

## چکیده

بیمارستان ها و مراکز درمانی که رسالت خطیر تامین سلامت جسمی و روانی مشتریان را بر عهده دارند، با ارائه خدمات مطلوب بهداشتی و درمانی می توانند، در افزایش روحیه و وضعیت جسمی مناسب آنها نقش به سزایی ایفا نمایند. لذا در این پژوهش به بررسی تاثیر عوامل موثر بر وفاداری مشتری از طریق کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان های خصوصی آریا و گلزار شهر رشت پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان بیمارستان های خصوصی آریا و گلزار شهر رشت است. به منظور محاسبه حجم نمونه آماری از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود شده استفاده شد که در نهایت حجم نمونه ۳۱۴ نفر تعیین گردید. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی است. روش گردآوری اطلاعات میدانی، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد و به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری به طور مثبت با وفاداری مشتری رابطه دارد. از طرفی، کیفیت خدمات، رضایت مشتری و ارزش مشتری به طور مثبت و از طریق نقش واسطه ای کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری، بر وفاداری مشتری تاثیر می گذارد. در خصوص نقش تعدیلگری تصویر بهتر برند نیز نتایج نشان داد که تصویر بهتر برند، تاثیر رضایت مشتری و ارزش مشتری بر وفاداری مشتری از طریق کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری را قوی تر می کند، اما تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتری از طریق کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری را قوی تر نمی کند و تنها در این مورد نقش تعدیلگری آن رد شده است.