

عنوان مقاله:

مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان های تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی زابل

محل انتشار:

مجله دانشکده پزشکی زابل، دوره 4، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

فاطمه محبی - استادیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی- درمانی، دانشکده ی بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی زابل، زابل، ایران

سیدپوریا هدایتی - استادیار، گروه مدیریت خدمات بهداشتی- درمانی، دانشکده ی بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی زابل، زابل، ایران

سمیه باقری - کارشناس ارشد مدیریت خدمات بهداشتی- درمانی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران، ایران

ناصر هاشمی - کارشناس مدیریت خدمات بهداشتی- درمانی، دانشکده ی بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی زابل، زابل، ایران

ابوالفضل قوم دوست نوری

خلاصه مقاله:

مقدمه: در محیط رقابتی امروز، ارتباط مستمر و بلند مدت با مشتری، اساسی ترین کلید برای رسیدن به موفقیت سازمان های بهداشتی و درمانی است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان های تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی زابل انجام گرفته است. شیوه ی مطالعه: این پژوهش، کاربردی و از نظر روش، توصیفی بود. جامعه ی آماری شامل کارکنان بیمارستان های تحت پوشش دانشگاه علوم پزشکی زابل است که تعداد ۲۰۵ نفر به روش نمونه گیری طبقه ای تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها شامل پرسش نامه دو قسمتی (دموگرافیک و مدیریت ارتباط با مشتری) می باشد. پس از جمع آوری داده ها، با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۸، مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. یافته ها: در این مطالعه، میانگین امتیاز مدیریت ارتباط با مشتری، ۳/۱۶، بود. میانگین امتیاز هریک از بعدهای جذب، حفظ و گسترش روابط با مشتری، بعد زیرساختاری و بعد مشتری گرایی به ترتیب ۳/۱، ۲/۹ و ۳/۴۸ امتیاز می باشد. نتیجه گیری: با توجه به یافته های این مطالعه، مدیریت ارتباط با مشتری و هریک از ابعاد آن، در وضعیت متوسط قرار داشت. بنابراین مدیران سازمان های بهداشتی و درمانی، باید اقداماتی جهت ارتقاء هریک از ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری به منظور وفاداری روزافزون مشتریان خود و بهره وری سازمان داشته باشند.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، بیمارستان، دانشگاه علوم پزشکی زابل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1547791>

