

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عوامل آمیخته بازاریابی بر رضایت دریافت کنندگان خدمات بیمارستانی (مطالعه موردی: بیمارستان قائم عج)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی تحول و نوآوری سازمانی با رویکرد اقتصاد مقاومتی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

حمیدرضا ترک چین - دانشگاه علوم پزشکی مشهد- مدیریت توسعه سازمان و منابع انسانی

علی روحی - دانشگاه آزاد اسلامی، مدیریت بازرگانی - بازاریابی

عبدالله ریحانی یساولی - دانشگاه علوم پزشکی مشهد- مدیریت توسعه سازمان و منابع انسانی

شهلا پیرمحمدی - بانک صادرات استان خراسان رضوی

خلاصه مقاله:

در اقتصاد جهان امروز سازمان ها باید همه فعالیت ها و توانمندی های خود را متوجه رضایت مشتری کنند، چرا که مشتریان تنها منبع حفظ سازمان و برگشت سرمایه هستند. بنابراین بازار رقابتی امروز همه سازمان ها را ملزم به مشتری مداری می کند. رضایت مشتری برای سازمان ها امر مهمی تلقی می گردد و آن ها مبنی بر اینکه چند درصد از مشتریان شان را بتوانند راضی نگه دارند، برنده یا بازنده اند و موفقیت سازمان ها به رضایت مشتری دارد که می تواند کمک بزرگی برای اندازه گیری کیفیت محصول و خدمات باشد. اگر سازمانی بخواهد رضایت مشتری را دربرداشته باشد باید به آن اهمیت بدهد. در مقاله پیش رو به بررسی تاثیر عناصر آمیخته بازاریابی بر رضایت بیماران پرداخته است. هدف اصلی از انجام این تحقیق تعیین میزان تاثیر آمیخته بازاریابی بر رضایت مشتریان خدمات ناخوشایند (بیمارستانی) می باشد. روش این پژوهش از نوع هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی- پیمایشی و از شاخه میدانی می باشد. جامعه پژوهش حاضر، مراجعین به بیمارستان قائم (عج) پاییز 95 می باشد که برای این منظور فضای نمونه 299 نفری از بیماران بیمارستان انتخاب و برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استاندارد برای سنجش نگرش نسبت به متغیرهای پژوهش در رضایت استفاده شده است. که روایی صوری آن با تایید جمعی از کارشناسان و اساتید دانشگاه رسیده است. و پایایی آن، با استفاده از آزمون کرونباخ محاسبه گردیده است. نتایج حاصل از تحلیل فرضیه ها حاکی از آن است که، عوامل آمیخته بازاریابی عامل محصول/خدمت، قیمت، مکان، افراد و تبلیغ/تشویق بر رضایت مشتریان خدمات ناخوشایند موثر است.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، آمیخته بازاریابی، خدمات ناخوشایند، بیمارستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/595607>

