

عنوان مقاله:

ارائه الگوی بازاریابی اجتماعی خدمات سلامت اجتماعی

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بهداشت و درمان، دوره 10، شماره 34 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

علیرضا پیرحیاتی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

حسین وظیفه دوست - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پژمان جعفری - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

اصغر سیف - استادیار، گروه آمار، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

خلاصه مقاله:

مقدمه: در دنیای امروز کسب و کارها نیازمند کسب اعتماد در بین مخاطبین خود هستند. بازاریابی اجتماعی به عنوان آخرین فلسفه ی بازاریابی از چنین ظرفیتی برخوردار است و می تواند همراه با در نظر گرفتن منافع جامعه به منافع کسب و کار و مشتریان بی اندیشد. هدف اصلی پژوهش حاضر، ارائه مدل بازاریابی اجتماعی مبتنی بر است. روش پژوهش: به منظور رسیدن به این هدف، در مرحله کیفی ضمن بررسی ادبیات موضوع و مصاحبه با خبرگان بازاریابی و شهرداری، با روش نظریه داده بنیاد، معیارهای موثر با استفاده از نرم افزار مکس کیودا شناسایی شد. در مرحله بعدی، معیارهای شناسایی شده با استفاده از رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری در ابعاد جدیدی دسته بندی و سطوح مولفه ها و روابط بین آن ها مشخص شدند. یافتهها: نتایج سوال اول منجر به شناسایی نه عامل اصلی مسئولیت گرای، راهبرد گرای، زیرساخت بازاریابی، گرایش به قابلیت های بازاریابی اجتماعی، درک پویایی محیطی، درک شهروندان، درک ویژگی های ملی، آمیخته بازاریابی اجتماعی و توسعه باور و نگرش شهروندان شد. نتایج مدل سازی ساختاری تفسیری نشان از تأثیرگذاری مسئولیت گرای، زیرساخت بازاریابی و راهبرد گرای به عنوان متغیر مستقل بر گرایش به قابلیت های بازاریابی اجتماعی داشت. نتیجه گیری: در نهایت با استناد بر نتایج پژوهش می توان اذعان نمود با بهره مندی از استراتژی های بازاریابی اجتماعی و تأثیرگذاری بر نگرش و ذهنیت شهروندان، می توان توسعه باور و نگرش شهروندان را موجب شد. از این رو لزوم توجه روزافزون مدیران ارشد سازمان ها به نقش حیاتی و بی بدیل بازاریابی اجتماعی ضرورت دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی اجتماعی، خدمات سلامت، شهرداری همدان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1295560>

