

# تأثیر عوامل موثر بر وفاداری مشتری از طریق کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان‌های خصوصی آریا و گلزار شهر رشت

محمدعلی رضاپور\*، 165،

1396-7-4

بیمارستان‌ها و مراکز درمانی که رسالت خطیر تامین سلامت جسمی و روانی مشتریان را بر عهده دارند، با ارائه خدمات مطلوب بهداشتی و درمانی می‌توانند، در افزایش روحیه و وضعیت جسمی مناسب آنها نقش به‌سزایی ایفا نمایند. لذا در این پژوهش به بررسی تأثیر عوامل موثر بر وفاداری مشتری از طریق کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری در بیمارستان‌های خصوصی آریا و گلزار شهر رشت پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان بیمارستان‌های 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 314 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 داده‌ها، از نرم‌افزارهای 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 واسطه‌ای کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری، بر وفاداری مشتری تأثیر می‌گذارد. در خصوص نقش تعدیلگری تصویر بهتر برند نیز نتایج نشان داد که تصویر بهتر برند، تأثیر رضایت مشتری و ارزش مشتری بر وفاداری مشتری از طریق کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری را قوی‌تر می‌کند، اما تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتری از طریق کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری را قوی‌تر نمی‌کند و تنها در این مورد نقش تعدیلگری آن رد شده است.

کلمات کلیدی : وفاداری مشتری، کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری، تصویر بهتر برند، رضایت مشتری، ارزش مشتری، کیفیت خدمات

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان‌نامه‌ها](#)