

عنوان مقاله:

نوآوری ارزش در صنعت خدمات درمانی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1386)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

رضا حسنوی - استادیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر

آناهیتا جهانگیری - دانشجوی MBA دانشگاه صنعتی مالک اشتر

خلاصه مقاله:

مدت زمان زیادی نیست که مفهوم نوآوری ارزش و حتی ارزیابی های مدیریتی به صنعت خدمات درمانی وارد شده است. سال ها بود که صنعت خدمات درمانی، به عنوان یکی از صنایع بزرگ بسیاری از کشورهای دنیا، بی توجهی علم مدیریت واقع شده بود، چرا که آن را امری مربوط به پزشکان می دانستند. امروزه حرکت به تحولات بسیار سریع دنیا در علوم مختلف، امرست که با اتکا به روش های اداره خدمات درمانی به سبک سنتی امکان پذیر نیست. حتی بهبودهای تد ریحی نیز پاسخگوی این نیاز نبوده و تنها کسب مزیت های رقابتی بالا متضمن بقا در این دنیای کسب و کار است. نوآوری ارزش یکی از ابزارهای خلق این مزیت است که در این مقاله به تعریف و تشریح آن پرداخته شده است. کاربرد این تحقیق در خروج مدیران صنعت خدمات درمانی از خواب دراز رکود، در ایجاد تصویر جدیدی از آینده ممکن و استفاده در فرایندهای ارزش زا برای بیماران است که همه ی این موارد بقای این صنعت را به دنبال خواهد داشت. در ابتدا مفاهیم نوآوری ارزش مطرح شده و به عنوان گام موثر در خلق ارزش، صنعت خدمات درمانی مورد تحلیل استراتژیک قرار می گیرد. سپس منحنی ارزش به عنوان ابزاری برای نمایش جایگاه بنگاه ها در حرکت نوآورانه خود معرفی شده و در بخش نهایی به معرفی منطق نوآوری در ابعاد استراتژیک پرداخته می شود. در این بخش به مطالعه موردی بیمارستان شهید هاشمی نژاد پرداخته می شود که نمونه ای کوچک اما قابل توجه در صنعت خدمات درمانی ایران به حساب می آید.

کلمات کلیدی:

نوآوری ارزش، خدمات درمانی، منحنی ارزش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/43257>

