی نامه‌ها در روند کار دفاتر مسافرتی و کسب مزیت رقابتی از طریق هر کدام از راهبردهای تمایز، تمرکز و یا ارزان فروشی تأثیر دارد یا خیر؟

۲-۱ اهمیت پژوهش

گردشگری، سیاحت یا توریسم به طور کلی به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می‌شود. هر چند که در سال‌های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می‌شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود. (www.wikipedia.org).

دفاتر خدماتی و مسافرتی از بخش‌های مهم صنعت گردشگری می‌باشند. با عنایت به اینکه امروزه ارتباطات اقتصادی شکل تازه‌ای به خود گرفته و شرکت‌های تجاری، واحدهای اقتصادی و آموزشی با زبان مشترک استاندارد با یکدیگر در ارتباط هستند و هرروز فعالیت‌های آنان پیچیده‌تر می‌شود. از اینرو نیاز مؤسسات و سازمان‌ها به اطلاعات دقیق و صحیح برای کمک به مدیران در امر تصمیم‌گیری مقوله‌ای اجتناب ناپذیر است. در عصر حاضر، سازمان‌ها باید خود را با محیط در حال تغییر پیرامون خود مطابقت دهند و سازمان‌هایی که نتوانند خود را با دو نیروی تغییرات تکنولوژی و رقابت در افزایش سهم بازار تطبیق دهند، در بلند مدت قادر به ادامه‌ی حیات نخواهند بود. تجربه نشان می‌دهد در مراکزی که با این سیستم‌ها استقرار پیدا نموده‌اند شاهد کاهش چشمگیر هزینه‌های سازمان، کاهش خطای انسانی، عدم وابستگی سازمان به نیروی انسانی بوده‌ایم.

در حال حاضر بیش از دو هزار دفتر خدمات مسافرتی در کشور فعالیت می‌کنند که بیشتر آن‌ها در بخش تورهای خروجی فعال هستند. درجه بندی آژانس‌های مسافرتی، باهدف استانداردسازی و رسیدن به استانداردهای جهانی صورت می‌گیرد. هدف از این درجه بندی آن است که استانداردهای لازم برای دفاتر مسافرتی در کشور تعریف شود (www.amadeus.com). دفاتر خدماتی به دلایل متعدد گرایش دارند تا استانداردهای لازم را برای فعالیت خود کسب کنند از جمله این دلایل شامل: ارتقای کیفیت محصول،

برخورداری از نظام رسیدگی به شکایات مشتری، رعایت الزامات قانونی محصول، برخورداری از پرسنل شایسته و آموزش پرسنل، تعهد مدیر ارشد، رضایت کارکنان و مدیران، بهبود مستمر فرایندهای سازمان، ایجاد اطمینان در مشتریان نسبت به مطلوب بودن خدمات ارائه شده، افزایش رضایت مشتری از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی درون سازمانی، جذب اعتبار و دستیابی به بازارهای بین‌المللی و افزایش سهم بازار در رقابت با رقبای و نیز به عنوان یک پیش نیاز همکاری با شرکت‌های معتبر خارجی می‌باشد (www.iran-tejarat.com).

استاندارد به معنی یک الگو، ضابطه، قانون و دستورالعمل است که پیروی از آن موجب یکسان سازی فرایندها خواهد شد. (کیهان، ۱۳۸۸، ش ۱۹۳۸۳). هزینه‌های سنگین بازاریابی، هزینه‌های دفتر و محل استقرار و سایر هزینه‌های جانبی، مواردی است که هر دفتر برای جذب یک مشتری با آن روبرو است. بنابراین، فروش بیشتر، حفظ و نگهداری مشتریان فعلی، تسهیل در جذب مشتریان جدید و ارائه خدمات مناسب به مشتریان، به معنای کاهش هزینه‌های بازاریابی و در نتیجه افزایش سوددهی است، و استانداردسازی در این امر نقش اصلی را ایفا می‌کند (ابرهامولن، ۱۳۷۴؛ ص ۵۶).

شرکت‌ها و سازمان‌ها صرف نظر از نوع و اندازه و میزان سودآوری علاقمندی زیادی برای ثبت سیستم‌های مدیریتی همچون ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 دارند، زیرا باید نیازهای بازار، رضایت مشتری یا رکن‌مندی‌های قانونی و تجاری را پوشش دهند. اجرای سیستماتیک و موفق این استانداردها با هدف ارتقاء بهره‌وری و کاهش هزینه موجب می‌شود سازمان‌ها از قابلیت رقابتی بالا برخوردار گردند و به سودآوری برسند. آمارها نشان می‌دهد از مزایای استقرار و ثبت سیستم‌های مدیریت کیفیت در شرکت‌ها و برای مدیران مجموعه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۸۳٪ بهبود کنترل مدیریت گزارش

۷۰٪ بهبود واقعی در ارائه خدمات به مشتریان

۶۴٪ موفقیت در انعقاد قرارداد فروش و ارائه خدمات

۴۸٪ افزایش سهم بازار (www.hico.ir) .

پژوهش حاضر نیز به مدیران دفاتر مسافرتی کمک می‌کند تا با استانداردسازی دفاتر بتوانند فرآیند جدید و تازه‌ای را در آن‌ها به اجرا درآورند و سبب بهبود شرایط فعالیت در این دفاتر شود تا در نهایت خلاهای علمی موجود پر شود، از جمله علل اساسی علاقمندی سازمان‌ها برای دریافت گواهی‌نامه‌های استاندارد بین‌المللی ISO عبارتست از: بهبود فرآیندهای سازمانی، تولید محصول با کیفیت بهتر، کمک به بازاریابی و فروش بیشتر محصول و ایجاد تقاضا، حصول اطمینان از برآورده سازی نیازها و انتظارات مشتریان، کاهش ضایعات و دوباره کاری‌ها در خط تولید، بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری، کاهش میزان شکایات مشتریان و محصول مرجوعی، عملکرد سیستماتیک و قابل پیش بینی، اصلاح خطاها و جلوگیری از وقوع مجدد آن‌ها، گسترش فرهنگ سازی و تفکک سیستماتیک (داس ویل؛ ۱۳۷۹، ص ۶۹) .

محقق پس از مراجعه به دفاتر مسافرتی متعدد در سطح شهر تهران و توضیح نحوه دریافت ایزو و هزینه‌ها و مزایای حاصل از استانداردسازی، طی تدوین پرسشنامه‌ای نظرات مدیران این مجموعه‌ها را در خصوص اجرای این طرح و تأثیرات ناشی از دریافت گواهی‌نامه‌ها جویا شده است که می‌تواند برای پیشرفت بسیاری از این دفاتر زمینه فعالیتشان قرار گیرد. در فصل چهارم به تفصیل به این مسأله می‌پردازیم.

۳-۱ مجموعه فعالیت‌های یک دفتر مسافرتی

<p>اثر ایزو بر زیرساخت‌های موسسه (سیستم‌های مدیریت-برنامه ریزی- بودجه ریزی)</p> <p>استفاده از ایزو در تصمیم‌گیری مدیریت</p> <p>بهبود مدیریت کیفیت جامع از طریق ایزو</p> <p>مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی با استفاده از ایزو</p> <p>کاهش هزینه‌های مدیریت و برنامه ریزی از طریق ایزو</p>
<p>اثر ایزو بر مدیریت نیروی انسانی، آموزش- انگیزش- کارکنان- سیستم ارتباطی</p> <p>داشتن نیروی انسانی کارآمد از طریق ایزو</p> <p>به‌کارگیری سیستم‌های آموزش حین خدمت</p> <p>اثر ایزو در کاهش هزینه‌های نیروی انسانی</p>
<p>اثر ایزو بر تحقیق و توسعه</p> <p>طراحی تور بر مبنای سفارشی سازی و شخصی سازی</p> <p>تحقیقات بازار بر خط</p> <p>شناسایی و پ کردن خلاهای موجود در بازار</p>
<p>اثر ایزو بر تدارکات چگونگی خرید-سیستم خرید</p> <p>ارتباط بهتر دفاتر خدمات مسافرتی با هتل‌ها از طریق ایزو</p> <p>داشتن روابط بهتر با تور گردان‌ها</p> <p>کاهش هزینه‌ی تدارکات از طریق ایزو</p>

اثر ایزو بر تولید و ارائه خدمات

بهبود ارائه‌ی خدمات در دفاتر مسافرتی

کاهش قیمت ارائه خدمات

ارائه‌ی به موقع خدمات

اثر ایزو بر تبلیغات و بازاریابی و فروش

کاهش هزینه‌های بازاریابی از طریق ایزو

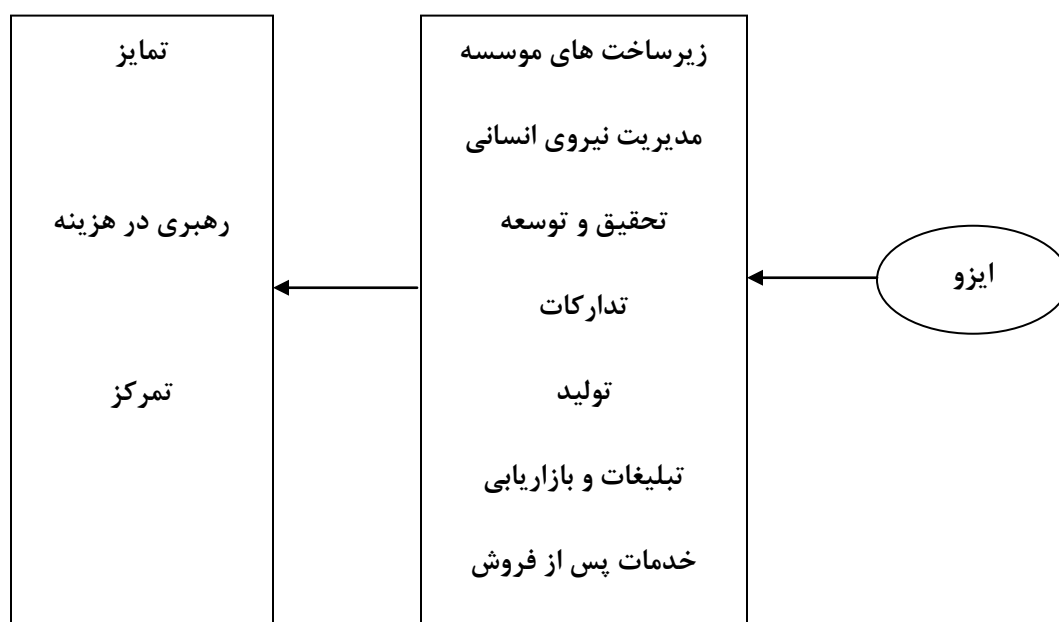
فعالیت‌های ترفیعی و تبلیغی از طریق ایزو

به‌کارگیری سیستم‌های ارتباط با مشتریان

اثر ایزو بر بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌های خدمات پس از فروش

کاهش هزینه‌های خدمات پس از فروش با بهره‌گیری از ایزو

بهبود کیفیت خدمات پس از فروش از طریق ایزو



۴-۱ تاریخچه و تحقیقات انجام شده :

در زمینه استفاده از ISO و گواهی‌نامه‌های بین‌المللی پژوهش‌های متعددی انجام شده است. در مارس ۲۰۰۹ در ترکیه مقاله‌ای ارائه شد که مسئله‌ی اصلی آن استفاده از ISO 14001 (ایمنی و بهداشت محیط زیست) در شرکت‌های ساخت و ساز بود ، و به بررسی این سوال پرداختند که آیا هرگونه ارتباطی بین ویژگی‌های شرکت‌های ساخت و ساز و داشتن گواهی‌نامه‌ی ISO 14001 وجود دارد؟ به این نتیجه رسیدند که گواهی‌نامه ISO 14001 نه تنها مزایای زیست محیطی دارد بلکه بر مدیریت گروهی و جلوه‌های بازاریابی نیز تأثیر می‌گذارد. پس تایید شد که ISO 14001 دارای تأثیر مثبت در بخش ساخت و ساز ترکیه است.

(www.sciencedirect.com)

در مارس ۲۰۱۱ نیز مقاله‌ای تحت عنوان تأثیر گواهی‌نامه سیستم مدیریت بوی روی مدیریت ایمنی در ایالت کرالا در هند ارائه شد. این مقاله مربوط به استفاده از ISO 9001 (مدیریت کیفیت) و OHSAS 18001^۱ (ایمنی محیط کار) در صنایع شیمیایی بود و در نهایت نشان داد که صدور گواهی‌نامه OHSAS 18001 به منظور کاهش تصادفات، بهبود بهره‌وری و ایمنی و سلامت کارکنان در این صنایع مورد نیاز است.

(www.sciencedirect.com). استانداردهای مدیریت کیفیت به شوهه‌ی امروزی ابتدا در آمریکا پایه‌گذاری شد و اولین استاندارد مکتوب مدیریت کیفیت به وسرله‌ی ارتش ایالات متحده آمریکا برای اطمینان از کیفیت کالاها و تجهیزات مورد نیاز ارتش در سال ۱۹۹۵ تدوین شد (www.iso24.ir)، و مقالات دیگری مانند ارائه مقاله‌ای در ۲۲ مهر ۱۳۸۵ در ایران با عنوان کاربرد ایزو ۹۰۰۱ در مدیریت کیفیت در خانواده که نتیجه آن شد که بسیاری افراد هستند که در محیط کاری و شغلی خود موفق هستند اما در محیط خانوادگی خود خیر! بنابر این یکی از حلقه‌های گمشده موفقیت خانواده، نظام مدیریت کیفیت در خانواده است که بدین منظور راهکارهای زیر توصیه می‌شود:

- خانواده خود را به عنوان یک سازمان تلقی نمائید که اعضای خانواده مشتریان شما هستند .
- نیازهای مشتریان خود که همان اعضای خانواده هستند را درک نمائید .
- با کمک اعضای خانواده اهدافی را برای خانواده و اعضای آن برگزینید و برنامه ای مکتوب که شامل فعالیت، مسئولیت هر فرد و زمان اجرای آن باشد تهیه نمائید . این اهداف به صورت کوتاه مدت و بلند مدت باشد .
- در جهت تأمین منابع مالی لازم تلاش نمائید .
- بر اجرای فرایندهای کاری توجه نمائید و مرتباً آنها را مورد پایش قرار دهید .
- بر اقدامات پیشگیرانه به جای اقدامات اصلاحی تمرکز نمائید .

¹ -Occupational Health and Safety

و مقاله ای در اکتبر ۲۰۱۲ تحت عنوان پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت ایزو ۹۰۰۱ در جهان و ضرورت استراتژیک آن.

در خصوص استانداردسازی در بخش گردشگری پژوهشی به طور مستقیم انجام نشده است ولی با اقتباس از اجرای ایزو در دیگر بخش‌های صنعت و الگو قرار دادن مقاله ارائه شده توسط پورتر در خصوص اینترنت و مزیت رقابتی به ارائه این پژوهش پرداخته شده است.

۵-۱ فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی

پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱ بر مزیت رقابتی دفاتر خدماتی مسافرتی تأثیر دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱) پیاده سازی ۹۰۰۱ در دفاتر خدمات مسافرتی شهر تهران بر کسب مزیت رقابتی رهبری در هزینه تأثیر دارد.

۲) پیاده سازی ۹۰۰۱ در دفاتر خدمات مسافرتی شهر تهران بر کسب مزیت رقابتی تمایز تأثیر دارد.

۳) پیاده سازی ۹۰۰۱ در دفاتر خدمات مسافرتی شهر تهران بر کسب مزیت رقابتی تمرکز تأثیر دارد.

۶-۱ متغیرهای تحقیق

متغیرهای این پژوهش شامل دو گروه متغیر مستقل و وابسته می‌باشد. متغیر مستقل عبارتست از پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱ در بخش‌های مختلف دفاتر خدماتی مسافرتی. متغیر وابسته نیز عبارتست از کسب مزیت رقابتی.