

عنوان مقاله:

طراحی الگوی پذیرش خدمات درمانی نوآورانه با روش آمیخته اکتشافی

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 10، شماره 4 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

هانیه محمدزاده طاهری - دانشجوی دکتری گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی امارات، دبی، امارات

علی حاجیها - استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال، تهران، ایران

احمد روستا - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

عباس خورشیدی - استاد گروه مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلامشهر، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی پذیرش خدمات درمانی نوآورانه با روش آمیخته اکتشافی انجام شد. در بخش کیفی از طراحی ظاهرشونده نظریه داده بنیاد استفاده شد. داده های بخش کیفی با انجام ۱۸ مصاحبه عمیق با استادان بازاریابی، متخصصان حوزه پزشکی و همچنین ۲۰ مصاحبه با مشتریان بانک خون بند ناف موسسه رویان به دست آمد و با استفاده از کدگذاری باز تحلیل شد. برای روایی بخش کیفی، از بررسی به وسیله اعضای پژوهش، مشارکتی بودن و سه سوبه سازی و برای بررسی پایایی، از پایایی بازآزمون و دو کدگذار استفاده شد. در نهایت الگوی مفهومی با ۷ مقوله اصلی شامل کیفیت خدمات، ویژگی های خدمت، ادراک پذیرندگان، عوامل فردی، ویژگی های نوآوری، گروه های مرجع و منابع اطلاعاتی، ۲۲ مقوله فرعی و ۹۳ مفهوم طراحی شد. نتایج بخش کیفی به طراحی ۷ گزاره علمی منجر شد که در بخش کمی بررسی شد. در بخش کمی با استفاده از پرسشنامه ۹۳ گویه ای محقق ساخته، داده ها از ۴۰۴ مشتری موسسه رویان با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده جمع آوری شد. برای تعیین روایی و پایایی از روایی همگرا و واگرا و آلفای کرونباخ استفاده شد و داده ها با استفاده از معادلات ساختاری آزمون شد. مشخصه های نیکویی برازش نشان داد داده ها با ساختار عاملی مدل طراحی شده برازش مناسبی دارد و الگو تایید می شود.

کلمات کلیدی:

بانک خون بند ناف، خدمات نوآورانه، آمیخته اکتشافی، طراحی ظاهرشونده.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1206906>

