

عنوان مقاله:

رابطه سرمایه مشتری با سیستم مدیریت کیفیت در بیمارستان های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

لیلا آگوش - کارشناس ارشد مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، معاونت درمان دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران

مهسا صفی زاده - کارشناس ارشد مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، معاونت درمان دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

موضوع: در سال های اخیر، مدیریت سرمایه فکری به بحث مهمی در ادبیات مدیریت بدل شده است و ارزش سهام را در صنعت دستخوش تغییر کرده است. از آنجا که اهمیت این موضوع در بخش صنعت شناخته شده است لازم است این مهم در بخش سلامت نیز شناخته شود از طرف دیگر تغییرات سریع در سیستم مراقبت بهداشتی، تکنولوژی ها و ساختارهای جدید، افزایش هزینه ها و همچنین رقابت شدید منجر به ایجاد چالش عظیم برای مدیران مراقبت بهداشتی شده است. اتخاذ رویکرد مدیریت کیفیت فراگیر بهترین پاسخ به این چالش ها می باشد زیرا که روشی برای سازماندهی امور در سازمان های مراقبت های بهداشتی است و بر اصول و مفاهیمی از قبیل رضایت مشتری، رهبری، فرهنگ سازمانی، خط مشی کیفی، ساختار سازمانی، مشارکت کارکنان، هزینه کیفی، ترفیع و پاداش، انتخاب تامین کننده و توسعه آن متمرکز می باشد به طوری که موجب رسیدن به مطلوب ترین کیفیت در خدمات ارایه شده، رضایت کارکنان و تمامی نتایج عملکردی می شود. روش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر روش همبستگی که به صورت توصیفی- تحلیلی انجام پذیرفته است. متغیرهای این پژوهش کیفی - سرمایه مشتری و مدیریت کیفیت- می باشد. پژوهش در 8 مرکز آموزشی درمانی دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی انجام پذیرفت. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید. به منظور سنجش سرمایه مشتری (به صورت ابعادی)، از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. پژوهشگر به منظور بررسی سیستم مدیریت کیفیت (مدل تعالی سازمان) از امتیازات 9 معیار مدل تعالی سازمان در بیمارستان های دارای مدل تعالی سازمان استفاده کرده است به منظور تعیین رابطه بین نوع بیمارستان و سرمایه مشتری از آزمون تی مستقل استفاده گردید. همچنین به منظور اثبات فرضیات از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن به کمک نرم افزار آماری SPSS ویرایش 16 استفاده گردید. یافته ها: حاکی از آن است که ارتباط مستقیم بین متغیر سرمایه مشتری و سیستم مدیریت کیفیت وجود دارد بدین معنی که با استقرار سیستم مدیریت کیفیت در بیمارستان، نمره سرمایه مشتری نیز افزایش می یابد. و بالعکس. داده های آماری بیانگر وجود ارتباط معنی دار بین این دو متغیر است.

کلمات کلیدی:

سرمایه مشتری، سیستم مدیریت کیفیت، مدل تعالی سازمان، بیمارستان آموزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756913>

