



۹۰-۹۹-۰۵

دانشگاه علوم و فنون دریایی خرمشهر

دانشکده پردیس خودگردان

گروه دریانوردی- گرایش حمل و نقل دریایی

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته دریانوردی گرایش حمل و نقل دریایی

شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر میزان رضایت مشتریان از خدمات بندری با استفاده از

(8Ps) و مدل کانو در بندر امام (ره)

استادان راهنما:

دکتر همایون یوسفی

دکتر سید ناصر سعیدی

استادان مشاور:

مهندس اصغر رشنودی

مهندس دامون رزمجویی

پژوهشگر:

پیام هلاله

اسفند ۱۳۹۲



اجرای این پایان نامه مورد حمایت مالی سازمان بنادر و دریانوردی قرار گرفته است و سازمان به عنوان تنها مرجع حاکمیتی کشور در امور بندری، دریایی و کشتی‌رانی بازرگانی به منظور ایفای نقش مرجعیت دانشی خود و در راستای تحقق راهبردهای کلان نقشه جامع علمی کشور مبنی بر "حمایت از توسعه شبکه‌های تحقیقاتی و تسهیل انتقال و انتشار دانش و سامان‌دهی علمی" از طریق "استانداردسازی و اصلاح فرایندهای تولید، ثبت، داوری و سنجش و ایجاد بانک‌های اطلاعاتی یکپارچه برای نشریات، اختراعات و اکتشافات پژوهشگران"، اقدام به ارایه این اثر در سایت SID می‌نماید.



چکیده

تحقیق حاضر با هدف، بررسی نقش امیخته های بازاریابی بالاخص عنصر خدمت بر بازاریابی بنادر، و شناسایی مهمترین عوامل موثر بر رضایت مشتریان (کشتی رانی، صاحبان کالا، فورواردرها) از خدمات بندر امام، و اولویت بندی عوامل موثر بر رضایت مشتری در صنعت بندری و ارائه پیشنهاداتی برای طراحی خدماتی متناسب با نیاز مشتریان در دو مرحله انجام شده است. در ابتدا بر اساس فرم های سنجش رضایت مشتری در بنادر، و نظرات اساتید راهنما بیست و نه شاخص به عنوان متغیر های مستقل این تحقیق بکار گرفته شدند. سپس این شاخص ها در درون پرسشنامه کانو قرار گرفتند. پس از انجام گام‌های موجود در مدل کانو و نوع هر یک از عوامل از نظر اساسی، عملکردی و انگیزشی بودن، مشخص شده ضریب رضایت مشتریان نیز محاسبه شد. سپس در مرحله دوم میزان نقش امیخته های در میزان رضایت مشتریان از خدمات بندر امام بررسی شدند. همچنین از مون فرضیات تحقیق نشان داد که عناصر هشتگانه امیخته های بازاریابی نقش موثری در میزان رضایت مشتریان از خدمات بندر امام دارد. و همچنین نتایج بدست آمده از رتبه بندی عناصر هشتگانه امیخته های بازاریابی نشان می‌دهد که عنصر خدمات رتبه اول عنصر قیمت و سایر هزینه‌های خدمات رتبه دوم و عنصر مکان و زمان رتبه سوم را بدست آوردند.

کلمات کلیدی: بندر امام خمینی، رضایت مشتری، خدمات بندری، امیخته های بازاریابی.

فهرست مطالب

| صفحه | عنوان |
|------|----------------------------------------------------------------|
| | فصل اول - کلیات تحقیق |
| ۲ | ۱-۱ مقدمه |
| ۲ | ۲-۱ بیان مسأله |
| ۳ | ۳-۱ ضرورت انجام تحقیق |
| ۴ | ۴-۱ سؤال‌های تحقیق |
| ۴ | ۵-۱ اهداف تحقیق |
| ۴ | ۱-۵-۱ اهداف کلی |
| ۴ | ۲-۵-۱ اهداف جزئی |
| ۴ | ۳-۵-۱ اهداف آرمانی |
| ۴ | ۴-۵-۱ اهداف کاربردی |
| ۵ | ۶-۱ فرضیات تحقیق |
| ۵ | ۱-۶-۱ فرضیات اصلی |
| ۵ | ۲-۶-۱ فرضیات فرعی |
| ۵ | ۷-۱ قلمرو تحقیق |
| ۶ | ۸-۱ محدودیت‌های تحقیق |
| ۶ | ۹-۱ تعاریف، مفاهیم و اصطلاحات تحقیق |
| ۹ | ۱۰-۱ جنبه جدید بودن و نوآوری |
| ۹ | ۱۱-۱ خلاصه فصل |
| | فصل دوم - مروری بر پیشینه تحقیق |
| ۱۱ | ۱-۲ مقدمه |
| ۱۷ | ۲-۲ مروری بر پیشینه تحقیق در زمینه رضایت مشتری |
| ۱۷ | ۳-۲ مروری بر پیشینه تحقیق در زمینه بنادر و پایانه‌های کانتینری |
| ۲۶ | ۴-۲ نتیجه‌گیری |
| ۲۷ | ۵-۲ خلاصه فصل |

فصل سوم-مواد و روش

| | |
|----|----------------------------------|
| ۲۸ | ۱-۳ مقدمه |
| ۲۸ | ۲-۳ روش تحقیق |
| ۲۹ | ۳-۳ ابزار گردآوری داده‌ها |
| ۲۹ | ۱-۳-۳ داده‌های اولیه |
| ۲۹ | ۲-۳-۳ داده‌های ثانویه |
| ۲۹ | ۴-۳ روایی و پایایی پرسش‌نامه |
| ۳۰ | ۵-۳ تکنیک‌های آماری مورد استفاده |
| ۳۰ | ۶-۳ جامعه آماری و تعداد نمونه |
| ۳۲ | ۷-۳ مدل کانو |
| ۳۴ | ۸-۳ مراحل اجرای تحقیق |
| ۳۴ | ۱-۸-۳ تعیین متغیرهای مستقل |
| ۳۴ | ۲-۸-۳ تهیه پرسشنامه کانو |
| ۳۴ | ۳-۸-۳ مصاحبه با مشتریان |
| ۳۵ | ۴-۸-۳ ضریب رضایت مشتریان |
| ۳۶ | ۵-۸-۳ مرحله دوم |
| ۳۸ | ۹-۳ نتیجه‌گیری |
| ۳۸ | ۱۰-۳ خلاصه فصل |

فصل چهارم - نتایج

| | |
|----|----------------------------------------------|
| ۴۰ | ۱-۴ مقدمه |
| ۴۰ | ۲-۴ متغیرهای جمعیت شناختی |
| ۴۳ | ۳-۴ مرحله اول مدل کانو |
| ۴۳ | ۱-۳-۴ تدوین پرسشنامه و جمع‌آوری اطلاعات |
| ۴۵ | ۲-۳-۴ ارزیابی و تجزیه و تحلیل نتایج مدل کانو |
| ۵۱ | ۳-۳-۴ بررسی و تفسیر نتایج |
| ۵۷ | ۴-۴ مرحله دوم |
| ۵۷ | ۱-۴-۴ گام اول |

| | |
|----|--------------------------------------------------|
| ۶۵ | ۴-۲ گام دوم رتبه بندی عناصر امیخته های بازاریابی |
| ۶۷ | ۴-۵ نتیجه گیری |
| ۶۷ | ۴-۶ خلاصه فصل |
| | فصل پنجم - بحث و نتیجه گیری |
| ۶۹ | ۵-۱ مقدمه |
| ۶۹ | ۵-۲ نتایج مرحله اول |
| ۷۰ | ۵-۲-۱ گروه الزامات اساسی |
| ۷۰ | ۵-۲-۲ الزامات انگیزشی |
| ۷۱ | ۵-۲-۳ الزامات بی تفاوت |
| ۷۲ | ۵-۳ نتایج مرحله دوم |
| ۷۲ | ۵-۴ نتیجه گیری و پیشنهادات |
| ۷۶ | ۵-۵ پیشنهادات برای تحقیقات بعدی |
| | فهرست منابع |
| ۸۱ | پیوست الف) - نمونه پرسشنامه اول تحقیق |
| ۸۵ | پیوست ب) - نمونه پرسشنامه دوم تحقیق |