

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانشگاه یزد

دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری

گروه مدیریت صنعتی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.Sc)

در رشته مدیریت صنعتی

ارائه چارچوب ترکیبی کانو و طراحی استوار جهت افزایش رضایت مشتری در
سازمان های خدماتی

(مطالعه موردی: شعب منتخب بانک تجارت شهرستان یزد)

استاد راهنما:

دکتر سید محمود زنجیرچی

استاد مشاور:

دکتر علی مروتی شریف آبادی

پژوهش و نگارش:

نگار جلیلیان

تابستان 1392

کلیه حقوق مادی و معنوی مرتبط بر نتایج مطالعات، ابتکارات و نوآوری‌های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه/رساله متعلق به دانشگاه یزد است و هر گونه استفاده از نتایج علمی و عملی از این پایان نامه/رساله برای تولید دانش فنی، ثبت اختراع، ثبت اثر بدیع هنری، همچنین چاپ و تکثیر، نسخه برداری، ترجمه و اقتباس و ارائه مقاله در سمینارها و مجلات علمی از این پایان نامه/رساله منوط به موافقت کتبی دانشگاه یزد است.

تقدیم به

پدر و مادر عزیزم،

با بوسه ای بردستان پر برکت پدر

و نگاه پر مهر مادرم

و به پاس محبت های بی دریغشان که هرگز فروکش نمی کند

امید آن که همواره، شایسته دعای خیرشان باشم

تقدیر و تشکر

بر خود لازم می‌دانم از استاد راهنمای بزرگوارم، جناب آقای دکتر سید محمود زنجیرچی، که دغدغه‌ها و ناممندی‌های کارشناسی و مقطع کارشناسی ارشد، همواره با لطف و محبت خویش من را یاری نموده‌اند و در این راه دلسوزانه مشوق و راهنمایم بوده‌اند، سپاسگزار می‌کنم.

همچنین از جناب آقای دکتر علی مروقی شریف آبادی، استاد مشاور گرامیم که در پیشبرد پایان نامه اینجانب را از دانش و تجارب ارزشمند خود بهره‌مند ساختند، کمال تشکر را دارم.

از اساتید داور، جناب آقای دکتر سعید سعید اردکانی و جناب آقای دکتر طهرنا ناصر صدر آبادی به سبب نظرات گرانبهایشان در اصلاح پایان نامه قدر دانی می‌نمایم.

همچنین بر خود لازم می‌دانم تا از اساتید محترم دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری دانشگاه نیر، جناب آقای دکتر سید محمد طباطبائی نسب، جناب آقای دکتر سید حبیب اله میر خنوری، جناب آقای دکتر سید حیدر میر فخرالدینی و جناب آقای دکتر حبیب زارع سپاسگزار می‌کنم.

چکیده

در ایران، بانک‌ها به منزله‌ی کانون اصلی انجام فعالیت‌های اقتصادی شناخته می‌شوند و نقش مهمی را راستای کمک به رشد اقتصادی کشور ایفا می‌کنند. همچنین، ارزش افزوده‌ی ایجاد شده توسط بانک‌ها، سهم عظیمی از مجموع ارزش افزوده‌ی بخش مالی کشور را تامین می‌کند. از این رو، حفظ مشتری در این‌گونه سازمان‌ها حائز اهمیت است. امروزه مدیران سازمان‌های ارائه دهنده‌ی خدمت، نظیر بانک‌ها دریافته‌اند که ارتقاء سطح کیفی خدمات، کلید اصلی جلب رضایت مشتریان می‌باشد و برای رسیدن به این مهم لازم است تا سازمان‌ها در راستای شناسایی موثرترین عوامل بر رضایت مشتریان گام بردارند. با توجه به اهمیت موضوع در این مطالعه تلاش شد با ارائه‌ی چارچوب نوین مبنی بر ادغام مدل کانو و طراحی استوار در فضای خاکستری، به شناسایی مولفه‌های موثر در جلب رضایت مشتریان بانکی پرداخته و ترکیب بهینه‌ای از مولفه‌های حیاتی را برای دستیابی به رضایت مشتریان بانکی پیشنهاد دهد. نتایج حاکی از این بررسی نشان می‌دهد که زمانی راهبردهای ارائه‌ی خدمات بانکی، به سطح کیفی مطلوب خواهد رسید که مشخصه‌های کیفی سرعت رسیدگی به کار مشتریان، رعایت احترام و برخورد مناسب با مشتریان و قانون‌مند بودن کارکنان در سطح کیفی خوب قرار داشته باشد. همچنین این بررسی روشن می‌سازد که طراحی خدمات بانکی با سطح متوسط در کیفیت کار ارائه شده به مشتری و آراسته بودن ظاهر کارکنان برای مشتریان قابل قبول است و طراحی خدمات بانکی در قالب چارچوب پیشنهادی این پژوهش، می‌تواند بیشترین میزان از رضایت مشتریان بانکی را جلب کند.

کلمات کلیدی: رضایت مشتری، طراحی خدمات، مدل کانو، طراحی آزمایشات تاگوچی، تجزیه و

تحلیل خاکستری

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات تحقیق
1-1-1.....	1-1 مقدمه
4.....	2-1 تعریف موضوع (تعریف مسأله، هدف از اجرا و کاربرد نتایج تحقیق)
6.....	3-1 فرضیات (سوالات پژوهشی)
6.....	4-1 قلمرو تحقیق
6.....	5-1 جامعه‌ی آماری و نمونه
7.....	6-1 روش تحقیق
7.....	7-1 تعریف اصطلاحات و واژه‌های به کار رفته در تحقیق
	فصل دوم: ادبیات تحقیق
10.....	2-1 مقدمه
11.....	2-2 رضایت مشتری
13.....	3-2 کیفیت خدمت
13.....	1-3-2 خدمت
15.....	2-3-2 کیفیت خدمت و رضایتمندی
17.....	3-3-2 کیفیت خدمات بانکی
19.....	4-2 مدل‌های سنجش کیفیت خدمات
19.....	1-4-2 مدل کیفیت فنی و کارکردی
20.....	2-4-2 مدل تحلیل شکاف (سروکوال)
23.....	3-4-2 مقیاس مبتنی بر عملکرد (سروپرف)
24.....	4-4-2 مقیاس سنجش کیفیت خدمات بانکی (BSQ)
25.....	5-4-2 مقیاس نظام مبادله ای کیفیت خدمات بانکی
26.....	5-2 آشنایی با مدل کانو

33	6-2 طراحی آزمایش های تاگوچی
34	1-6-2 انواع روش های طراحی آزمایش
34	1-1-6-2 روش تک عاملی
34	2-1-6-2 روش چند عاملی
35	3-1-6-2 روش فاکتوریل
35	4-1-6-2 روش طراحی آزمایش های تاگوچی
37	7-2 تئوری خاکستری
39	1-7-2 اصول بنیادین سیستم های خاکستری
39	1-1-7-2 اصل تمایز اطلاعاتی
39	2-1-7-2 اصل عدم یکتایی
39	3-1-7-2 اصل حداقل اطلاعات
40	4-1-7-2 اصل مبنای تشخیص
40	5-1-7-2 اصل اولویت اطلاعات جدید
40	6-1-7-2 اصل تمامیت خاکستری بودن
40	2-7-2 اعداد خاکستری
42	3-7-2 عملیات اعداد خاکستری فاصله ای
44	8-2 روش آنتروپی شانون
46	9-2 پیشینه ی پژوهش
53	10-2 بانک تجارت ایران

فصل سوم: روش تحقیق

56	1-3 مقدمه
57	2-3 روش تحقیق
59	3-3 مراحل انجام تحقیق
60	4-3 جامعه ی آماری، نمونه و روش نمونه گیری

- 5-3 معرفی ابزار گردآوری داده‌ها 62
- 6-3 روایی و پایایی پرسشنامه 64
- 7-3 روش تجزیه و تحلیل داده‌ها 65
- 1-7-3 مدل کانو 65
- 2-7-3 روش تاگوچی 66
- 3-7-3 جزییات رویه ی خاکستری 67
- 8-3 نرم افزار 4 Qualitek 70

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

- 1-4 مقدمه 72
- 2-4 انجام آزمایش‌ها 73
- 3-4 طبقه‌بندی ابعاد مدل کیفیت خدمات بانکی BSQ 75
- 4-4 تعیین وزن طبقات کانو 77
- 1-4-4 روش دلفی 77
- 2-4-4 آنتروپی شانون 78
- 5-4 تجزیه و تحلیل روابط خاکستری 82
- 1-5-4 ایجاد رابطه ی خاکستری 83
- 2-5-4 ضریب روابط خاکستری 84

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

- 1-5 مقدمه 90
- 2-5 یافته‌ها و نتایج تحقیق 91
- 1-2-5 سوال پژوهشی اول: عوامل موثر بر رضایت مشتریان بانکی از خدمات ارائه شده کدام است؟ 92
- 2-2-5 سوال پژوهشی دوم: در طراحی خدمات بانکی کدام ویژگی بیشترین سهم را در جلب رضایت مشتری دارد؟ 93

- 95..... 3-2-5 تعیین مناسبترین طراحی برای ارائه‌ی خدمات بانکی
- 98..... 4-2-5 سوال پژوهشی سوم: راهکارهای ارتقاء خدمات ارائه شده در بانک‌ها چیست؟
- 100..... 3-5 پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده
- 101..... منابع و مآخذ
- 101..... پیوست‌ها

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول 2-1: ابعاد کیفیت خدمات.....	21
جدول 2-2: ابعاد کیفیت خدمات بانکی.....	24
جدول 2-3: پرسشنامه کانو.....	29
جدول 2-4: جدول ارزیابی نتایج کانو.....	30
جدول 2-5: پرسشنامه تعیین اهمیت معیار.....	32
جدول 2-6: مقایسه سیستم‌های سفید، سیاه و خاکستری.....	38
جدول 3-1: عوامل و سطح‌های در نظر گرفته شده جهت طراحی آزمایش‌ها.....	62
جدول 3-2: نتایج حاصل از طراحی آزمایش‌ها L_{18}	63
جدول 4-1: نتایج حاصل از ارزیابی آزمایش‌های تاگوچی.....	74
جدول 4-2: طبقه‌بندی مولفه‌های مدل کیفیت خدمات بانکی BSQ.....	76
جدول 4-3: تعدیل فراوانی‌ها و طبقه‌بندی مولفه‌ها.....	77
جدول 4-4: ماتریس تصمیم‌گیری.....	79
جدول 4-5: ماتریس p_{ij}	80
جدول 4-6: مقادیر $d_j \cdot E_j$ و W_j	81
جدول 4-7: وزن نهایی معیارها.....	82
جدول 4-8: نسبت‌های S/N نرمال شده.....	84
جدول 4-9: ضرایب خاکستری.....	85
جدول 4-11: آزمایش شماره 8.....	87

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
12.....	شکل 2-1: مدل شکل‌گیری رضایت‌مندی مشتری
16.....	شکل 2-2: مزایای حاصل از جلب رضایت مشتری و بهبود کیفیت محصولات سازمان
20.....	شکل 2-3: مدل کیفیت فنی و کارکردی گرونیروس
22.....	شکل 2-4: مدل مفهومی کیفیت خدمات
33.....	شکل 2-5: تاثیر عوامل قابل کنترل و غیر قابل کنترل بر فرآیند
36.....	شکل 2-6: آرایه‌ی متعامد برای آزمایش با 9 فاکتور در 4 سطح
38.....	شکل 2-7: سیستم خاکستری
59.....	شکل 3-1: مراحل انجام تحقیق
66.....	شکل 3-2: مراحل انجام مدل کانو
67.....	شکل 3-3: مراحل روش تاگوچی
67.....	شکل 3-4: رویه‌ی تحلیل رابطه خاکستری

فصل اول
کلیات تحقیق

