

## عنوان مقاله:

تاثیر کیفیت خدمات ادراک شده و هزینه های جابه جایی مشتری بر وفاداری مشتری در بیمارستان های خصوصی منتخب شهر تهران

## محل انتشار:

مجله مدیریت اطلاعات سلامت، دوره 13، شماره 1 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

پگاه بانگیان تبریزی - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

سید حمید خداداد حسینی - استاد، مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

اصغر مشبکی اصفهانی - استاد، مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

مقدمه: کیفیت خدمات ارائه شده بر استفاده مجدد و وفاداری مشتریان موجود و بالقوه تاثیرگذار است. همچنین، سازمان های ارائه دهنده خدمات می توانند از طریق ایجاد هزینه های جابه جایی، مشتریان را از تلاش برای ترک سازمان و رفتن به سمت رقبا بازدارند. هدف از انجام این پژوهش، بررسی متغیرهای کیفیت خدمات ادراک شده و هزینه های جابه جایی مشتری بر وفاداری مشتریان بیمارستان ها بود. روش بررسی: تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی - پیمایشی بود و با استفاده از معادلات ساختاری انجام شد. ابزار جمع آوری داده ها، پرسش نامه بود که روایی آن با نظر صاحب نظران رشته مدیریت تایید گردید و پایایی آن به کمک آزمون Cronbach's alpha با مقدار  $4/82$  درصد، مورد تایید قرار گرفت. همچنین، برای تعیین وضعیت هر یک از متغیرها و تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش، از نرم افزارهای SPSS و SmartPLS استفاده گردید. یافته ها: تاثیر مثبت و معنی دار کیفیت خدمات ادراک شده و هزینه های جابه جایی مشتری، بر وفاداری مشتری تایید شد. بررسی ابعاد کیفیت خدمات بر وفاداری نشان داد که عوامل محسوس، اعتماد، تضمین و همدلی بر وفاداری مشتری تاثیر مثبت و معنی داری داشت و پاسخگویی بر وفاداری تاثیرگذار نبود. همچنین، نقش تعدیل گری هزینه های جابه جایی بر رابطه کیفیت خدمات ادراک شده و وفاداری مشتری و رابطه عوامل محسوس، اعتماد، تضمین و همدلی بر وفاداری مشتری مورد تایید قرار گرفت، اما در رابطه با متغیر پاسخگویی تایید نشد. نتیجه گیری: با توجه به یافته های حاصل از پژوهش، پیشنهاد می گردد که بیمارستان ها جهت بهبود هرچه بیشتر کیفیت خدمات ارائه شده و ایجاد هزینه های جابه جایی، تلاش لازم را برای داشتن مشتریان وفادار به عمل آورند.

## کلمات کلیدی:

وفاداری مشتری، کیفیت خدمات درمانی، هزینه ها، بیمارستان ها

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1747186>

