

## شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مشتریان در شرکت‌های حمل و نقل (مورد مطالعه: کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران)

علی بادزره<sup>۱</sup>  
محمد رضا ذیحی<sup>۲</sup>  
آذر کفاش پور<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۱۰ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۹/۰۸

### چکیده

رضایت مشتریان نوعی نگرانی بزرگ و پیشین‌سازی برای رقابت در بازار جهانی می‌باشد. امروزه، ارائه محصولات و خدمات متناسب با نیازمندی‌های مشتریان و کسب رضایت‌مندی آنها مزیت رقابتی مهمی برای سازمانها محسوب می‌گردد. تحقیق حاضر به شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مشتریان در شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش AHP پرداخته است. در این راستا بعد از مطالعه تئوری‌های موجود در ارتباط با رضایت‌مندی، منابع کتابخانه‌ای و تحقیقات پیشین، مولفه‌های تاثیرگذار بر رضایت‌مندی مشتریان شناسایی گردیدند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها، یک گروه ۲۰ نفره از خبرگان و صاحب نظران صنعت کشتیرانی انتخاب شدند. این افراد از میان صاحب‌نظران و مدیران این صنعت که دارای مدرک کارشناسی ارشد و سابقه کار بالای ۱۵ سال می‌باشند به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده گزینش گردیدند. با ادغام معیارهای شناسایی شده توسط خبرگان با مولفه‌های بدست آمده از ادبیات پژوهش، تعداد ۳۵ معیار معرفی گردید که با توجه به تکراری بودن بعضی مولفه‌ها و غربالگری آنان، در نهایت ۳۲ معیار شناسایی گردید که با بررسی این معیارها و دسته‌بندی آنان از لحاظ موضوعی، مولفه‌ها به ۷ دسته اصلی با عناوین امکانات فیزیکی، کیفیت، کارکنان، محل فعالیت، ایمنی، هزینه، زیرساخت‌ها، تقسیم‌بندی گردیدند. سپس به منظور بالا بردن سطح اطمینان پژوهش، پرسشنامه‌ای بر اساس طیف لیکرت تهیه و عوامل تاثیرگذار بر رضایت‌مندی در اختیار ۳۲۷ نفر از مشتریان شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران در شعب بندرعباس، بوشهر، خرمشهر، عسلویه، چابهار که به روش خوشه‌ای تصادفی بر اساس جدول مورگان انتخاب گردیدند قرار داده شد. پس از گردآوری نتایج حاصل از نظرات مشتریان، به منظور رتبه‌بندی معیارهای شناسایی شده از روش AHP بهره برده شد و پاسخ‌های جمع‌آوری شده در اختیار صاحب‌نظران و خبرگان قرار گرفت و پاسخ‌ها توسط نرم افزار Expert Choice با یکدیگر تلفیق گردیدند. مطابق نتایج بدست آمده، بعد امکانات فیزیکی در اولویت اول قرار دارد و پس از آن کیفیت، کارکنان، زیرساخت‌ها، هزینه، محل فعالیت و ایمنی قرار می‌گیرند. این نوشتار می‌کوشد تا براساس مولفه‌های شناسایی شده از پاسخ خبرگان، به بررسی رضایت‌مندی مشتریان در شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران بپردازد.

### واژگان کلیدی

رضایت‌مندی، مشتری، حمل و نقل، فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP، شرکت کشتیرانی

۱. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی تابران، مشهد، ایران. ([Badzereh\\_ali22@yahoo.com](mailto:Badzereh_ali22@yahoo.com))

۲. استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی تابران، مشهد، ایران.

۳. استاد گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی تابران، مشهد، ایران.