

عنوان مقاله:

تأثیر کیفیت خدمات داخلی بر بهبود مرکزیت بیمار و رضایت مشتری داخلی (مورد مطالعه: بیمارستان حسینی در کربلا)

محل انتشار:

هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

زهرا المیاحی - کارشناسی ارشد بازاریابی، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

محسن حبیبی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

معصومه عربشاهی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه کیفیت خدمات داخلی دارای جایگاه ویژه ای در بازاریابی مشتریان است. اما این موضوع در رابطه با بیماران از اهمیت بیشتری برخوردار است. زیرا رعایت نکات و اصول صحیح ارائه خدمات به بیماران می تواند نقش بسزایی در سلامت و حتی خانواده های آنان داشته باشد. این پژوهش با هدف بررسی نقش کیفیت خدمات داخلی در بهبود مرکزیت بیمار و رضایت مشتری داخلی در بیمارستان حسینی در کربلا انجام گرفته است. این پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از حیث ماهیت، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش مراجعین به بیمارستان حسینی عراق است که چون تعداد آنان نامشخص است با استفاده از جدول مورگان و شیوه نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس، تعداد نمونه آماری 384 نفر انتخاب شدند و پرسشنامه ای که روایی محتوایی آن از طریق مراجعه به اساتید و خبرگان دانشگاهی تأیید گردیده، در بین آنان توزیع شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار Smart-PLS استفاده شده است. یافته ها نشان می دهد که کیفیت خدمات داخلی بر مرکزیت بیمار و همچنین کسب رضایت مشتری داخلی تأثیر مثبت و معناداری دارد. در نتیجه در مراقبت های سلامتی، تسهیل کیفیت خدمات داخلی سبب بهبود مرکزیت بیمار و در نتیجه نتایج بهتری برای سلامتی حاصل گردد. از طرفی کیفیت خدمات داخلی به کارکنان کمک می کند تا کارهای خود را بهتر انجام دهند که همین سبب افزایش رضایت آنان می شود.

کلمات کلیدی:

مراقبت هماهنگ، کیفیت خدمات داخلی، مرکزیت بیمار، رضایت مشتری داخلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1162029>

