

عنوان مقاله:

بررسی رابطه مسئولیت اجتماعی با رضایت ذینفعان در بیمارستان با توجه به نقش میانجی ارزش مشتری و تصویر بیمارستان

محل انتشار:

هفتمین همایش مطالعات اقتصادی و مدیریت در جهان اسلام (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

محمد رضا لرستانی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی بین الملل

وحید پیرهادی - دانشجوی کارشناسی ارشد ام بی ای، دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

مطالعات نشان میدهند که در محیط کسب و کار جهانی امروز، رقابت شدید شرکتها اغلب همراه با ادغام راهبردی برنامه های مسئولیت اجتماعی در فعالیت ها و راهبردهای اصلی سازمان ها است. در شرکتهای ایرانی به نقش مسئولیت اجتماعی توجه بسیار کمی شده است و معمولا سازمانها و شرکتها، مسئولیت اجتماعی را فدای سودآوری کوتاه مدت شرکت می نمایند در صورتی که با رعایت مسئولیت اجتماعی، عملکرد سازمان بهبود یافته و موجب افزایش سودآوری در بلندمدت خواهد شد. لذا هدف این پژوهش بررسی رابطه میان مسئولیت اجتماعی با رضایت ذینفعان در بیمارستان با نقش میانجی ارزش مشتری و تصویر بیمارستان می باشد. روش تحقیق از نوع کمی و توصیفی-پیشمایشی می باشد و برای جمع آوری داده های میدانی از پرسشنامه بسته استاندارد با طیف لیکرت ۵ گزینه ای استفاده شده است و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ به دست آمده. همچنین نمونه آماری ۲۵۵ نفر از ذینفعان بیمارستان ها شامل مدیران، کارکنان، سهامداران و مراجعین می باشند که به وسیله نمونه گیری در دسترس و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شده اند. در نهایت نتایج پژوهش نشان داد میان مسئولیت اجتماعی و رضایت ذینفعان با نقش میانجی ارزش مشتری و تصویر بیمارستان ارتباط معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، رضایت ذینفعان، ارزش مشتری، تصویر بیمارستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1753710>

