

### دسته بندی نیاز های مشتریان با استفاده از مدل کانو و دیمتل

#### مورد مطالعه: بیمارستان نمازی شیراز

سمیرا ذوالفقاری<sup>۱</sup>، سجاد عکاشه<sup>۲</sup>

۱-دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، موسسه راغب اصفهانی

۲-دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، موسسه راغب اصفهانی

#### چکیده

در جهان امروز مشتری و برآوردن نیاز مشتری از پر اهمیت ترین مسائل می باشد. از طرفی، بیمارستان های دولتی دائم درصدد تمایز رقابتی هستند و طبقه بندی نیازهای بیماران برای آنها ذهنیت زیادی دارد. بنابر این هدف این پژوهش بررسی کاربرد الگوی کانو در طبقه بندی نیازهای بیماران در بیمارستان نمازی شیراز است. به این منظور در گام نخست و با استفاده از عوامل موجود در مدل سروکوال به عنوان ورودی پرسشنامه مدل کانو پرسشنامه استاندارد تهیه گردیده است و به منظور بررسی و دسته بندی کردن نیاز مندی های مشتریان از مدل کانو استفاده شده است، بدین صورت که در ابتدا پرسشنامه کانو میان نمونه ای ۱۷۰ نفری توزیع گردیده است و از ۱۵۳ پرسشنامه که بصورت صحیح بازگردانده شد، استفاده گردید و سپس نتایج این پرسشنامه بر اساس جدول ارزیابی کانو تحلیل شده است. نتایج حاصل از تکنیک کانو مشخص کننده این بود که از میان ۱۸ متغیر تحت بررسی ۱۱ فاکتور از نوع عملکردی است، ۳ متغیر بصورت بی تفاوتی، ۲ متغیر از نوع جذاب و ۲ متغیر از نوع بایندی بوده است در نهایت عوامل عملکردی از مدل کانو به عنوان متغیر های اصلی وارد مدل دیمتل شده اند. ۱۱ شاخص عملکردی در قالب یک چک لیست تنظیم و در بین ۳ نفر از مدیران خبره بیمارستان نمازی توزیع گردید و از خبرگان درخواست شد که میزان اهمیت هر یک از این شاخص ها را در قالب مقیاس ۵ گانه تعیین کنند. نتایج حاصل مشخص نموده است که معیارهای C<sub>۱۰</sub>، C<sub>۹</sub>، C<sub>۷</sub>، C<sub>۱۱</sub>، C<sub>۴</sub>، C<sub>۲</sub>، C<sub>۶</sub>، C<sub>۳</sub>، C<sub>۵</sub> به ترتیب بیشترین میزان اهمیت و تاثیر گذاری را به خود اختصاص داده اند.

**واژگان کلیدی:** رضایت مشتری، خدمت، مدل کانو، مدل دیمتل، بیمارستان نمازی شیراز