

عنوان مقاله:

استراتژی های حفظ مشتری در صنعت گردشگری پزشکی

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

امیر محسنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش پیشرفت و توسعه شهری و روستایی دانشگاه پیام نور واحد گرمسار

معصومه پیریایی - دکتری مدیریت دولتی، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، تهران، ایران

علی شهابی - دکتری مهندسی صنایع، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در بازار رقابتی گردشگری پزشکی، مقوله استراتژی های حفظ و جذب مجدد مشتری، عامل موثر موفقیت کلینیک های پزشکی است. این تحقیق الگویی را ایجاد می کند که شکل گیری تصمیم مسافران بین المللی در امور پزشکی را با در نظر گرفتن تاثیر کیفیت، رضایتمندی، اعتماد و معقول بودن هزینه توضیح دهد. در پژوهش حاضر یک نظرسنجی میدانی در کلینیک های پزشکی صورت گرفت. یافته های حاصل از تحلیل ساختاری نشان دهنده تناسب مطلوب در الگو پیشنهادی است. کیفیت برداشت شده، رضایتمندی و اعتماد به کارمندان و کلینیک، رابطه معنیداری با یکدیگر دارند که بر تصمیم مشتری برای ویزیت مجدد در کلینیک و کشور مقصد و رضایتمندی ایشان موثر است. دو عامل اعتماد و رضایتمندی واسطه های مهمی محسوب می شوند. به طور کلی در مدل نظری پیشنهادی، تایید فرضیه تاثیر تعدیل کننده قیمت موجه در نتایج تست ناوردایی- متریک مشهود بود و نتایج عملی و نظری مورد بحث قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

استراتژی حفظ مشتری، مدیریت استراتژیک، گردشگری پزشکی، کیفیت، رضایتمندی، اعتماد، قیمت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/828506>

