دانشگاه علوم پزشکی کرمان

دانشکده ی مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی

پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد

رشته مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی

عنوان

بررسی رابطه ی وضعیت مدیریت ارتباط با بیمار (مشتری) – (PRM) با ارزش مورد انتظار بیماران در بیمارستان های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی کرمان در سال ۱۳۹۳

توسط: مهشاد گوهری مهر

استاد راهنما: دکتر محمود نکوئی مقدم

استاد مشاور: دکتر محمدرضا امیراسماعیلی

استاد مشاور آماری: دکتر یونس جهانی

سال تحصیلی: ۹۵-۱۳۹٤

چکیده

مقدمه و اهداف: مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان یک استراتژی جامع و فرایند کسب، حفظ و همکاری و آموختن حداکثری در مورد مشتریان و دیدگاه آن‌ها برای ایجاد ارزش افزوده برای سازمان و مشتری است. موفقیت در این زمینه در بیمارستان سبب برآورده کردن ارزش مورد انتظار بیمار، افزایش رضایت، اعتماد و وفاداری بیمار می شود. لذا این پژوهش با هدف بررسی وضعیت مدیریت ارتباط با بیمار و ارزش مورد انتظار بیمار در بیمارستان های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی کرمان در سال ۹۴-۱۳۹۳ انجام شد.

روش ها: مطالعه حاضر پژوهشی توصیفی تحلیلی به صورت مقطعی است که با رویکرد ترکیبی انجام شد. ابتدا از روش کیفی پدیدارشناسی ابعاد مدیریت ارتباط با بیمار شناسایی شد. سپس یافته ها در قالب پرسشنامه ای طراحی شد و به همراه پرسشنامه ارزش مورد انتظار بیمار توسط ۲۸۵ بیمار بستری در بیمارستان های شفا، افضلی پور و باهنر تکمیل شد. نمونه گیری در بخش کیفی به روش هدفمند متوالی و در بخش کمی به صورت طبقه ای انجام شد. در نهایت داده ها توسط نرم‌افزار SPSS 22، Stata و Amos 18 تجزیه و تحلیل شدند.

یافته ها: شش بعد شناسایی و جذب بیمار، مشارکت بیمار، برخورد شخصی با بیمار، توانمند سازی بیماران، شناخت انتظارات بیماران و ارتباط با بیماران به عنوان معیارهای کلی مدیریت ارتباط با بیمار در بیمارستان ها شناسایی شد. بین مدیریت ارتباط با بیمار و ارزش مورد انتظار بیمار ارتباط قوی وجود داشت و بین هر دو این متغیرها و نوع بیمارستان و همچنین بخش بستری رابطه ی معناداری مشاهده شد.

نتیجه گیری: با توجه به نتایج، آشنا سازی مدیران بیمارستان ها با اهمیت مقوله مدیریت ارتباط با بیمار باید از سوی دانشگاه علوم پزشکی صورت گیرد. تدوین و عملیاتی نمودن دستورالعمل‌های علمی و عملی برای اجرای استراتژی PRM در سه حیطه ی کارکنان، تجهیزات و فرآیند ها پیشنهاد شد.

کلیدواژه ها: مدیریت ارتباط با بیمار، ارزش مورد انتظار بیمار، بیمارستان های آموزشی کرمان، پدیدار شناسی

Abstract

Background and Objectives: The patient relationship management is a comprehensive strategy and process of reception, maintenance, cooperation and maximum acquisition of information about the customers and their attitudes to create additional value for both the organization and the customer. The achievement of this goal in hospitals leads to the fulfilment of patients` perceived needs, and the increase of patient`s satisfaction, trust and commitment. Therefore, this study was implemented aiming to investigate the condition of patient relationship and his perceived value in the educational hospitals of Kerman university of medical sciences in 2015.

Methods: The current study is a cross-sectional descriptive-correlation research with a combinational approach. First, the phenomenology of the dimensions of PRM was identified through qualitative method, and then the obtained data was shaped into a questionnaire and together with a Patient perceived value questionnaire. The questionnaires were filled out by 258 hospitalized patients in Shafa, Afzalipour, and Bahonar hospitals.

The method of Sampling in the qualitative section was purposive sequential and in the qualitative section stratified sampling was applied. Finally the data was analyzed by the means of SPSS 22, Stata, and Amos software.

Results: Six dimensions of the identification and attraction of the patient, the variables of patient cooperation, personal confrontation with the patient, patient empowerment, understanding the expectation of patients, and patient relationship were specified.

The founding of the research revealed a strong correlation between PRM and Patient perceived value. Moreover, a significant relationship was found among PRM and Patient perceived value, type of the hospitals and also the hospitalization section.

Conclusio: According to the results, familiarization of hospital managers with the importance of PRM must be implemented by the University of Medical Sciences. The provision and implantation of scientific and practical guidelines to apply PRM strategy in three areas of staffs, equipment and procedures were suggested.

Key Words: Patient Relationship Management, Customer Preceved Value, Kerman Educational Hospitals, Phenomenology