



## بررسی انتظارات و بخش‌بندی بیماران مراجعه‌کننده به مطب‌های دندانپزشکی بر مبنای انتظاراتشان

### چکیده

**زمینه:** با توجه به اهمیت شناسایی نیازها و انتظارات بیماران جهت ارائه هر چه بهتر خدمات به آنها و افزایش سهم مطب‌های دندانپزشکی در جذب هر چه بیشتر بیمار، پژوهش حاضر تلاش دارد ضمن استخراج این نیازها و انتظارات، به دسته‌بندی این انتظارات بپردازد. پژوهش حاضر، با هدف شناسایی و دسته‌بندی انتظارات بیماران مراجعه‌کننده به مطب‌های دندانپزشکی اجرا گردیده است.

**روش کار:** به دلیل ماهیت ترکیبی اکتشافی این پژوهش، ابتدا به منظور جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی و بر اساس روش کیفیت داده‌ها (اشباع نظری داده‌ها) با ۲۰ نفر از بیماران دندانپزشکی مصاحبه عمیق ترتیب داده شد. سپس با استفاده از تحلیل محتوا از نوع «تحلیل تم» سعی شد تا نیازها و انتظارات بیماران از مصاحبه‌های صورت گرفته استخراج شود و در بخش کمی پس از تأیید روایی و پایایی پرسشنامه، ۱۲۰ پرسشنامه بین بیماران مطب‌های دندانپزشکی سطح تهران توزیع شد و داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS ۲۰ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. این تجزیه و تحلیل‌ها در سه سطح آمار توصیفی، آمار استنباطی و تحلیل خوشه‌ای انجام گرفت. در قسمت اول به توصیف جمعیت شناختی اعضای نمونه در بخش کیفی پرداختیم. پس از آن ضمن اشاره به چک لیست سوالات پرسشنامه و اشاره به برخی از گزاره‌های کلامی و کدهای استخراج شده از مصاحبه‌ها، آمار توصیفی مربوط به ابعاد اصلی و تفصیلی ارائه شد و جهت تعیین تعداد خوشه‌ها از روش دندوگرام یا تکنیک Tree Clustering استفاده شد.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عوامل اصلی نیازها و انتظارات در مجموع به ۶ بعد اصلی قابل تقسیم است که عبارتند از: دسترسی، ابعاد پرسنلی، خدمات، مالی، سرعت، محیط. همچنین میزان اهمیت هر کدام از نیازها مورد سنجش قرار گرفت.

**نتیجه‌گیری:** درک انتظارات بیماران در این پژوهش بر مبنای پرسش مستقیم از طریق مصاحبه و پرسشنامه انجام گرفت. آگاهی دندانپزشکان از انتظارات بیماران و عواملی که روی رضایت آنها مؤثر است موجب بهبود روابط دندانپزشک و بیمار و کیفیت مراقبت‌های بهداشتی می‌شود که هدف نهایی سیستم بهداشتی می‌باشد.

**واژگان کلیدی:** خدمت، بیمار، انتظارات، مطب، بخش‌بندی

دکتر عزیزی شهریاری ۱

اخباری علیرضا ۲

دکتر روستا احمد ۳

دکتر آذری مرحبی سارا ناز ۴\*

۱- دانشیار بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه شهید بهشتی

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل، دانشجوی DBA دانشکده مدیریت دانشگاه شهید بهشتی

۳- استادیار بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه شهید بهشتی

۴- استادیار بیماری‌های دهان، فک و صورت، دانشکده دندانپزشکی، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی شهید بهشتی

\* نشانی نویسنده مسؤول: تهران، بزرگراه شهید چمران اوین بلوار دانشجوی - دانشکده دندانپزشکی شهید بهشتی

تلفن:

۰۲۱۶۶۹۱۳۴۳۴

نشانی الکترونیکی:

saranazari@yahoo.com

## مقدمه

در میان انواع خدمات ارائه شده، خدمات بهداشتی و درمانی و در حوزه ذکر شده خدمات دندان پزشکی دارای جایگاه ویژه‌ای است، چرا که اولاً این خدمات با قشر وسیعی از جامعه ارتباط پیدا می‌کند و مهم‌تر اینکه وظیفه خطیر سلامت و مراقبت از بهداشت دهان و دندان بر عهده این بخش می‌باشد. اما متأسفانه علی‌رغم اهمیت زیادی که بخش دندان پزشکی دارد شیوه‌ارایه خدمات توسط این بخش به نوعی است که در موارد زیادی نارضایتی جامعه را به دنبال دارد؛ چرا که به لحاظ خطیر بودن خدمات این بخش، اشتباهات بسیار کوچک، خسارات و نارضایتی‌هایی را به دنبال دارد. برداشت مشتری از کیفیت خدمت، نقش اصلی را در شکل‌دهی به بازار بخش سلامت دارد و وجود اطلاعات معتبر در مورد ادراکات و انتظارات مشتری، تأثیر انکارناپذیری بر ارتقای کیفیت خدمات این بخش بر جای می‌گذارد [۱]. بررسی صحیح انتظارات بیماران همان قدر در موفقیت مراکز درمانی و مطب‌های دندان پزشکی اهمیت دارد که دستیابی به فرایند مناسب برای ارائه خدمات مهم است. به طور کلی قضاوت و نتیجه‌گیری مشتریان در خصوص کیفیت خدمات درمانی از مراکز دندان پزشکی، علاوه بر کیفیت درمانی عملکرد دندان‌پزشک، ناشی از مشاهدات ایشان درباره ظاهر این‌گونه مراکز، تجهیزات و لوازم و ابزار کار، محل ارائه خدمت، ظاهر کارکنان، چگونگی ارائه خدمت و قیمت و ... است. به هر حال هرگز نمی‌توان از این نکته چشم‌پوشید که محرک اصلی برای مراکز و به دنبال بهبودهای عمده در مسیر پیشرفت خویش هستند، همانا مشتریان آن مرکز می‌باشند. به بیان دیگر هیچ کسب و کاری بدون مشتری قادر به ادامه بقا نمی‌باشد. بنابراین بسیار حیاتی است تا هر مؤسسه، چارچوبی برای درک، تجزیه و تحلیل و ارزیابی نیازهای مشتریان در اختیار داشته باشد [۱].

مراکز دندان پزشکی در کشور ما، از جمله مراکز درمانی با ارائه خدمات منحصر به فرد می‌باشد، که تخصص بالای دندانپزشک و مواد و تجهیزات تخصصی برای موفقیت در این حوزه مورد نیاز بوده و می‌بایستی این مراکز از پویایی لازم در این خصوص برخوردار باشند. بکارگیری و تلفیق تکنیک‌ها و روش‌های مدیریتی در علوم پزشکی از شروع قرن بیست‌ویکم به طور فزاینده‌ای در دستور کار مراکز پزشکی - درمانی قرار گرفته است و مراکز دانشگاهی، مشاوره‌ای و پژوهشی سرمایه‌گذاری عمده‌ای در این خصوص انجام داده‌اند [۲].

وجود رقابت در بین مراکز دندان پزشکی با توجه به هزینه تمام شده خدمات، برای کسب سهم بیشتر از درخواست‌های درمانی و تلاش بیشتر بیماران برای رسیدن به رضایتمندی بیشتر موجب شده است که هم مراکز درمانی به دنبال کسب موقعیت ممتاز در بازار باشند و هم بیماران در پی یافتن سرنخ‌هایی برای رسیدن به بهترین مراکز درمانی. رسیدن به این اهداف با دو مفهوم ارتباط نزدیکی دارد: ۱- کیفیت خدمات و ۲- رضایت مشتریان. بررسی این دو مفهوم در بازارهای خدماتی پزشکی به دلیل ویژگی‌های خاص خدمات، حساس‌تر و مهم‌تر بوده و برای سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. لذا به نظر می‌رسد کشف اهمیت بین این دو مفهوم می‌تواند در ارتقا و بهبود سطح خدمات ارائه شده از جانب مراکز دندان پزشکی از یک سو و کسب رضایتمندی بیشتر بیماران از سوی دیگر تأثیرگذار باشد که نحوه چگونگی رسیدن به این مهم می‌تواند از مسائل بارز دندانپزشکان و سرمایه‌گذاران این حوزه باشد [۲].

اندازه‌گیری کیفیت خدمات از دیدگاه مشتریان و رضایت مشتریان (بیماران) از جمله اقدامات داخلی محسوب می‌شود که نمایانگر جهت‌گیری سازمان‌ها به سمت کیفیت می‌باشد. کیفیت عبارت است از اینکه مطابق با انتظار مشتری (بیمار) بهترین کالا یا خدمت در بهترین روش ممکن برای همیشه ارائه شود. بنابراین لحاظ کردن انتظارات و دستیابی به آنها از مفاهیم مهم در موفقیت مراکز دندان پزشکی محسوب می‌شود [۳].

مطالعات قبلی توسط Karydis و همکاران در سال ۲۰۰۱ در خصوص بررسی ادراکات و انتظارات بیماران یونانی در خصوص کیفیت مراقبت‌های دندان پزشکی دریافت شده بیانگر این موضوع بود که با توجه به ابعاد متفاوت خدمات بهداشتی درمانی بررسی شده از جمله پنج بعد خدمت که عبارتند از: بعد ملموس (شرایط و فضای فیزیکی محیط ارائه خدمت از جمله تسهیلات، تجهیزات، کارکنان و کانال‌های ارتباطی)، بعد اطمینان (توانایی انجام خدمت به شکل مطمئن و قابل اعتماد)، بعد پاسخگویی (تمایل به همکاری و کمک به مشتری)، بعد تضمین (شایستگی و توانایی کارکنان برای القای حس اعتماد و اطمینان به مشتری) و بعد همدلی (برخورد ویژه با هر یک از مشتریان با توجه به روحیات آنها به طوری که مشتریان قانع شوند سازمان آنها را درک کرده است)، نتایج نشان داد که انتظارات در مورد ابعاد همدلی و تضمین در رأس اولویت‌های بیماران قرار داشت [۴].

همچنین بررسی نتایج مطالعه مروری هدفمند Victoor و



ملموس و همدلی قرار داشت. ادراک و انتظار دریافت‌کنندگان خدمات از کیفیت ابعاد پنج‌گانه با یکدیگر متفاوت و این تفاوت‌ها از نظر آماری معنی‌دار بود [۸].

## روش کار

به‌طور کلی پژوهش کاربردی حاضر در طی سه فاز به انجام رسیده است. در فاز اول، پس از طرح دقیق و موشکافانه عنوان پژوهش، مطالعه مقدماتی مبانی نظری و پیشینه پژوهش در حوزه‌هایی همچون بیماران دندانپزشکی، نیاز و انتظارات آنها، خدمات دندانپزشکی، رضایت بیماران با رویکرد ترکیبی اکتشافی انجام پذیرفت. خروجی این فاز استخراج تعاریف و مفاهیم اولیه پژوهش است، که مبنایی برای مصاحبه‌ها و تحلیل محتوای کیفی قرار گرفتند. در فاز دوم، بر اساس پژوهش اکتشافی مؤلفه‌های جدیدی استخراج و در فازهای بعدی از آن استفاده شد. نمونه آماری در بخش کیفی از طریق مصاحبه با ۲۰ نفر و بر اساس اصل اشباع نظری صورت پذیرفت. خروجی این مرحله، استخراج و جمع‌آوری داده‌های کیفی بود که مبنایی برای طراحی پرسشنامه پژوهش قرار گرفت. در فاز سوم پژوهش، با توجه به پرسشنامه‌ای که شاخص‌های آن بر مبنای تحلیل اکتشافی داده‌های حاصل از مصاحبه و مطالعات قبلی [۹-۷] طراحی شده بود، اقدام به جمع‌آوری داده‌ها جهت تحلیل‌های کمی نمودیم. در مرحله کمی جمع‌آوری اطلاعات بر اساس توزیع ۱۲۰ پرسشنامه بین بیماران و مراجعین به مطب‌های دندانپزشکی انجام گرفت. پرسشنامه‌های پژوهش به صورت حضوری بین مطب‌های دندانپزشکی که به صورت تصادفی در مناطق مختلف شهر تهران انتخاب شده بودند توزیع گردید و توسط بیماران مراجعه‌کننده تکمیل و در نهایت جمع‌آوری شد. در نهایت با توجه به تجزیه و تحلیل داده‌ها، بخش‌بندی بیماران ارائه گردید.

به دلیل اینکه در این تحقیق از هر دو روش کیفی و کمی برای گردآوری داده‌ها استفاده می‌شود، از نوع ترکیبی (Mixed Method) بوده و چون در هر مرحله از تحقیق از یکی از روش‌های کمی یا کیفی به صورت مجزا استفاده می‌شود از نوع تحقیقات ترکیبی زنجیره‌ای (Mixed method connect) محسوب می‌شود.

ابزار در مرحله کیفی به صورت مصاحبه عمیق به صورت رو در رو و سنتی با ۲۰ نفر و در مرحله کمی به صورت توزیع ۱۲۰

همکاران (۲۰۱۲) در خصوص بررسی عوامل تأثیرگذار بر انتخاب ارائه‌دهندگان مراقبت‌های سلامتی توسط بیماران در کلیه مراکز پزشکی، بیانگر این بود که ۵ فاکتور اساسی بر انتخاب بیمارانی که به صورت فعالانه مرکز مراقبتی خود را انتخاب می‌کنند. تأثیرگذار است که شامل موارد زیر است:

فاکتورهای بین فردی: پزشکی که در ارتباط دوستانه‌تر برخورد نماید و شنونده بهتری باشد.

۱- Voting with feet

۲- Interpersonal

۳- درگیر کردن بیمار در تصمیم‌گیری

۴- آگاهی‌رسانی به بیمار در خصوص مشکل

۵- تداوم و کیفیت درمان

۶- کوتاهی زمان انتظار در لیست ملاقات [۵]

در یک مطالعه مروری دیگر توسط Newsome و همکاران (۱۹۹۹) ۵ فاکتور عملکردی تأثیرگذار بر رضایت بیماران معرفی شد که شامل کفایت تکنیکی، فاکتورهای بین فردی، آسودگی بیمار، هزینه و تسهیلات بود. بیشترین رضایت زمانی وجود داشت که مکان جغرافیایی به مکان سکونت نزدیک، کیفیت خدمات بالا و قیمت‌ها منصفانه بود [۶].

در مطالعه تحقیقاتی دیگری در ریاض توسط Johara و همکاران (۲۰۱۰) در خصوص فاکتورهای تأثیرگذار در بهره‌وری از خدمات بهداشت دندان و رضایت در گروهی از نوجوانان مونث نتایج بیانگر این بود که برای بیمارانی که به مراکز خصوصی مراجعه می‌نمودند، پر اهمیت‌ترین موضوع فاکتور کیفیت خدمات و غیر مطلوب‌ترین و دلسرد کننده‌ترین موضوع موقعیت جغرافیایی و قیمت بالای خدمات بود. در خصوص بیمارانی که به مراکز دولتی مراجعه نمودند غیر مطلوب‌ترین عامل عوارض پس از درمان و مطلوب‌ترین عمل وجود کارکنان با روابط دوستانه بود [۷].

همچنین در خصوص ارزیابی ادراک و انتظار دریافت‌کنندگان خدمات بهداشتی اولیه از کیفیت خدمات در مراکز بهداشتی درمانی بندرعباس نتایج مطالعه آقاملایی و همکاران (۱۳۸۶) بیانگر این موضوع بود که مطلوب‌ترین بعد از لحاظ کیفیت، بعد تضمین بود و بعد از آن ابعاد اطمینان، پاسخگویی و ملموس قرار داشت و نامطلوب‌ترین بعد از لحاظ کیفیت، بعد همدلی بود. بر اساس انتظار بیشترین نسبت افراد، موضوع کیفیت خدمات ارائه شده را مهم دانستند و معتقد بودند که مهم‌ترین بعد از لحاظ کیفیت، بعد تضمین خدمت است و بعد از آن به ترتیب ابعاد اطمینان، پاسخگویی،

شامل انتظارات بیماران از مکان یا محل جغرافیایی مطب و نحوه دسترسی و ارتباط بود. دسته دوم سؤالات شامل انتظارات بیماران از مسائل مربوط به امور مالی بود. دسته سوم سؤالات شامل انتظارات بیماران در خصوص پرسنل بود. دسته چهارم سؤالات شامل انتظارات بیماران از خدمات اصلی دندانپزشکی بود. دسته پنجم سؤالات در خصوص محیط و دسته آخر سؤالات در خصوص سرعت و زمان کار بود. جدول ۱ بیانگر شناسایی عوامل مؤثر در طراحی مدل و پرسشنامه می‌باشد.

پرسشنامه طراحی شده بر اساس اطلاعات حاصل از مرحله اولیه بود. برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه مشتمل بر ۲۲ سؤال است که با توجه به فرضیه‌های تحقیق، عنایت به ابعاد خدمات و براساس مقیاس لیکرت تهیه شده و نمره اختصاص یافته به هر سؤال بین ۱ تا ۱۰ متغیر است (بدین مفهوم که ۱ یعنی اصلاً مؤثر نیست و ۱۰ به مفهوم این است که بسیار مهم است). در مجموع سؤالات که از نظر روایی و پایایی بررسی شدند قابل تقسیم به ۶ دسته کلی بود. دسته اول سؤالات

جدول ۱- شناسایی عوامل مؤثر در طراحی پرسشنامه

عامل	شاخص‌های مورد تأکید
دسترس و ارتباط	طرح زوج و فرد- نوبت‌دهی- دسترسی- امکان دستیابی به دندانپزشک در زمان‌های لازم
امور مالی	قیمت- بیمه- نحوه پرداخت
پرسنل	ظاهر- بیان مشکلات بیمار- گوش دادن به صحبت‌های بیمار- برخورد خوب
خدمات اصلی	مواد- تجهیزات و خدمات مناسب- معاینات دقیق- تضمین خدمات ارائه شده
محیط	محیط، فضا، پذیرایی، تجهیزات
سرعت و زمان	تماس با بیمار جهت نوبت‌دهی- رعایت نوبت- کاهش تعداد جلسات و افزایش سرعت

## یافته‌ها

مطابق با اهداف تحقیق، مبنای بخش‌بندی، انتظارات بیماران بوده است و انتظارات با توجه به ۶ دسته کلی انتظارات بررسی شده در بخش کیفی و بر اساس کدگذاری‌هایی که در بخش کیفی ارائه شد، صورت گرفت.

جهت بررسی انتظارات نتایج آزمون کای مربع بررسی شد و مطابق با محاسبات انجام شده سؤالات ۲-۱ و ۸ که در ارتباط با مکان مطب خارج از طرح اصلی و طرح زوج فرد و جای پارک برای بیمار مراجعه‌کننده در ساعت ویزیت و پذیرایی در زمان انتظار بوده است از دید پرسش‌شوندگان تأثیری بر رضایت آنها نداشته است. نتایج حاصله از داده‌ها به صورت شماتیک در شکل ۱ منعکس شده است. بر اساس اولویت شاخص‌ها و سؤالات دسته‌بندی شده مرتبط با پژوهش، بیشترین اهمیت به طور کلی به طور در خصوص پرسنل (ظاهر- بیان مشکلات بیمار- گوش دادن به صحبت‌های بیمار- برخورد خوب) و پس از آن خدمات (مواد- تجهیزات و خدمات مناسب- معاینات دقیق- تضمین خدمات ارائه شده) و در کل مسائل مالی، سرعت، دسترسی و محیط در درجات بعدی اولویت قرار داشتند.

در تجزیه و تحلیل داده‌ها ابتدا داده‌های کیفی با استفاده از روش‌های کدگذاری باز و محوری به همراه عرضه شواهد مستند (گزاره‌های کلامی مشارکت‌کنندگان) مورد بررسی قرار گرفت. پس از تحلیل‌های کیفی به تحلیل داده‌های کمی پرداخته شد. در آمار استنباطی این پژوهش به منظور بررسی وضعیت متغیرهای پژوهش از آنالیز واریانس استفاده شد. در بخش پایانی سعی شد تا بر اساس عوامل نیازها و انتظارات مشترک شناسایی شده در بین بیماران، با استفاده از تحلیل خوشه‌ای به بخش‌بندی افراد نمونه بر اساس میزان اهمیتی که برای عوامل نیازها و انتظارات قائل هستند بپردازیم تا از این طریق خوشه‌های مشابه‌تر را شناسایی کرده که بدین وسیله بتوان تمرکز بهتری بر نیازها و انتظارات این بخش‌ها به منظور برآورده ساختن این نیازها و انتظارات شناسایی شده داشته باشیم. مطابق با اهداف تحقیق، مبنای بخش‌بندی، انتظارات بیماران بوده است و انتظارات با توجه به ۶ دسته کلی انتظارات بررسی شده در بخش کیفی و بر اساس کدگذاری‌هایی که در بخش کیفی ارائه شد، صورت گرفت. با استفاده از آنالیزهای آماری و خوشه‌بندی سلسله مراتبی وارد (ward)، با تکنیک Tree Clustering و فواصل اقلیدوسی، نمودار دندوگرام این پژوهش رسم شد و خوشه‌ها معرفی شدند [۱۰].





جهت تعیین تعداد خوشه‌ها از روش دندوگرام یا تکنیک Tree Clustering استفاده شد [۹]. با استفاده از گراف حاصل به کمک نرم افزار version ۱۰ statistica تعداد خوشه‌ها به صورت ۳ خوشه تعیین شد (شکل ۲). با توجه به آنالیز واریانس بین خوشه‌های متعدد تفاوت معنی‌داری از لحاظ انتظارات ۶ گانه از جمله دسترسی، مالی، پرسنلی، خدمات، محیط و سرعت تفاوت معنی‌دار وجود دارد. با استفاده از آنالیزهای آماری و بخش‌بندی سلسله مراتبی و با تکنیک ۳ Tree Clustering سگمنت کلی به دست آمده از نظر پروفایل مورد بررسی قرار گرفتند. خوشه اول شامل زنان لیسانس بالای ۳۸ سال بود که ۳۲٪ موارد را تشکیل می‌دادند. در این خوشه اهمیت پرسنل از بقیه موارد

بیشتر بود. در مراتب بعدی به ترتیب خدمات، سرعت، محیط، دسترسی و در نهایت مسائل مالی قرار داشت. خوشه دوم شامل زنان لیسانس بین ۳۰ تا ۳۸ سال بود که بزرگ‌ترین خوشه این مطالعه را که شامل ۴۰٪ از بیماران بود را تشکیل دادند. هم در این خوشه و هم در خوشه سوم بالاترین درجه اهمیت جهت خدمات بود که شامل استفاده از مواد درجه یک، تجهیزات نوین، ارائه خدمات متنوع از سوی مطب، معاینه دقیق با صرف وقت کافی و ... می‌باشد. خوشه سوم زنان فوق دیپلم ۲۵ تا ۲۹ ساله بودند که خدمات در اولویت انتظارات آنان بود. بعد از خدمات به ترتیب اهمیت پرسنل، مسائل مالی، سرعت، دسترسی و محیط قرار داشت (جدول ۲).

جدول ۲- پروفایل هر بخش بر مبنای انتظارات

درصد (%)	سرعت	محیط	خدمات	پرسنل	مالی	دسترسی	تحصیلات	سن	جنس
۳۲٪	۷/۶۳۵	۶/۹۸۴	۸/۵۳۱	۸/۵۳۷	۶/۲۵۰	۶/۶۳	لیسانس	بالای ۳۸	زن
۴۰٪	۸/۳۳۹	۷/۷۷۵	۹/۰۶۰	۸/۹۷۵	۷/۹۶۲	۷/۸۲	لیسانس	۳۰ تا ۳۸	زن
۲۸٪	۹/۰۵۳	۸/۲۹۷	۹/۳۵۷	۹/۲۹۲	۹/۰۸۳	۸/۴۲۲	فوق دیپلم	۲۵ تا ۲۹	زن

## بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی کیفی پرسشنامه‌ها و مصاحبه‌ها انتظارات در ۶ بخش کلی قابل تقسیم‌بندی بود. تفاوت معنی‌داری از لحاظ انتظارات ۶ گانه از جمله دسترسی، مسائل مالی، پرسنلی، خدمات، محیط و سرعت تفاوت معنی‌دار وجود داشت. بخش‌بندی بیماران بر اساس پروفایل در پژوهش‌های پیشین انجام نشده بود و تکنیکی جدید در حوزه بازار در علوم پزشکی محسوب می‌گردد، اما به طور کلی انتظارات اصلی شناسایی شده در این پژوهش هم راستا با پژوهش‌های پیشین بوده است. در مجموع انتظارات بررسی شده بیماران در مطالعات متعدد در خصوص خدمات در زمینه پزشکی و دندانپزشکی شامل پنج بعد خدمت عبارت از: ۱- بعد ملموس (شرایط و فضای فیزیکی محیط ارائه خدمت از جمله تسهیلات، تجهیزات، کارکنان و کانال‌های ارتباطی)، ۲- بعد اطمینان (توانایی انجام خدمت به شکل مطمئن و قابل اعتماد)، ۳- بعد پاسخگویی (تمایل به همکاری و کمک به مشتری)، ۴- بعد تضمین (شایستگی و توانایی کارکنان برای القای حس اعتماد و اطمینان به مشتری) و ۵- بعد همدلی (برخورد ویژه با هر یک از مشتریان با توجه به روحیات آنها به طوری که مشتریان قانع شوند سازمان آنها را درک

کرده است) می‌باشد که مشابه با ابعاد انتظارات بیماران در این تحقیق بوده است [۴-۸].

در جدول ۳ نتایج مطالعه حاضر به طور خلاصه مطالعه با مطالعات پیشین صورت گرفته است. در پایان می‌بایست به این موضوع اشاره شود که انتظارات مشتریان در این پژوهش بر مبنای پرسش مستقیم از طریق مصاحبه انجام شده است. اگر برای شناخت انتظارات از ابزارهای مکمل مانند مشاهده رفتار بیماران و یا دسترسی به داده‌های ثبت شده در مطب‌ها و کلینیک‌ها در مورد شکایات و یا پیشنهادهای بیماران استفاده می‌شد نتایج دقیق‌تری به دست می‌آمد. همچنین با توجه به ویژگی‌های خاص ترافیکی در شهر تهران (طرح ترافیک، طرح زوج و فرد، ... تکرار این پژوهش در سایر شهرهای کشور ممکن است نتایج متفاوتی ایجاد کند. در پژوهش‌های آینده توصیه می‌شود از داده‌هایی ثبت شده در مطب‌ها و کلینیک‌ها در مورد شکایات و یا پیشنهادهای بیماران در کنار مصاحبه عمیق برای بخش‌بندی استفاده شود. انجام پژوهش آیینی‌ای برای مقایسه انتظارات بیماران در حوزه دندانپزشکی از دو منظر بیماران و منظر دندانپزشکان می‌تواند شکاف‌های ادراکی را شناسایی و کاهش دهد.



جدول ۳- مقایسه نتایج مطالعه حاضر مطالعه با مطالعات پیشین		
نویسنده	فاکتور مشابه در تحقیق حاضر	نتایج تحقیق مورد نظر
Victoor و همکاران [۵]	پرسنل وفرد: از لحاظ برخورد مناسب و گوش دادن به صحبت‌ها سرعت و زمان: نوبت دهی مناسب و کاهش جلسات درمان	فاکتورها شامل: ۱- فاکتورهای interpersonal: پزشکی که در ارتباط دوستانه تر برخورد نماید و شنونده بهتری باشد ۲- درگیر کردن بیمار در تصمیم‌گیری ۳- آگاهی‌رسانی به بیمار در خصوص مشکل ۴- تداوم و کیفیت درمان ۵- کوتاهی زمان انتظار در لیست ملاقات
Newsome و همکاران [۶]	دسترسی: مکان نزدیک و خارج از طرح زوج فرد مسائل مالی: قیمت مناسب و پوشش خدمات توسط بیمه و امکان تقسیط هزینه محیط: شامل تسهیلات ارائه شده در مطب جهت آسودگی	فاکتورهای مهم شامل کفایت تکنیکی، فاکتورهای interpersonal، آسودگی بیمار، هزینه و تسهیلات بود. بیشترین رضایت زمانی وجود داشت که مکان جغرافیایی به مکان سکونت نزدیک، کیفیت خدمات بالا و قیمت‌ها منصفانه بود.
Myung و همکاران [۱۰]	پرسنل: وضعیت ظاهری دندانپزشک: برخورد گرم و صمیمانه بین دندانپزشک با بیمار حین فرآیند درمان مسائل مالی: قیمت مناسب	فاکتورهای مهم شامل ویژگی‌های جاذبه فردی دندانپزشک، قیمت و کیفیت ارائه خدمات توسط دندانپزشک بود...
Johara و همکاران [۷]	خدمات: بهره‌مندی از تجهیزات نوین پزشکی تضمین خدمات انجام شده توسط دندانپزشک دسترسی: راحتی تردد و در دسترس بودن مسائل مالی: قیمت مناسب خدمات	پر اهمیت‌ترین موضوع فاکتور کیفیت خدمات و غیر مطلوب‌ترین و دلسردکننده‌ترین موضوع موقعیت جغرافیایی و قیمت بالایی خدمات بود.
Karydis و همکاران [۴]	پرسنل: گوش دادن دقیق و با حوصله توسط دندانپزشک: برخورد گرم و صمیمانه بین دندانپزشک با بیمار حین فرآیند درمان خدمات: تضمین خدمات انجام شده توسط دندانپزشک	انتظارات در مورد ابعاد همدلی و تضمین در رأس اولویت‌های بیماران قرار داشت.
آقاملایی و همکاران [۸]	خدمات: تضمین خدمات انجام شده توسط دندانپزشک پرسنل: برخورد گرم و صمیمانه بین دندانپزشک با بیمار حین فرآیند درمان گوش دادن دقیق و با حوصله توسط خدمات: تضمین خدمات انجام شده توسط دندانپزشک	مطلوب‌ترین بعد از لحاظ کیفیت، بعد تضمین بود و بعد از آن ابعاد اطمینان، پاسخگویی و ملموس قرار داشت و نامطلوب‌ترین بعد از لحاظ کیفیت، بعد همدلی بود. بر اساس انتظار بیشترین نسبت (۹۵٪) افراد، موضوع کیفیت خدمات ارائه شده را مهم دانستند و معتقد بودند که مهم‌ترین بعد از لحاظ کیفیت، بعد تضمین خدمت است و بعد از آن به ترتیب ابعاد اطمینان، پاسخگویی، و همدلی قرار داشت

## مراجع

1- Albrieht G, Hoogstraten J. Satisfaction as a determinant of compliance. Community Dent. Oral Epidemiol. 1998; 26: 139–149.

2- Parasuraman A, Zeithaml V A, Berry L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. J Mark. 1985; 49:

- 41-50.
- 3-Buntin MB, Damberg C, Haviland A, Kapur K, Lurie N, McDevitt R, et al. Consumer-directed health care: early evidence about effects on cost and quality. *Health Aff.* 2006; 25:530.
- 4-Karydis A, Komboli M, Pannis V. Expectation and perception of Greek patients regarding the quality of dental health care. *Int J for Qua in Health Care.* 2001; 13:409-416.
- 5-Victoor A, Delnoij DM, Friele RD, Rademakers JJ. Determinants of patient choice of healthcare providers: a scoping review. *BMC Health Serv Res.* 2012; 22)12(:272.
- 6-Newsome P.R.H., Wright G.H. A review of patient satisfaction: Dental patient satisfaction: an appraisal of recent literature. *Br. Dent. J.* 1999; 186: 166-170.
- 7-Al Johara A. Factors affecting utilization of dental health services and satisfaction among adolescent females in Riyadh City. *The Saudi Dental Journal.* 2010; 22(1): 19-25.
- 8-Aghamollaie T, Zare SH, Kebriyaie A, Podat A, Quality of primary health care from the perspective of women referred to health centers in Bandar Abbas. *payesh Journal.* 2008; 121-127.
- 9-Sugar C.A. Techniques for Clustering and Classification with Applications to Medical Problems. [Dissertation]. Department of Statistics, Stanford University; 1998.
- 10- Myung Joo K. Consumers' choice of dentist: how and why people choose dental school faculty as their oral care provider [dissertation]. University of Iowa; 2011.

