

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر رضایت مشتریان

با استفاده از تکنیک ریاضی ویکور

(مورد مطالعه شعب بانک توسعه تعاون تهران)

مجری طرح:

سعید معادی

چکیده

با توجه به فعالیت تعداد زیاد بانک ها و موسسات اعتباری در سطح کشور فضای رقابتی پیچیده حاکم بر آن، آگاهی از ترجیحات و انتظارات مشتریان کلید موفقیت و پایداری حیات هر بانک می‌باشد. از سوی دیگر در سال های اخیر بانک مرکزی با اعمال محدودیت در قالب سیاست های نظارتی و با تاکید بر عدم اختلاف سود در بخش تجهیز منابع و اختلاف ناچیز سود در بخش تخصیص اعتبار، عملا این ابزار رقابتی مورد عمل بانک ها را نیز از دست سیستم بانکی خارج نموده است. این پژوهش با هدف شناسایی و رتبه بندی عوامل اثر بخش بر رضایت مشتریان شعب بانک توسعه تعاون شهر تهران از مدل استاندارد میشرا (2007) انجام گرفته است. جهت دستیابی به اهداف پژوهش 400 نفر از مشتریان بانک توسعه تعاون در سطح شهر تهران بطور تصادفی ساده انتخاب و از آنها نظرسنجی شد که تعداد 384 نفر پاسخ دادند. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه و جهت تحلیل داده ها در سطح آمار توصیفی از توزیع فراوانی متغیرها، میانگین و در سطح آمار استنباطی از آزمون های آماری از جمله آزمون T، آزمون مقایسه ای AHP، مدل ریاضی ویکور استفاده شده است که در این خصوص با استفاده از مدل میشرا عوامل (دسترسی، پاسخگویی، چشم انداز، انعطاف پذیری در استفاده از خدمات، فرآیند مؤثر، حفظ و مراقبت، صلاحیت، پیشرفت در خدمات بر رضایت مشتریان، قابلیت اطمینان و اثربخشی هزینه) به عنوان عوامل مؤثر شناسایی و با استفاده از مدل سلسله مراتبی زوجی و مدل ویکور اولویت بندی عوامل موثر و تعیین بهترین عامل اثر بخش بر رضایتمندی مشتریان تعیین گردید. اولویت معیارهای اصلی براساس هدف به ترتیب عبارتند از: معیار دیدگاه از بیشترین اولویت، معیار مراقبت در اولویت دوم و معیار فرآیند موثر در اولویت سوم قرار دارد. همچنین اولویت نهائی زیر معیارها با تکنیک AHP عبارتند از: آینده روشن و مثبت بانک در اولویت اول، امکان آگاهی در هر زمان از وضعیت موجودی و گردش حساب بانکی و سرعت اطلاع رسانی از طریق پیامک در خصوص عملیات حواله جات و چکاوک در اولویت های بعدی می‌باشد و بر اساس محاسبات ویکور، "کارآمدی" بعنوان بهترین رتبه، "دیدگاه" در رتبه دوم و "اعتمادپذیری" در رتبه سوم این رتبه بندی قرار می گیرد. **کلید واژه:** رضایتمندی، مشتریان، خدمات بانکی، مدل ویکور، بانک توسعه تعاون.

بیان مسئله

یکی از اهداف مدیریت بانک، افزایش منابع بانک است سازمان‌ها و بالأخص بانک بدون توجه به خواسته مشتری نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند، آگاه بودن از ترجیحات مشتریان دارای اهمیت بسیار زیادی می‌باشد اگر ترجیحات مشتریان را بدانیم، می‌توانیم رفتار آن‌ها را پیش‌بینی کنیم و بر رفتار آنان کنترل داشته باشیم.

مؤسسات مالی و اعتباری می‌دانند که بین رضایت مندی مشتری، و سود سازمان رابطه قوی وجود دارد. در سازمان‌های موفق، رضایت مشتری به عنوان یکی از معیارهای موفقیت در نظر گرفته می‌شود و خلق رضایت مشتریان تبدیل به هدف اصلی هر بانک شده است. این سازمان‌ها به شدت بر روی بهبود فعالیت‌هایی که باعث رضایت مندی مشتری می‌گردد، سرمایه‌گذاری می‌کنند. اما بایستی در نظر داشت که با توجه به محدودیت منابع وامکانات سازمان‌ها و همچنین ضرورت تأمین رضایت مشتری، سازمان‌ها بایستی ابتدا عوامل مؤثر بر رضایت مشتری را شناسایی و اولویت بندی نمایند، سپس با توجه به منابع وامکانات محدود سازمان و براساس اهمیت و اولویت عوامل، جهت بهبود رضایت مشتریان اقدام کنند با توجه به مطالب ذکر شده و با توجه به اینکه محقق سابقه چندین ساله فعالیت در بانک توسعه تعاون را داشته و به طور مداوم با مشتریان در سطوح مختلف در تعامل نزدیک بوده، بر این مهم آگاهی دارد که جلب رضایت مشتریان در گرو شناسایی و درک صحیح خواسته‌ها و نیازهای منطقی آنان است.

بنابراین با در نظر گرفتن موارد ذکر شده و نیز اهمیت حیاتی فعالیت بانک توسعه تعاون برای جامعه به ویژه بخش تعاون به عنوان جامعه هدف که شامل اتحادیه‌های شرکت‌های تعاونی، شرکت‌های تعاونی و اعضاء تعاونی‌ها می‌باشد و همچنین کمک به توسعه اقتصاد مردمی تعاون و فراهم نمودن شرایط لازم برای کمک به تولید داخلی و افزایش تولید و صادرات از یک سو و همچنین زمینه‌سازی برای ایجاد اشتغال جدید و حفظ اشتغال موجود با بهره‌گیری از ظرفیت و قابلیت بخش تعاون، شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان در جهت حفظ سهم موجود و افزایش سهم در بازار و بالابردن توان مالی ضروری به نظر می‌رسد.

اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

ضرورت و اهمیت پژوهش تحقیقات در دنیای تجاری برای کلیه سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است و ضرورت تطبیق ویژگی‌های خدمات بانکی با نیازهای مشتریان بازار پولی و مالی با در نظر داشتن تغییرات محیطی ایجاب می‌کند که پژوهش در زمینه‌های مربوطه بالأخص شناسایی انتظارات مشتریان جهت حفظ و جذب آنان از جایگاه خاصی در بانک‌ها برخوردار باشد.

در سال‌های اخیر، توجه زیادی به رضایت مشتریان در رابطه با سطوح تعاملات با مشتری شده است. سطوح بالای ارائه خدمت و تعامل با مشتریان به عنوان ابزاری در جهت نیل به مزیت‌های رقابتی استفاده می‌شود، به موازات افزایش آگاهی مشتریان از خدمات قابل ارائه توسط بانک‌ها و سایر موسسات مالی، بطور فزاینده‌ای نسبت به کیفیت خدمات دریافتی حساسیت نشان می‌دهند، به منظور حفظ رابطه بلند مدت، توأم با رضایت مشتریان، بانک‌ها باید بدانند که چگونه می‌توانند خدمات و رفتاری با کیفیت بالا ارائه دهند. (ونوس، داور- صفائیان، میترا، ۱۳۸۴)

ضمن آنکه یکی از اهداف مدیریت بانک، افزایش منابع بانک است، سازمان‌ها و بالاخص بانک‌ها بدون توجه به خواسته مشتری نمی‌توانند به حیات خود ادامه دهند، آگاه بودن از عوامل موثر بر رضایت مندی مشتریان و اولویت بندی آن می‌تواند دارای اهمیت بسیار باشد و اگر عوامل موثر بر رضایت مندی مشتریان را بدانیم، می‌توانیم رفتار آنها را پیش بینی کنیم و بر رفتار آنان کنترل داشته باشیم.

اهداف پژوهش

اهداف اصلی:

- ✓ شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون
- ✓ اولویت بندی عوامل موثر بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون

فرضیه‌های پژوهش

- ✓ مراقبت، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ شایستگی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ پیشرفت در خدمات، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ انعطاف پذیری در استفاده از خدمات، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ اعتماد پذیری، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ دیدگاه، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ پاسخ گویی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ دسترسی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.

- ✓ کارامدی، هزینه بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.
- ✓ فرایند موثر، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.

مدل پژوهش

هدف تحقیق حاضر شناسایی، اولویت بندی عوامل موثر و تعیین مهمترین عامل اثر بخش بر رضایت مشتریان شعب بانک توسعه تعاون شهر تهران به ترتیب ابزار اصلی، سه پرسشنامه شامل پرسشنامه میشر، مقایسه زوجی (AHP) و ویکور (VICOR) خواهد بود. لذا متغیر های تحقیق را می توان به شرح زیر نام برد:

عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان شعب بانک توسعه تعاون شهر تهران

در این تحقیق برای مؤلفه های اثربخش بر رضایت مشتریان با جستجو و کاوش در ادبیات مربوطه، ده محور (مراقبت، شایستگی، پیشرفت در خدمات، انعطاف پذیری در استفاده از خدمات، اعتماد پذیری، دیدگاه پاسخگوئی، دسترسی، کارامدی، هزینه و فرایند موثر) به عنوان عوامل مؤثر، شناسایی و با پرسشنامه مورد سنجش و بررسی قرار می گیرد. مدل مفهومی این پژوهش، بر اساس محور اصلی رضایتمندی مدل میشر (2007) است.



شکل ۱-۰: مدل شناسایی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتری

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش

الف) تعریف مفهومی:

رضایت مشتریان: رضایت مشتری یک نتیجه است که از مقایسه پیش از خرید مشتری از عملکرد مورد انتظار با عملکرد واقعی ادراک شده و هزینه پرداخت شده به دست می آید. (بیرلی و همکاران ۲۰۰۴)^۱

مراقبت: موارد اساسی این عامل خدمات ارزش افزوده (هشدار پیامک و آگاه سازی پست الکترونیک)، رفتار مؤدبانه کارکنان بانک، برخورد مناسب و حرفه ای با مشتریان، قابلیت دسترسی آسان به مدیران اجرایی می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)^۲

شایستگی: این عامل شامل ارائه خدمات به مشتری به عنوان هویت بانک، شهرت خوب، مزایای بیشتر، توجه مناسب به مشتریان، کاغذ بازی کمتر و خدمات سفارشی برای مشتریان می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

پیشرفت در خدمات: این عامل شامل مهارت برخورداری از تکنولوژی، فرآیندهای صرف زمان کمتر، به روز رسانی مکرر خدمات، توجه مناسب به مشتریان و نام بانک ها به عنوان عاملی برای اعتمادپذیری مشتریان می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

انعطاف پذیری در استفاده از خدمات: این عامل شامل داشتن ثبات مالی و در دسترس بودن دستگاه های خود پرداز در مکان های مختلف می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

اعتماد پذیری: این عامل شامل مراقبت صادقانه برای امنیت دارایی ها، اطلاع رسانی به مشتریان قبل از برگشت چک و پیچیدگی کمتر در کار می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

دیدگاه: این فاکتور شامل چشم اندازهای بلندمدت و صدور چک های مورد نیاز مشتریان می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

پاسخ گویی: این عامل شامل سرعت عمل در پاسخ گویی به مشتریان و نگهداری مناسب دستگاه های خودپرداز می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

دسترسی: این عامل شامل تشکیل شبکه ای وسیع از بانک (توسعه شعب) در تمامی شهرستان های عمده و دقت در عملکرد سیستم بانکی (نرم افزار) می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

کارآمدی هزینه: این عامل شامل رهبری قیمت تمام شده خدمات برای مشتریان با هزینه کمتر در حواله جات بانکی می باشد (میشرا، ۲۰۰۷)

¹Beerli & al

²Mishra

فرایند مؤثر: این عامل شامل تسریع در عملیات اتاق پایاپای چک/حواله جات بانکی می‌باشد (میشرا، 2007)

ب) تعریف عملیاتی:

در این تحقیق برای مؤلفه های اثربخش بر رضایت مشتریان شعب بانک توسعه تعاون شهر تهران از مدل استاندارد میشرا (2007) با جستجو و کاوش در ادبیات مربوطه، ده محور (مراقبت، شایستگی، پیشرفت در خدمات، انعطاف پذیری در استفاده از خدمات، اعتماد پذیری، دیدگاه، پاسخ گویی، دسترسی، کارآمدی هزینه و فرایند مؤثر) به عنوان عوامل مؤثر، شناسایی و با پرسشنامه مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.

- ✓ مراقبت: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۱ تا ۶ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ شایستگی: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۷ تا ۹ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ پیشرفت در خدمات: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۱۰ تا ۱۴ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ انعطاف پذیری در استفاده از خدمات: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۱۵ تا ۱۷ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ اعتمادپذیری: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۱۸ تا ۲۲ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ دیدگاه: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۲۳ تا ۲۶ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ پاسخگویی: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۲۷ تا ۳۱ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ دسترسی: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۳۲ تا ۳۵ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ کارآمدی هزینه ای: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۳۶ تا ۳۸ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.
- ✓ فرایند مؤثر: در این پژوهش این عامل از رضایت مشتری با توجه به سوالات شماره ۳۹ تا ۴۰ مورد سنجش و بررسی قرار می‌گیرد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت، غیرتجربی و از نظر هدف، کاربردی؛ از نظر نحوه گردآوری داده‌ها نیز به روش پیمایشی و از نوع تحقیقات توصیفی و درعین حال همبستگی است.

خلاصه پژوهش و بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام این پژوهش، شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون می باشد. بنابراین در ابتدا به بررسی ادبیات موضوع و پژوهش‌های انجام شده داخلی و خارجی پرداخته شد تا مبانی اولیه در تدوین پیش فرض‌های لازم برای سنجش ابعاد رضایت مشتریان فراهم آید. پس از شناسایی مولفه‌های رضایت مشتریان، روابط بین متغیرهای شناسایی شده، و تعداد ۴۰ سوال برای پرسشنامه طراحی گردید. برای ارزش‌گذاری پاسخ‌های پرسش‌های تخصصی از طیف لیکرت پنج درجه استفاده شده است. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. برای محاسبه پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پرسشنامه تحقیق بالاتر از ۰,۷ محاسبه گردید. بنابراین پایایی پرسشنامه بسیار مطلوب ارزیابی گردیده است.

جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان و خبرگان بانک توسعه تعاون تهران می باشد. پس از اطمینان از روایی و پایایی مقیاس‌های طراحی شده براساس محاسبات انجام شده، پرسشنامه‌ها در نمونه‌ای به حجم ۳۸۴ نفر توزیع شد. سپس برای بررسی و توصیف ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان از روش‌های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و میانگین استفاده شده است. برای شناسایی و اولویت بندی شاخص‌های تحقیق نیز از تکنیک‌های دلفی، تحلیل سلسه مراتبی و ویکور بهره گرفته شده است. یافته‌های پژوهش بطور خلاصه در زیر ارائه شده است.

دستاوردهای تحلیلی این پژوهش را می‌توان در دو دسته فراگیر بخش‌بندی و ارائه نمود. نخست یافته‌های مربوط به ویژگی‌های عمومی پاسخگویان و دوم اطلاعات حاصل از داده‌های خام گردآوری شده پیرامون فرضیه‌های تحقیق. بر اساس نتایج تحقیق و بررسی فرضیات مشخص گردید:

فرضیه اول: مراقبت، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین مراقبت در رتبه ششم رتبه بندی شاخص‌ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می‌توان نتیجه گرفت سیستم اطلاع‌رسانی مداوم و مستمر الکترونیکی بانک (پیامک و پست الکترونیکی) در مورد خدمات جدید، استفاده از دفترچه‌های راهنما، بروشور و تراکت در خصوص چگونگی استفاده از خدمات بانک، رفتار مودبانه کارکنان شعبه، رفتار حرفه‌ای و پاسخگوئی با حوصله کارکنان شعبه و آراستگی ظاهری و مرتب بودن پوشش کارکنان شعبه و امکان برقراری ارتباط آسان با رییس شعبه بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات (عباسی، ۱۳۸۱) و احمدی و پور اشرف (۱۳۸۶) همسو می باشد.

فرضیه دوم: شایستگی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین شایستگی در رتبه دهم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت توجه ویژه و جداگانه کارکنان شعبه به نیازهای مشتریان و رفع فوری آنها، نوآوری و ارائه روشهای جدید خدمت رسانی بانک، سرعت عمل در ارائه خدمات و کاهش بروکراسی اداری با استفاده شبکه مجازی بانکداری الکترونیکی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات امیر شاهی و همکاران (۱۳۸۸) همسو می باشد.

فرضیه سوم: پیشرفت در خدمات، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین پیشرفت در خدمات در رتبه چهارم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت دانش به روز و مناسب کارکنان شعبه، مهارت به روز و مناسب کارکنان شعبه، مراحل انجام امور بانکی از نظر وضوح، سرعت و کوتاهی فرایند، نحوه برخورد مناسب کارکنان شعبه در حین انجام خدمات بانکی، کمک و راهنمایی مناسب کارکنان شعبه در پاسخ به نیاز مشتریان بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات (امین خواران و همکاران، ۱۳۹۳) همسو می باشد.

فرضیه چهارم: انعطاف پذیری در استفاده از خدمات، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین انعطاف پذیری در استفاده از خدمات در رتبه نهم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت ثبات مالی و وضعیت مناسب نقدینگی بانک، تامین و پرداخت سریع و مناسب وجه نقد در هنگام نیاز به برداشت حضوری از سپرده ها در شعبه، محل استقرار مناسب و در دسترس بودن دستگاههای خودپرداز بانک، تضمین راز نگهداری و حفظ اطلاعات شخصی مشتریان توسط بانک، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات امیر شاهی و همکاران (۱۳۸۸) همسو می باشد.

فرضیه پنجم: اعتماد پذیری، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین اعتماد پذیری در رتبه سوم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت کیفیت صندوق امانات بانک در حفظ و نگهداری دارایی مشتریان، رعایت امنیت داده ها در شبکه مجازی بانکداری الکترونیکی در تعاملات بین مشتری و بانک، اطلاع رسانی سریع و به موقع در خصوص عدم موجودی کافی از چک های صادر شده توسط مشتریان جهت جلوگیری از برگشت آن و خدمات غیر پیچیده و آسان و ساده بانکی بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات فولرتون (۲۰۰۵) همسو می باشد.

فرضیه ششم: دیدگاه، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین دیدگاه در رتبه دوم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت آینده روشن و مثبت بانک، سرعت صدور دسته چک های جدید بانکی و تعداد برگ چک، نحوه صدور چک های تضمینی بانک، نحوه صدور یا

پذیرش چک های بین بانکی بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات بیرلی و همکاران (۲۰۰۴) همسو می باشد.

فرضیه هفتم: پاسخ گویی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین پاسخ گویی در رتبه پنجم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت سرعت عمل در دریافت و پرداخت پول توسط کارکنان پشت باجه شعبه، سرعت و سهولت در صدور انواع ضمانت نامه های بانکی، سرعت و سهولت در پرداخت تسهیلات اعتباری، جدید و به روز بودن دستگاه های خود پرداز، ارائه خدمات مناسب از طریق دستگاه های خود پرداز بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات امیر شاهی و ونگ (۲۰۰۵) همسو می باشد.

فرضیه هشتم: دسترسی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین دسترسی در رتبه پنجم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت محل استقرار و موقعیت مکانی مناسب شعبه، تعداد شعب و در دسترس بودن آن، امکان استفاده از شبکه خدمات رسانی بانکداری الکترونیک (اینترنت بانک، موبایل بانک و ...) و در دسترس بودن پایانه های فروش بانک در فروشگاهها و شرکت هابر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات ونگ (۲۰۰۵) همسو می باشد.

فرضیه نهم: کارامدی، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین کارامدی در رتبه اول رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت در نظر گرفتن منافع مشتریان در ارائه خدمات کارمزدی خود، پرداخت تسهیلات اعتباری با کمترین هزینه جانبی از مرحله تشکیل پرونده تا انعقاد قرارداد، کاهش هزینه های رفت و آمد و مراجعه برای مشتریان از طریق تشکیل پرونده تسهیلات اعتباری الکترونیکی بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین نتایج حاصل از این فرضیه با تحقیقات (وارلا نیرا، ۲۰۰۸) همسو می باشد.

فرضیه دهم: فرایند موثر، بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد. همچنین فرایند موثر در رتبه هشتم رتبه بندی شاخص ها با تکنیک ویکور قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه و با تایید آن می توان نتیجه گرفت امکان آگاهی در هر زمان از وضعیت موجودی و گردش حساب در بانک و سرعت اطلاع رسانی از طریق پیامک در خصوص عملیات حواله جات وچکاوک بر رضایت مشتریان در بانک توسعه تعاون تاثیر دارد.

بنابراین با توجه به فرایند صورت گرفته در این تحقیق و استفاده از مدل های AHP و Vikor خلاصه نتایج حاصله از اولویت بندی عوامل موثر و همچنین تعیین برترین گزینه در ارتباط با رضایتمندی مشتریان را می توان به صورت ذیل بیان کرد:

با استفاده از مدل سلسله مراتبی زوجی و با توجه به نظرات گرفته شده از خبرگان، بر اساس بردار ویژه بدست آمده تعیین اولویت معیارهای اصلی براساس هدف عبارتند از : معیار دیدگاه با وزن نرمال شده $0/225$ از بیشترین اولویت برخوردار است. معیار مراقبت با وزن $0/165$ در اولویت دوم قرار دارد. معیار فرایند موثر با وزن نرمال $0/126$ در اولویت سوم قرار دارد. همچنین در تعیین اولویت نهائی زیر معیار ها با تکنیک AHP آینده روشن و مثبت بانک با وزن نهایی $0,0838$ در اولویت اول قرار دارد و امکان آگاهی در هر زمان از وضعیت موجودی و گردش حساب در بانک و سرعت اطلاع رسانی از طریق پیامک درخصوص عملیات حواله جات و چکاوک در درجه اولویت‌های بعدی می‌باشد و براساس محاسبات ویکور، بهترین عامل اثر بخش بر رضایتمندی مشتریان گزینه اول، کارآمدی هزینه می باشد، دیدگاه در رتبه دوم و اعتمادپذیری در رتبه سوم این رتبه بندی قرار می گیرد.

پیشنادهای کاربردی

بر اساس نتایج تحقیق و نتایج تحلیل ویکور مشخص گردید کارآمدی در اولویت اول شاخص ها قرار می گیرد بر این اساس پیشنهادات کاربردی زیر قابل ارائه می باشد:

پیشنهاد می‌گردد بانک در ارائه خدمات کارمزدی خود، منافع مشتریان را در نظر گیرد و همچنین پرداخت تسهیلات اعتباری با کمترین هزینه جانبی از مرحله تشکیل پرونده تا انعقاد قرارداد صورت پذیرد. همچنین پیشنهاد می‌شود کاهش هزینه‌های رفت و آمد و مراجعه برای مشتریان از طریق تشکیل پرونده تسهیلات اعتباری الکترونیکی صورت پذیرد.

بر اساس نتایج تحقیق و نتایج تحلیل ویکور مشخص گردید دیدگاه در اولویت دوم شاخص‌ها قرار می‌گیرد بر این اساس پیشنهادات کاربردی زیر قابل ارائه می‌باشد:

پیشنهاد می‌گردد ارائه تصویر روشن و مثبت از بانک و همچنین سرعت صدور دسته چک‌های جدید بانکی و تعداد برگ چک مورد لحاظ قرار گیرد، مضاف بر اینکه نحوه صدور چک‌های تضمینی بانک و نحوه صدور یا پذیرش چک‌های بین بانکی در دستور کاری بانک قرار گیرد تا موجب افزایش رضایت مشتریان شود.

بر اساس نتایج تحقیق و نتایج تحلیل ویکور مشخص گردید اعتمادپذیری در اولویت سوم شاخص‌ها قرار می‌گیرد بر این اساس پیشنهادات کاربردی زیر قابل ارائه می‌باشد:

پیشنهاد می‌گردد تضمین راز نگهداری و حفظ اطلاعات شخصی مشتریان توسط بانک در سرلوحه امور قرار گیرد و همچنین کیفیت صندوق امانات بانک در حفظ و نگهداری دارایی مشتریان بهبود بخشیده شود و همچنین رعایت امنیت داده‌ها در شبکه مجازی بانکداری الکترونیکی در تعاملات بین مشتری و بانک لحاظ شود. در ادامه اطلاع‌رسانی سریع و به موقع در خصوص عدم موجودی کافی از چک‌های صادر شده توسط مشتریان جهت جلوگیری از برگشت آن می‌تواند موجب افزایش رضایت مشتریان گردد.

در بعد پاسخگویی پیشنهاد می‌شود واحد نظارت بر طرح‌ها مدت زمان نظارت را به حداقل کاهش دهد. در این زمینه به نظرمی رسد اگر نظارت در مدت دو روز عملی شود، مشتریان رضایت خواهند داشت، و همچنین پس از نظارت و تأیید، پیشنهاد می‌شود پرداخت حداکثر ظرف یک هفته انجام شود.

در بعد اطمینان بخش بودن کیفیت خدمات ارائه شده از سوی بانک، مواردی که مربوط به تطابق تسهیلات اعطایی با نیاز واقعی طرح بود و همچنین موضوع عدم هماهنگی قوانین و مقررات اعطای تسهیلات با شرایط طرح، موجبات نارضایتی مشتریان شده است. از این رو پیشنهاد می‌شود بانک کارشناسی بیشتری را در زمینه نیاز واقعی طرح‌ها با تسهیلات انجام دهد. به نظر می‌رسد بانک می‌تواند با بررسی چرخه کار در ارائه تسهیلات و خدمات و شناخت نقاط ضعف این چرخه و مهندسی مجدد سازمان کار، بورکراسی حاکم را کاهش داده و موجبات رضایت مشتری و استفاده بهینه از منابع شود.