



رقابت پذیری موفقیت پایدار نهضت کیفیت راهبرد ملی کیفیت

National Quality Strategy Quality Movement Sustained Success Competitiveness

۱۶، ۱۷ و ۱۸ آبان ۱۳۹۴ - تهران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما
November 7, 8 & 9, 2015 Tehran-Iran
IRIB Int'l. Conference Center

The Fifth International Conference on
Quality Management پنجمین کنفرانس بین المللی
مدیریت کیفیت

**تاثیر ادراک از کیفیت خدمات بر اعتماد بیماران:
یک مطالعه در بیمارستان های خصوصی شهر تهران**

احسان زارعی

استاد یار مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی



مقدمه

- ❖ اعتماد یکی از مهم ترین تعیین کننده های روابط مشترک و پایدار بین ارائه دهنده و مشتری و عنصر مهمی در ایجاد و حفظ رابطه بلند مدت با مشتری در بخش خدمات است.
- ❖ در خدمات بهداشتی درمانی، اعتماد به مفهوم اعتقاد و باور بیمار به پزشک یا بیمارستان است مبنی بر اینکه ارائه دهنده مراقبت خواهان بهترین ها برای بیمار است و مراقبت و درمان مناسب را برای او تامین خواهد کرد.
- ❖ اعتماد یک عنصر مهم و ضروری در روابط بهداشتی درمانی بین ارائه دهنده خدمات و مشتری است و با دسترسی و استفاده بهتر از مراقبت های بهداشتی درمانی رابطه دارد.
- ❖ اعتماد از طریق تداوم مراقبت، تبعیت از دستورات درمانی، و تمایل به جستجوی مراقبت بر وضعیت سلامتی تاثیرگذار است و باعث افزایش رضایت و وفاداری و احتمال توصیه ارائه دهنده مراقبت به دیگران می شود.



رقابت پذیری موفقیت پایدار نهضت کیفیت راهبرد ملی کیفیت

National Quality Strategy Quality Movement Sustained Success Competitiveness

۱۶، ۱۷ و ۱۸ آبان ۱۳۹۴ - تهران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما
November 7, 8 & 9, 2015 Tehran-Iran
IRIB Int'l. Conference Center

The Fifth International Conference on
Quality Management

پنجمین کنفرانس بین المللی
مدیریت کیفیت

مقدمه

- ❖ در متون و ادبیات مربوط نیز از کیفیت خدمات به عنوان یکی از مهم ترین تعیین کننده های اعتماد بیمار و ایجاد رابطه نسبتاً مستحکم بین ارائه دهنده خدمات و مشتری نام برده شده است.
- ❖ وقتی ادراک از کیفیت خدمات مثبت و عملکرد ارائه دهنده باعث برآورده شدن انتظارات مشتری شود، مشتریان بیشتر به توانایی ها و شایستگی های ارائه دهنده اطمینان دارند.
- ❖ هدف این مطالعه بررسی تاثیر ابعاد سه گانه کیفیت خدمات ارائه شده در بیمارستان های خصوصی شهر تهران با اعتماد بیماران بود.



رقابت پذیری موفقیت پایدار نهضت کیفیت راهبرد ملی کیفیت

National Quality Strategy Quality Movement Sustained Success Competitiveness

۱۶، ۱۷ و ۱۸ آبان ۱۳۹۴ - تهران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما
November 7, 8 & 9, 2015 Tehran-Iran
IRIB Int'l. Conference Center

The Fifth International Conference on
Quality Management

پنجمین کنفرانس بین المللی
مدیریت کیفیت

روش تحقیق

- ❖ این مطالعه توصیفی - تحلیلی با مشارکت ۹۶۹ بیمار از ۸ بیمارستان عمومی - خصوصی در شهر تهران انجام شد.
- ❖ ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه تغییر یافته *SERVPERF* با ۱۴ آیتم در سه بعد کیفیت محیط، کیفیت فرایند و کیفیت تعامل بود. برای سنجش اعتماد نیز از ۶ آیتم استفاده شد که از مطالعات قبلی اقتباس شده بود.
- ❖ ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳ برای ابزار سنجش کیفیت ادراک شده و ۰/۹۲ برای ابزار سنجش اعتماد حاکی از ثبات و پایایی ابزار استفاده شده بود.
- ❖ برای بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات بر اعتماد بیمار از رگرسیون چند متغیره استفاده شد.



رقابت پذیری / موفقیت پایدار / نهضت کیفیت / راهبرد ملی کیفیت

National Quality Strategy / Quality Movement / Sustained Success / Competitiveness

۱۶، ۱۷ و ۱۸ آبان ۱۳۹۴ - تهران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما
November 7, 8 & 9, 2015 Tehran-Iran
IRIB Int'l. Conference Center

The Fifth International Conference on Quality Management

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت کیفیت

نتایج و بحث

در بین ابعاد سه گانه کیفیت خدمات بالاترین میانگین نمره مربوط به کیفیت محیط با ۴ / ۱۹ و کمترین میانگین نمره نیز مربوط به کیفیت تعامل با ۳ / ۷۴ بود. بطور کلی میانگین نمره ادراک بیماران از کیفیت خدمات ۴ / ۰۱ و میانگین نمره اعتماد بیماران ۳ / ۸۰ از ۵ بود.

Sig.	t-value	ضرایب استاندارد متغیر مستقل	ضرایب استاندارد نشده	ابعاد کیفیت
۰ / ۰۰۰	۹ / ۶۶۳	-	۱ / ۲۴	ضریب ثابت
۰ / ۰۹۸	۱ / ۶۵۷	۰ / ۰۶	۰ / ۰۷	کیفیت محیط
۰ / ۰۰۰	۸ / ۸۳۸	۰ / ۲۷	۰ / ۲۶	کیفیت فرایند
۰ / ۰۰۰	۱۰ / ۶۰۱	۰ / ۳۶	۰ / ۳۱	کیفیت تعامل



رقابت پذیری موفقیت پایدار نهضت کیفیت راهبرد ملی کیفیت

National Quality Strategy Quality Movement Sustained Success Competitiveness

۱۶، ۱۷ و ۱۸ آبان ۱۳۹۴ - تهران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما
November 7, 8 & 9, 2015 Tehran-Iran
IRIB Int'l. Conference Center

The Fifth International Conference on
Quality Management

پنجمین کنفرانس بین المللی
مدیریت کیفیت

نتایج و بحث

- ❖ یافته‌های مطالعه ما نشان داد کیفیت فرایند و کیفیت تعامل بر اعتماد بیمار تاثیر مثبت و مستقیم داشت که با نتایج مطالعات پیشین در یک راستاست.
- ❖ افزایش ادراک مشتری از کیفیت خدمات بر جنبه‌هایی از کیفیت رابطه مثل اعتماد تاثیر گذار است. تعامل بین مشتری و ارائه‌کننده خدمات هسته اصلی کسب و کارهای خدماتی است. تاثیر نسبتاً قوی کیفیت تعامل بر اعتماد بیمار نیز حاکی از نقش مهم پرسنل و پزشکان در رابطه با بیمار است که هر چه جنبه تعاملی رابطه آنها با بیمار قوی باشد، اعتماد بیمار نیز تقویت خواهد شد.
- ❖ توانایی بیمارستان و پرسنل آن در تامین مراقبت با کیفیت، به موقع و صحیح برای بیمار باعث تقویت باور او به توانایی و صداقت ارائه‌کننده خدمات و ادراک مثبت از کیفیت مراقبت می‌شود که در نهایت باعث ایجاد اعتماد در بیمار می‌شود. در واقع توانایی انجام دقیق، صحیح و سریع خدمات نشان از توانایی بیمارستان در برآورده کردن نیازهای بیماران است. بنابراین ارائه‌دهندگان مراقبت باید بر سلامتی و رفاه بیمار متمرکز شوند تا از این طریق یک رابطه با کیفیت را ایجاد کنند.
- ❖ کیفیت محیط فیزیکی بیمارستان تاثیر کوچکی بر اعتماد بیماران داشت که این بدان معناست که وجود محیط تمیز و هتلینگ و فضای مناسب در بیمارستان نمی‌تواند اعتماد بیماران را جلب کند و در واقع بیمارستان توانایی خود در برآورده کردن نیازها را باید بصورت عملی در دو جنبه نحوه ارائه خدمات و همچنین نحوه تعامل پرسنل با بیمار نشان دهد.



رقابت پذیری موفقیت پایدار نهضت کیفیت راهبرد ملی کیفیت

National Quality Strategy Quality Movement Sustained Success Competitiveness

۱۶، ۱۷ و ۱۸ آبان ۱۳۹۴ - تهران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما
November 7, 8 & 9, 2015 Tehran-Iran
IRIB Int'l. Conference Center

The Fifth International Conference on
Quality Management

پنجمین کنفرانس بین المللی
مدیریت کیفیت

نتایج و بحث

- ❑ نتایج مطالعه ما نشان داد که تجربه بیمار از خدمات بیمارستان های خصوصی بر متغیرهای پیامد مثل اعتماد تاثیر قوی دارد.
- ❑ کیفیت بالای خدمات بطور معنی داری اعتماد را تقویت خواهد کرد که در رضایت و وفاداری بیمار تاثیر گذار خواهد بود.
- ❑ دو بُعد کیفیت فرایند و تعامل تعیین کننده های کلیدی اعتماد بیماران در بیمارستان های خصوصی تهران هستند. اگر هدف یک بیمارستان خصوصی ارتقاء اعتماد از سوی بیمارانش باشد، اقدامات بهبود کیفیت باید بر جنبه های مدیریتی ارائه خدمات مثل زمان بندی و انجام دقیق خدمات، و تقویت جنبه های روابط بین شخصی و مهارت های ارتباطی پزشکان، پرستاران و پرسنل متمرکز باشد.



رقابت پذیری
موفقیت پایدار
نهیضت کیفیت
راهبرد ملی کیفیت

National Quality Strategy
Quality Movement
Sustained Success
Competitiveness

۱۶، ۱۷ و ۱۸ آبان ۱۳۹۴ - تهران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما
November 7, 8 & 9, 2015 Tehran-Iran
IRIB Int'l. Conference Center

The Fifth International Conference on
Quality Management

پنجمین کنفرانس بین المللی
مدیریت کیفیت

منابع

- ¹ Deng, Z., et al. 2010. Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China. *International Journal of Information Management*, 30(4): 289-300.
- ² Platonova, E.A., K.N. Kennedy, and R.M. Shewchuk. 2008. Understanding patient satisfaction, trust, and loyalty to primary care physicians. *Medical Care Research and Review*, 65(6): 696-712.
- ³ Ozawa, S. and P. Sripad. 2013. How do you measure trust in the health system? A systematic review of the literature. *Social science & medicine*, 91: 10-14.
- ⁴ Dugan, E., F. Trachtenberg, and M.A. Hall. 2005. Development of abbreviated measures to assess patient trust in a physician, a health insurer, and the medical profession. *BMC health services research*, 5(1): 64.
- ⁵ Liu, C.T., Y.M. Guo, and C.H. Lee. 2011. The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. *International Journal of Information Management*, 31(1): 71-79.
- ⁶ Cronin Jr, J.J. and S.A. Taylor. 1994. SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 12 (1): 125-131.
- ⁷ Moliner, M.A. 2009. Loyalty, perceived value and relationship quality in healthcare services. *Journal of service management*, 20(1): 76-97.
- ⁸ Caceres, R.C. and N.G. Paparoidamis. 2007. Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty. *European Journal of Marketing*, 41(7/8): 836-867.
- ⁹ Alrubaiee, L. and F. Alkaa'ida. 2011. The Mediating Effect of Patient Satisfaction in the Patients' Perceptions of Healthcare Quality–Patient Trust Relationship. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1): 103-127.