

ارائه مدلی برای بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و ابعاد وفاداری خدمات در گردشگری پزشکی

مریم غلامی و سمجانی

چکیده

بیمارستانها نیز مانند هر کسب و کار دیگری برای موفقیت، نیاز به حفظ مشتریان و وفاداری آنها دارند. یکی از راههای بهبود وفاداری بیماران، تمرکز بیمارستان ها بر ابعاد کیفیت خدمات ارائه شده می باشد. در حقیقت وفاداری بیماران به کاهش هزینه ها و افزایش درآمد برای بیمارستان منجر می شود تجربیات مثبت بیمار و خانواده او از بیمارستان دارای ارزش بوده و در واقع، ادراک بیماران از خدمات دریافتی، ارزشمند است. پژوهش حاضر با درک اهمیت توجه به کیفیت خدمات در وفادار کردن مشتریان با بررسی ادبیات موجود در این حوزه با رویکرد گردشگری پزشکی، مدلی را مستخرج از پیشینه مطالعاتی موضوع پیشنهاد کرده است که در آن ابعاد کیفیت خدمات شامل دسترسی، رضایت از درمان، ادب و مهربانی، کیفیت محیط فیزیکی، کیفیت فنی مراقبت، سرعت عمل، امکانات مکان و عامل مالی می باشد. همچنین وفاداری به خدمات بیمارستان را سه بعد رفتاری، نگرشی و شناختی تشکیل می دهد. در این نوشتار پس از تبیین موضوع، مبانی نظری بررسی شده و در نهایت شمایی از مدل مفهومی پیشنهادی همراه با فرضیات مرتبط با مدل ارائه می گردد.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات، وفاداری، گردشگری پزشکی