

عنوان مقاله:

تجاری سازی گردشگری سلامت در ایران: مطالعه موردی بیمارستانهای تبریز

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تجاری سازی فناوری (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

صفورا پوررضا - دانشگاه علوم پزشکی تبریز

ناصر صنوبر - دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تبریز

فرزان حاجی زاده - دانشگاه علوم پزشکی تبریز

خلاصه مقاله:

در محیط به شدت رقابتی امروز، کیفیت یکی از عوامل پایه ای در تجاری سازی خدمات و محصولات ارائه شده محسوب می شود. به طوری که موفقیت تجاری در اقتصاد جهان جدید، به توانایی خلق ارزشهای متمایز در محصول، از طریق کیفیت در طراحی و تولید و بیان این ارزشها به صورتی اثربخش، به مشتریان بستگی دارد. گردشگری پزشکی درمانی به عنوان زیر شاخه ای از توریسم سلامت از این حقیقت مستثنی نبوده و باتوجه به اثرات فراوان مثبت اقتصادی صنعت توریسم، توجه به کیفیت خدمات امری ضروری می باشد. این مطالعه به بررسی نقش کیفیت خدمات بیمارستانهای منتخب دانشگاه علوم پزشکی تبریز در تجاری سازی فرآیند یا چرخه ای برای معرفی یک محصول جدید به بازار صنعت گردشگری سلامت در محورهای مختلف شامل قابلیت اعتماد، پاسخگویی، اعتبار و احترام همدلی ملزومات درک نیازهای مشتری و دارایی های ملموس می پردازد. پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و روش تحقیق توصیفی مقطعی می باشد. جمع آوری داده ها با پرسشنامه استاندارد - و تجزیه و تحلیل داده ها توسط تکنیک های آمار توصیفی انجام شده است. طبق نتایج پژوهش در مجموع خدمات مورد ارایه در بیمارستانهای مورد پژوهش از کیفیت مطلوبی برخوردار می باشند. به طوریکه کمترین و بیشترین میزان با 74 و 58 درصد متعلق به بیمارستانهای شمس و شهدا می باشد. با توجه به مشخص شدن میزان کیفیت خدمات مورد ارائه، این بیمارستانها می توانند با پیاده کردن استانداردهای بی ادملی گامی به جلو در جهت ارتقای کیفیت خدمات با هدف تجاری سازی صنعت گردشگری سلامت در کشور بردارند.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، تجاری سازی، گردشگری پزشکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/338246>

