

عنوان مقاله:

بررسی اثر بخش ترین شبکه های اجتماعی در جذب بیمار

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

اباسط میرزایی - استادیار گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده بهداشت، علوم پزشکی تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مینو شهبازی - کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات سلامت، بیمارستان فرهیختگان، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: امروزه مدیران بیمارستان ها برای جذب بیماران در بازار سلامت با بیمارستانهای رقیب در رقابت می باشند و بدنبال روش های جدیدی برای اطلاع رسانی به متقاضیان خدمات درمانی هستند یکی از این روش ها استفاده از رسانه های اجتماعی است که تحول بزرگی در حوزه کسب و کار و بازاریابی اینترنتی ایجاد کرده است که می توان از آنها در جهت تبلیغات خدمات درمانی نیز استفاده نمود. روش پژوهش: در این مطالعه توصیفی از میان مراکز درمانی غرب تهران بصورت تصادفی تعداد 127 پرستار و ماما بعنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه ای بود که محقق آن را تهیه و تنظیم کرده بود. به منظور روایی پرسش نامه، از روش اعتبار محتوا و برای سنجش پایایی از روش test-retest استفاده شد و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شد. یافته ها: شبکه های اجتماعی اینستاگرام، واتس اپ، تلگرام و اسکایپ به نظرسنجی گذاشته شدند، این نتایج بدست آمد که شبکه اجتماعی اینستاگرام امتیاز بالای 80 درصد را کسب نمود و اسکایپ نیز بدلیل محدودیت ها و عدم محبوبیت بین افراد جامعه کمترین امتیاز را دریافت کرد. نتیجه گیری: شبکه های اجتماعی نقش مهمی را در جهت تبلیغات خدمات درمانی ایفا می کنند در اپلیکیشن هایی مانند اینستاگرام که امکان به اشتراک گذاری تصاویر و فیلم های آموزشی در عین حال تبلیغاتی وجود دارد، می تواند در این زمینه بسیار کمک کننده و تاثیر گذار باشد.

کلمات کلیدی:

اپلیکیشن، شبکه اجتماعی، خدمات درمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1041638>

