



پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد مدیریت MBA

گرایش استراتژی

عنوان پایان نامه:

بررسی تأثیر کیفیت خدمات فرودگاهی بر رضایت مسافران
با رویکرد نظام مدیریت کیفیت جامع (مطالعه موردی فرودگاه مهرآباد)

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر علی رجب زاده قطرمی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر بهزاد مشعلی

نگارش:

فاطمه اصلان زاده





پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد مدیریت MBA

گرایش استراتژی

عنوان پایان نامه:

بررسی تأثیر کیفیت خدمات فرودگاهی بر رضایت مسافران
با رویکرد نظام مدیریت کیفیت جامع (مطالعه موردی فرودگاه مهرآباد)

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر علی رجب زاده قطرمی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر بهزاد مشعلی

نگارش:

فاطمه اصلان زاده

تقدیم به:

پدر و مادر عزیزم

و

خواهران مهربانم

تقدیر و تشکر:

سپاس و آفرین جهان آفرین راست. آفریننده‌ای که پرستیدن او سزااست. ارجمند گرداننده بندگان از خواری. هستی، هرچه نام هستی دارد، بدوست.

شایسته است از تمامی عزیزانی که در تمام مراحل زندگی یار و مددکار اینجانب بوده‌اند، مراتب سپاس و قدردانی را به جا آورم.

همچنین کمال تشکر و قدردانی خود را از اساتید محترم، جناب آقای دکتر رجب زاده و جناب آقای دکتر مشعلی که در این کار تحقیقی راهنما و مشاور اینجانب بوده‌اند ابراز مینمایم.

فاطمه اصلان زاده زمستان ۱۳۸۹

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	۱- فصل اول: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- موضوع تحقیق
۲	۲-۱- بیان مسأله
۳	۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق
۴	۴-۱- اهداف تحقیق
۴	۵-۱- سؤالات و فرضیات تحقیق
۵	۶-۱- روش تحقیق
۵	۱-۶-۱- روش‌های جمع‌آوری اطلاعات
۵	۲-۶-۱- جامعه آماری (حجم نمونه و روش نمونه‌گیری)
۶	۳-۶-۱- روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات
۶	۷-۱- محدودیت‌های اجرای تحقیق
۶	۸-۱- نمودار زمانی تحقیق
۶	۹-۱- تعریف عملیاتی واژه‌ها
۸	۲- فصل دوم: ادبیات تحقیق
۹	۱-۲- تعریف کیفیت
۱۱	۲-۲- جایگاه کیفیت
۱۱	۳-۲- ابعاد کیفیت
۱۲	۴-۲- تعاریف کنترل کیفیت
۱۳	۵-۲- گام‌ها و ابزارهای کنترل کیفیت
۱۳	۶-۲- اهمیت خدمات در اقتصاد کنونی
۱۴	۷-۲- خدمت
۱۴	۱-۷-۲- تعاریف خدمت
۱۶	۲-۷-۲- خدمت به عنوان یک سیستم
۱۶	۸-۲- سنجش کیفیت و اهمیت خدمات
۱۷	۹-۲- رویکرد‌های مدیریت کیفیت خدمات
۱۸	۱۰-۲- انتظارات مشتریان از خدمات
۱۹	۱۱-۲- عوامل تعیین‌کننده کیفیت خدمات
۱۹	۱-۱۱-۲- مدل گرونروز

۲۰مدل لهتینن و لهتینن.....	۲-۱۱-۲
۲۰مدل پاراسورامان.....	۳-۱۱-۲
۲۱اجزای مقیاس کیفیت خدمات.....	۱-۳-۱۱-۲
۲۳مدل جانسون.....	۱-۴-۱۱-۲
۲۵مدل تحلیل شکافهای کیفیت.....	۱۲-۲
۲۵مدل تحلیل شکافهای پنجگانه کیفیت.....	۱-۱۲-۲
۲۶مدل تحلیل شکافهای هفتگانه کیفیت.....	۲-۱۲-۲
۲۷مدل بهبود کیفیت خدمات سازمانی.....	۱۳-۲
۲۸مدل سلسله مراتب کیفیت.....	۱۴-۲
۲۸تعریف مدیریت کیفیت جامع.....	۱۵-۲
۲۹پیشینه مدیریت کیفیت جامع.....	۱-۱۵-۲
۳۱اصول حاکم بر دیدگاه مدیریت کیفیت جامع.....	۲-۱۵-۲
۳۳ابزارهای مدیریت کیفیت جامع.....	۱۶-۲
۳۴نمودار جریان.....	۱-۱۶-۲
۳۴نمودار پارتو.....	۲-۱۶-۲
۳۴نمودار علت و معلول:(استخوان ماهی).....	۳-۱۶-۲
۳۵نمودار مستطیلی (هیستو گرام).....	۴-۱۶-۲
۳۵فلسفه مدیریت کیفیت جامع.....	۱۷-۲
۳۵ارکان فلسفی مدیریت کیفیت جامع.....	۱-۱۷-۲
۳۶فرضها و اصول مدیریت کیفیت جامع.....	۱۸-۲
۳۶عناصر ساختاری مدیریت کیفیت جامع.....	۱۹-۲
۳۷اصول مدیریت کیفیت جامع.....	۲۰-۲
۴۲اهداف مدیریت کیفیت جامع.....	۲۱-۲
۴۳نقش مدیریت کیفیت جامع.....	۲۲-۲
۴۳اجزاء و ابزار مدیریت کیفیت.....	۲۳-۲
۴۴ابزارهای لازم برای به کارگیری مدیریت کیفیت جامع.....	۲۴-۲
۴۴زمینه سازهای مدیریت کیفیت جامع.....	۲۵-۲
۴۵مراحل اجرایی مدیریت کیفیت جامع.....	۲۶-۲
۴۷ویژگی های کلیدی مدیریت کیفیت جامع.....	۲۷-۲
۴۸دست اندازهای جاده مدیریت کیفیت جامع.....	۲۸-۲
۴۸علل ناکامی مدیریت کیفیت جامع.....	۲۹-۲
۴۹مشتریان.....	۳۰-۲
۴۹تعریف مشتری.....	۱-۳۰-۲

۵۰	۲-۳۰-۲- اهمیت مشتری.....
۵۱	۲-۳۰-۳- شناسایی مشتریان.....
۵۱	۲-۳۰-۴- تعریف رضایت مشتری.....
۵۴	۲-۳۱- تعریف ارباب رجوع.....
۵۴	۲-۳۱-۱- مؤلفه های رضایت ارباب رجوع.....
۵۵	۲-۳۱-۲- مزایای جلب رضایت ارباب رجوع.....
۵۷	۲-۳۲- ضرورت بررسی شکایت مشتریان.....
۵۸	۲-۳۲-۱- ابزارهای ارزیابی.....
۵۸	۳-۳۲- روش اندازه گیری رضایت مشتری.....
۵۹	۲-۳۲-۱- اصول عملیاتی در مواجهه با مشتری.....
۶۰	۲-۳۴- دلایل از دست دادن مشتری در بخشهای غیر تولیدی.....
۶۱	۲-۳۵- راههای جمع آوری شکایات مشتریان.....
۶۱	۲-۳۶- قواعد طلایی مدیریت بر اعتراضات و ایرادات مشتری.....
۶۳	۳- فصل سوم: متدولوژی تحقیق.....
۶۴	۳-۱- مقدمه.....
۶۴	۳-۲- روش انجام تحقیق.....
۶۴	۳-۳- ابزارهای جمع آوری اطلاعات.....
۶۵	۳-۴- جامعه آماری و تعداد نمونه و روش نمونه گیری.....
۶۶	۳-۵- روش های تجزیه و تحلیل داده ها.....
۶۶	۳-۶- مکان تحقیق.....
۶۸	۴- فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها.....
۶۹	۴-۱- مقدمه.....
۶۹	۴-۲- نتایج آمار توصیفی.....
۷۶	۴-۳- تحلیل داده ها.....
۸۲	۴-۴- اولویت بندی شاخص های کیفیت خدمات فرودگاهی.....
۸۵	۵- فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات.....
۸۴	۵-۱- مقدمه.....
۸۷	۵-۲- نتایج و یافته های تحقیق.....
۸۸	۵-۳- پیشنهادات.....
۹۸	۵-۴- پیشنهاد برای تحقیقات آتی.....
۹۹	منابع و مآخذ.....
۱۰۱	پیوست ها.....

- پیوست ۱- فراوانی و درصد پاسخ به هر یک از سؤالات پرسشنامه کیفیت خدمات فرودگاهی در ترمینالهای خروجی..... ۱۰۶
- پیوست ۲- فراوانی و درصد پاسخ به هر یک از سؤالات پرسشنامه کیفیت خدمات فرودگاهی در ترمینالهای ورودی..... ۱۰۹
- پیوست ۳- فراوانی و درصد پاسخ به هر یک از سؤالات پرسشنامه رضایت از کیفیت خدمات فرودگاهی.. ۱۱۲
- پیوست ۴- پرسشنامه..... ۱۱۳

جدول ۱-۲- گام‌ها و ابزارهای کنترل کیفیت.....	۱۳
جدول ۲-۲- مقایسه عوامل تعیین کننده کیفیت خدمات.....	۲۵
جدول ۱-۴- فراوانی و درصد جنس پاسخ دهندگان در هر یک از ترمینال‌ها.....	۷۲
جدول ۲-۴- فراوانی و درصد میزان تحصيلات پاسخ دهندگان.....	۷۳
جدول ۳-۴- فراوانی و درصد سن پاسخ دهندگان.....	۷۴
جدول ۴-۴- فراوانی و درصد هدف پاسخ دهندگان از سفر.....	۷۵
جدول ۴-۵- شاخص‌های توصیفی نمرات پرسشنامه کیفیت خدمات فرودگاهی در هر یک از ترمینال‌ها.....	۷۶
جدول ۴-۶- شاخص‌های توصیفی نمرات پرسشنامه رضایت مسافران در هر یک از ترمینال‌ها.....	۷۷
جدول ۴-۷- همبستگی نمرات کیفیت خدمات فرودگاهی و رضایت مسافران.....	۷۸
جدول ۴-۸- نتایج آزمون برای مقایسه رضایت از خدمات فرودگاهی در مسافران زن و مرد.....	۷۹
جدول ۴-۹- شاخص‌های توصیفی نمرات رضایت مسافران بر حسب تحصيلات.....	۸۰
جدول ۴-۱۰- خلاصه تحلیل واریانس برای رضایت از خدمات فرودگاهی بر حسب تحصيلات مسافران.....	۸۱
جدول ۴-۱۱- شاخص‌های توصیفی نمرات رضایت مسافران بر حسب سن مسافران.....	۸۱
جدول ۴-۱۲- خلاصه تحلیل واریانس برای رضایت از خدمات فرودگاهی بر حسب سن مسافران.....	۸۲
جدول ۴-۱۳- شاخص‌های توصیفی نمرات رضایت مسافران بر حسب هدف سفر مسافران.....	۸۳
جدول ۴-۱۴- خلاصه تحلیل واریانس برای رضایت از خدمات فرودگاهی بر حسب هدف سفر مسافران.....	۸۳
جدول ۴-۱۵- شاخص‌های توصیفی نمرات رضایت مسافران بر حسب ترمینال‌ها.....	۸۴
جدول ۴-۱۶- خلاصه تحلیل واریانس برای رضایت از خدمات فرودگاهی بر حسب ترمینال‌ها.....	۸۴
جدول ۴-۱۷- میانگین و رتبه هر یک از سؤالات پرسشنامه کیفیت خدمات فرودگاهی در ترمینال ورودی.....	۸۵
جدول ۴-۱۸- میانگین و رتبه هر یک از سؤالات پرسشنامه کیفیت خدمات فرودگاهی در ترمینال‌های خروجی.....	۸۶

نمودار ۴-۱- توزیع فراوانی جنس پاسخ دهندگان.....	۷۲
نمودار ۴-۲- توزیع فراوانی پاسخ دهندگان بر حسب وضعیت تحصیلی.....	۷۳
نمودار ۴-۳- توزیع فراوانی سن پاسخ دهندگان.....	۷۴
نمودار ۴-۴- توزیع فراوانی هدف پاسخ دهندگان از سفر.....	۷۵
نمودار ۴-۵- میانگین نمرات کیفیت خدمات فرودگاهی در ترمینال های پرواز.....	۷۶
نمودار ۴-۶- میانگین نمرات رضایت مسافران از خدمات فرودگاهی در ترمینال های پرواز.....	۷۷
نمودار ۴-۷- نمودار پراکنش بین کیفیت خدمات فرودگاهی و رضایت مسافران.....	۷۹

شکل ۱-۲- مدل بهبود کیفیت خدمات سازمانی.....	۲۸
شکل ۲-۲- مدل سلسه مراتبی کیفیت خدمات.....	۲۹

چکیده

طراحی و پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت جامع در سازمانها در صورتی که مبتنی بر شرایط خاص باشد میتواند موجب بهبود عملکرد سازمانها شود. مطالعه ادبیات موجود در زمینه تاثیرگذاری فعالیت‌های مدیریت کیفیت بر عملکرد سازمانها و نقش متغیرهای وضعیتی بر این رابطه حائز اهمیت است. امروزه باتوجه به گسترش فعالیت سازمانها و نهادهای خدماتی ارائه خدمات با کیفیت بهتر به ارباب رجوع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

هدف از این تحقیق تدوین رابطه بین خدمات فرودگاهی و رضایت مسافران با رویکرد نظام مدیریت کیفیت جامع میباشد. بنابراین شناسایی اینکه چه عواملی از دید مشتریان حائز اهمیت بوده و تعیین اینکه این مشتریان تا چه حد از این عوامل راضی هستند، از اهداف پژوهش حاضر میباشد. هم چنین نتایج حاصل از این پژوهش کمک میکند تا سازمانها نقاط قوت و ضعف خود را از دیدگاه مشتریانانشان شناسایی کنند.

فرودگاه بین المللی مهرآباد به عنوان مکان تحقیق انتخاب شده، تعیین و حجم نمونه از طریق فرمول محاسبه و جمع‌آوری اطلاعات از طریق توزیع پرسشنامه با توجه به فاکتورهای تعیین شده در فرودگاه سنگاپور انجام شده است. روش تحقیق توصیفی، مطالعه موردی و جامعه آماری شامل مسافران ورودی و خروجی فرودگاه بین المللی مهرآباد میباشد. نتایج بدست آمده نشان میدهد که بین کیفیت خدمات فرودگاهی و رضایت مسافران رابطه وجود دارد.

فصل اول :

کلیات

۱-۱- عنوان تحقیق:

بررسی تأثیر کیفیت خدمات فرودگاهی بر رضایت مسافران با رویکرد نظام مدیریت کیفیت جامع (مطالعه موردی فرودگاه مهرآباد)

۱-۲- بیان مسأله:

با ارتقاء سطح زندگی مردم، روز به روز تقاضا برای سفر به وسیله هواپیما افزایش می‌یابد. بنابراین لازم است سازمانهای هواپیمایی هم روز به روز گسترش یابند. سازمان‌های هوایی لازم است هم به حیات و هم به توسعه توجه داشته باشند و وضعیت این است که امروزه هیچ مؤسسه‌ای نمی‌تواند ادامه حیات دهد، مگر اینکه بتواند تعداد کافی از مشتریان آگاه و نکته‌سنج را جذب و نگهداری کند. مدیریت اثربخش مشتریان، برای موفقیت خطوط هوایی در سراسر دنیا امری حیاتی است. از این رو است که اهمیت کیفیت خدمات ارائه شده و اولویت بندی آنها بر اساس خواست مسافران از طریق سنجش میزان رضایت آنها می‌تواند کمک شایانی در تداوم بقاء در این بازار پر تلاطم بنماید.

با توجه به حیاتی بودن مشتری برای سازمانهای هواپیمایی، مطالعات بسیاری صورت گرفته است تا عوامل اثرگذار بر رضایت مشتریان شناسایی شوند. به عنوان مثال، در نظر سنجی انجام شده توسط سایت اسکای ترکس^۱ در سال ۲۰۰۶ فرودگاه سنگاپور، به عنوان بهترین فرودگاه از دید مسافران در ارائه خدمات انتخاب گردید. بر اساس نظرسنجی فوق، خدمات فرودگاهی در ۴ زمینه زیر مورد بررسی قرار گرفته است:

الف: عواملی که همواره برای رضایتمندی مسافران ضروری هستند. مانند زیبایی و تمیزی فرودگاه، تمیزی و در دسترس بودن سرویسهای بهداشتی.

ب: عواملی که نمی‌توانید با آنها، رضایت مسافران را جلب کرده ولی ناکافی بودن آنها موجب نارضایتی می‌گردد، نظیر؛ نحوه برخورد پرسنل امنیتی، بلیط پرواز، کارت پرواز، جابجایی بار، چرخ‌های دستی، آسانسور، اینترنت، خدمات الکترونیک، پارکینگ، حمل و نقل عمومی، رستوران و غرفه‌های فروش.

ج: عواملی که برای رضایتمندی مسافران ضروری نمی‌باشند، نظیر؛ زمان انتظار در بازرسی‌های امنیتی، تابلوهای راهنما و امکانات در شرایط اضطراری.

^۱ -Sky Trex

د: عواملی که با آنها رضایت مسافران را جلب کرده ولی ناکافی بودن آنها موجب نارضایتی نمی‌گردد، مانند صفحات نمایش.

از این رو باتوجه به اینکه فرودگاه مهرآباد یکی از بزرگترین فرودگاه‌های کشور بوده و علاوه بر آن یک فرودگاه بین‌المللی می‌باشد، توجه به کیفیت خدمات فرودگاهی و بالا بردن سطح رضایتمندی مسافران، میتواند عامل بسزایی در سازمانهای هوایی باشد. بنابراین با توجه به توضیحات فوق، مسأله اصلی تحقیق این است که کیفیت خدمات فرودگاهی چه تأثیری بر رضایت مسافران در فرودگاه مهرآباد می‌گذارد؟

حال با توجه به موضوع بیان شده، مسائلی به شرح زیر مطرح می‌گردد:

۱- شاخص‌های کیفیت خدمت در فرودگاه مهرآباد کدامند؟

۲- شاخص‌های کیفیت چگونه بارضایت مسافران در فرودگاه مهرآباد ارتباط دارند؟

۳- اولویت بندی خدمات در فرودگاه مهرآباد به چه صورت می‌باشد؟

۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق:

مدیران سازمانها باید بدانند که کیفیت خدمات، بر جذب و وفاداری مشتریان در سازمانها تأثیر شگرفی دارد. آنها باید به این باور برسند که سرمایه‌گذاری در کیفیت خدمات، منجر به سودآوری برای سازمان می‌گردد. لیکن باید در نظر داشت که ارتباط بین کیفیت خدمات و سود یک رابطه مهمی می‌باشد. بهبود کیفیت خدمات منجر به جذب مشتریان جدید شده و همچنین سازمان را قادر می‌سازد تا مشتریان کنونی‌اش را حفظ نماید(زیتامل و بیتنر^۱، ۱۹۹۶، ۲۵۲-۲۵۳).

کیفیت خدمات میتواند به یک سازمان، جهت متمایز کردن خود از سایر سازمانها و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار کمک نماید. کیفیت بالای این خدمات، به عنوان یک عامل اساسی در سودآوری بلند مدت، نه تنها برای شرکتهای خدماتی، بلکه برای سازمانهای تولیدی نیز به شمار میرود(قبادیان و سایر^۲، ۱۹۹۴، ۴۳-۴۴).

^۱ -Zeithaml and Bitner

^۲ - Ghobadian, et, al

۱-۴- اهداف تحقیق:

هدف از این تحقیق تدوین رابطه بین خدمات فرودگاهی و رضایت مسافران با رویکرد نظام مدیریت کیفیت جامع میباشد. بنابراین شناسایی اینکه چه عواملی از دید مشتریان حائز اهمیت بوده و تعیین اینکه این مشتریان تا چه حد از این عوامل راضی هستند، از اهداف پژوهش حاضر میباشد. هم چنین نتایج حاصل از این پژوهش کمک میکند تا سازمانها نقاط قوت و ضعف خود را از دیدگاه مشتریانشان شناسایی کنند.

سایر اهداف این طرح عبارتند از:

۱- بهبود کیفیت خدمات فرودگاهی

۲- بهبود رضایت مسافران از خدمات فرودگاهی.

۱-۵- سؤالات و فرضیات تحقیق:

سؤال اصلی تحقیق این است که آیا کیفیت خدمات فرودگاهی بر رضایت مسافران در فرودگاه مهرآباد تأثیر میگذارد؟

سؤالات فرعی تحقیق به شرح زیر می باشد:

۱- شاخص‌های کیفیت خدمت در فرودگاه مهرآباد کدامند؟

۲- شاخص‌های کیفیت چگونه بارضایت مسافران در فرودگاه مهرآباد ارتباط دارند؟

۳- اولویت بندی خدمات در فرودگاه مهرآباد چگونه میباشد؟

با توجه به سؤالات فوق می توان فرضیاتی به شرح زیر ذکر نمود:

- کیفیت خدمات فرودگاهی بر رضایت مسافران در فرودگاه مهرآباد تأثیر دارد.
- بین کیفیت خدمات فرودگاهی و رضایت مسافران رابطه وجود دارد.
- رضایت از خدمات فرودگاهی در زنان و مردان متفاوت است.
- رضایت از خدمات فرودگاهی بر حسب تحصیلات مسافران متفاوت است.
- رضایت از خدمات فرودگاهی بر حسب سن مسافران متفاوت است.
- رضایت از خدمات فرودگاهی بر حسب هدف سفر مسافران است.

- رضایت از خدمات فرودگاهی در ترمینال های پروازی متفاوت است.

۱-۶- روش تحقیق:

این تحقیق از جهت هدف، کاربردی بوده و از نظر اجراء، توصیفی میباشد و به جهت استراتژی، مطالعه موردی میباشد.

۱-۶-۱- روش های جمع آوری اطلاعات:

الف) روش کتابخانه ای

- ❖ جمع آوری و مطالعه مقالات منتشر شده در مجلات معتبر بین المللی.
- ❖ مطالعه پایان نامه ها، کتاب ها و نشریات داخلی معتبر.
- ❖ جمع آوری اطلاعات از طریق سایت های اینترنتی و پایگاه های اطلاعاتی.

ب) روش میدانی

- ❖ پرسشنامه

۱-۶-۲- جامعه آماری (حجم نمونه و روش نمونه گیری):

جامعه آماری تحقیق، شامل مسافران فرودگاه بین المللی مهرآباد میباشد که تعداد آنها نامعین است. با استفاده از روش مناسب برای تعیین حجم نمونه، تعداد ۱۹۳ نفر به عنوان نمونه، انتخاب گردیده است و پرسشنامه میان این افراد پخش شده است. برای تعیین اعضای نمونه، از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شده است.

۱-۶-۳- روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات:

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش همبستگی پیرسون و آزمون نمونه های جفت و تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است.

۱-۷- محدودیت های اجرای تحقیق:

۱. کمبود منابع علمی، پژوهشی و نشریات تخصصی مرتبط با موضوع مورد تحقیق.

۲. عدم امکان دسترسی آسان به منابع معتبر و شبکه های جهانی.

۳. عدم همکاری برخی مسافران در ترمینال‌های ورودی به خصوص در ترمینال ۶.

۴. محدودیت‌های مربوط به توزیع پرسشنامه.

۱-۸- زمانبندی تحقیق:

زمان (ماه)	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم
مراحل تحقیق								
۱-تهیه و تنظیم طرح								
۲-گردآوری داده‌ها								
۳-تهیه، توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه								
۴-تجزیه و تحلیل داده‌ها								
۵-نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات								
۶-ارائه گزارش								

۱-۹- تعریف عملیاتی واژه‌ها:

خدمات فرودگاه:

منظور از خدمات فرودگاهی، هر آن چیزی است که در فرودگاه‌ها برای جلب رضایت مشتریان ارائه میشود. مواردی نظیر؛ زیبایی و تمیزی ترمینال‌های فرودگاه، تمیزی و در دسترس بودن سرویس‌های بهداشتی، نحوه برخورد پرسنل امنیتی، صدور بلیط پرواز و کارت پرواز، جابجایی بار، چرخ‌های دستی، آسانسور، اینترنت، خدمات الکترونیک، پارکینگ، حمل و نقل عمومی، رستوران، غرفه‌های فروش، زمان انتظار در بازرسی امنیتی، تابلوهای راهنما، امکانات در شرایط اضطراری و صفحات نمایش اطلاعات پرواز.

رضایتمندی مشتریان:

رضایتمندی مشتری را به عنوان درجه‌ای از عملکرد واقعی یک شرکت می‌دانند که انتظارات مشتری را برآورده کند. اگر عملکرد شرکت، انتظارات مشتری را برآورده کند، مشتری احساس رضایت و در غیر این صورت احساس نارضایتی می‌کند (دیواندری و دلخواه، ۱۳۸۴، ۱۸۸).

تعریف دیگر از رضایتمندی مشتری: رضایت مشتری یک نتیجه است که از مقایسه پیش از خرید مشتری از عملکرد مورد انتظار، با عملکرد واقعی ادراک شده و هزینه‌ای که پرداخت می‌شود به دست می‌آید (برلی و همکاران^۱، ۲۰۰۴، ۲۵۶).

مدیریت کیفیت جامع:

مدیریت کیفیت جامع، فرآیندی است متمرکز بر مشتریان، کیفیت محور، مبتنی بر حقایق و متکی بر تیمها که برای دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان از طریق ارتقاء مستمر فرآیندها، که توسط مدیریت ارشد سازمان، رهبری می‌شود (مهرپویا، مهرشاد، ۱۳۸۶، ۸۳).

^۱ -Beerli & et al