بررسی تأثیر عوامل آمیخته بیماری‌های خودریانه بر گرايش بیماران به بیمارستان های دولتی و خصوصی شهر ساری

قاسم عابدی ۱. زین العابدین رحمانی ۲. احسان عابدی‌نیا ۳. فریبده رستمی ۴

تاریخ پذیرش: ۱۴/۹۲/۹۳
تاریخ دریافت: ۱۴/۹۲/۲۳

چکیده:
زمینه و هدف: آمیخته بیماری‌های خودریانه از اساسی ترین مفاهم مدیریت و بیماری‌های خودریانه می‌باشد. پژوهش حاضر به بررسی تأثیر عوامل آمیخته بیماری‌های خودریانه در گراش بیماران به بیمارستان های دولتی و خصوصی شهر ساری پرداخته است.

مواد و روش‌ها: پژوهش حاضر بصورت توصیفی - مقطعی در نیمه نخست سال ۱۳۹۸ انجام شد. جامعه پژوهش بیمارستان‌های دولتی و خصوصی شهر ساری بود. نمونه گیری به روش گروه‌سازی احتمالی سهمیه‌ای انجام شد (۲۰۰ نفر). نامربی‌گری از هر داده‌ای تحقیق بر پایه آزمون محرک ساخته گردید. عوامل آمیخته بیماری‌های خودریانه به صورت روش‌های چکیده‌سازی، تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط آزمون رگرسیون جنگلی با استفاده از نرم‌افزار spss ویرایش ۱۶ انجام شد.

یافته‌ها: نتایج تحقیق نشان داد که از بین عوامل آمیخته بیماری‌های خودریانه، عصر قیمت به ۴/۲ درصد، بیشترین تأثیر و عنصر امکانات فیزیکی به ۱/۴ درصد. کمترین تأثیر را بر گراش بیماران به بیمارستان های دولتی دارد. از سوی دیگر، عصر کارکنان به ۱/۳ درصد. کمترین تأثیر را بر گراش بیماران به بیمارستان های خصوصی دارای می‌باشد.

نتیجه‌گیری: عنصر قیمت، عامل تعیین کننده ما برای مراجعه بیماران به بیمارستان های دولتی می‌باشد. چرا که هر بیمار خودریانه این امر نسبت به بیمارستان های خصوصی دارد. از سوی دیگر، دلیل اصلی مراجعه بیماران به بیمارستان های خصوصی، عصر کارکنان می‌باشد که این امر می‌تواند به دلیل احساس مسئولیت، دقت و سرعت عمل بیشتر در ارائه خدمات به بیمار باشد.

واژگان کلیدی: عوامل آمیخته، گراش، بیمار، بیمارستان

1. دانشیار گروه بهداشت عمومی، مرکز تحقیقات علوم پیشگیری، دانشکده پیشگیری و هماهنگی، دانشگاه علوم پزشکی امیرکبیر، ایران
2. استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور تهران، مرکز سایر (۹۸) نوینده مسئول
3. کارشناس درجه دو مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور تهران، مرکز سایر (۹۸) نوینده مسئول
4. کارشناس مرکز تحقیقات علوم پیشگیری، دانشکده پیشگیری و هماهنگی، دانشگاه علوم پزشکی امیرکبیر، ایران

Email: m_rehmani@yahoo.com
Email: Superstar961360@yahoo.com

Published By Tehran University Of Medical Sciences: www.TUMS.ac.ir
پیش‌بینی‌ها، فرش‌شنگان و فروشندگان، اگرچه سازه‌ها به‌پیش‌بینی
فورش 1 و آواز سازه‌ها در آن‌ها و آگاه کردن، دعوت و ترغیب
سازه و متفاوت کردن مخاطبین برای خرید خدمات صریح
بووزد و استراتژی و برنامه‌های ویژه ای را می‌طلبد.
کارگاه: توجه به همزمانی عرضه و پیش‌بینی خدمات و
ارتباط بین خدمات و خدمات گزار، نقش هر یک از کارگاهان
در امور خدمات بسیار مهم است. به همین دلیل لازم است تا
گریه، آموزش و انگیزه هر یک از کارگاهان، امروز
سابقه و میزان خدمات به‌کارآمدی است. به‌طور مثال، نسبت
تولیدات فروشنده و فروشنده‌ها در سازمان‌های خصوصی می‌تواند
با نسبت‌های مالیاتی و طبیعت‌آمیزی آنها نیز توجه به آنها
با توجه به طبیعت این مسئله (به فعالیتی‌های اکتیو) از
به‌همراهی بیشتر خدمات می‌تواند باعث افزایش خدمات در
بهترین شرایط یکی از دوگان همگانی که از امکانات و
هماهنگی‌های پیش‌بینی از کنار گرفتن از خدمات خاص و
تقاضای خدمات به‌منظور گردید. سادگی، سرعت و سهولت در
فرآیند خدمات باید مورد توجه و توجه در مراحل اجرایی بر
داشته و راهی مناسب قرار گرفته. فردیندینگ آنها از انصراف به
بازپرداز خدمات اسکار طراحی به بروزی که برای

1 Sales Promotion
2 Publicity
يري بساندهای خود با اصول بازاریابی خدماتی آنها شده و از
فتوت بازاریابی در ارائه خدمات و ارائه نیاز مشریان خود
هیچ کمترین (2) با مطالعه و تحقیق و با توجه به گزارش این
پژوهش بیمار به سمت بازاریابی خصوصی، هدف از این
پژوهش بیماری با مبنای امتیازی بازاریابی خدمات بر
گزینه مبنا به مبنای امتیازی بازاریابی خدمات و درک
استان مازندران را در مسائلی مربوط به تجربه
مشریان در انتخاب بازاریابی همین خط شناسی مهم
کمک می‌کند. البته، این مسئله در مورد
در کاهش ارسالیت بیماری با توجه به این که به
فراهم‌آمکان در بازاریابی های دولتی بیشتر است به
سمت بازاریابی خصوصی گرایش روزافزونی دارد.

مواد و روش ها
روش تحقیق بر اساس طبقه بندی بر حسب هدف از نوع
کاربردی و اساس روش گروه‌یزی داده، هوسایی- تحلیلی
می‌باشد که در نیمه تحقیق سال 1391 آغاز شد. جامعه
آماری تحقیق را بیماران مراجعه‌کننده به بازاریابی
مصارفی دانست. از طرف دیگر، 90 نفر از بیمار
به صورت نیمه‌آزمایشی مبنا به روش
تخصیص نسبت بر اساس تعداد جمعیت در هر بیماری
می‌باشد. نمونه گیری توسط جدول نسبت بیماری و سری‌بندی
در هر کام از چهار بیماری گرفت در جدول زیر آمده است:

جدول 1- نحوه توزیع بیماران در بازاریابی های مختلف (1391)

<table>
<thead>
<tr>
<th>تعداد بیماری</th>
<th>مجموع</th>
<th>بیماری سری‌بندی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>300</td>
<td>150</td>
<td>H1</td>
</tr>
<tr>
<td>240</td>
<td>120</td>
<td>H2</td>
</tr>
<tr>
<td>180</td>
<td>90</td>
<td>H3</td>
</tr>
<tr>
<td>180</td>
<td>90</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>900</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

جمع کل بیماران

روایی پرسشنامه، جهت توزیع گسترده، به صورت محکومی
توسعه ساده و خنثی‌کننده، با توجه به گزارش
کورنیا (2013) مورد تایید قرار گرفت. داده‌ها و از جمع
روایی پرسشنامه، طبقه‌بندی نشده با ییه شده گر در میانه
دچار اطمینان داشته و در مورد تایید منجر به مه‌کنی
مستقل (عصر هفته‌گاه آمیخته بازاریابی تحقیق)
برای متميز
ویسته (گزارش بیماری به بازاریابی) و رگرسیون چندگانه (H)

ای بار بر نظر چه گذشته داده های تحقیق، پرستشی
ای مشتمل بر دو بخش، اطلاعات دموگرافیک (12 سوال) و
پرسشنامه مربوط به معیارهای بازاریابی خدمات (44 سوال
بر پیشنهاد مربوط به معیارهای بازاریابی خدمات، تیک
بر پیشنهاد مربوط به معیارهای بازاریابی خدمات، تیک
در پیشنهاد مربوط به معیارهای بازاریابی خدمات، تیک
در پیشنهاد مربوط به معیارهای بازاریابی خدمات، تیک
انگشت 3 سوال برای سنجش گرایش) بود که بر اساس میزان
پژگیری آی لیک (آی سپارا کم تا پیش زایه) به شرح

Published By Tehran University Of Medical Sciences: www.TUMS.ac.ir
برای تعیین تأثیر توزیع متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، نتایج حاصل از مطالعه توسعی ۹۰۰ نفر از بیماران مراجعه کننده به بیمارستان های متخصص دولتی و خصوصی شهرستان ساری در جدول (۱) آنها شده است.

<table>
<thead>
<tr>
<th>جنسیت</th>
<th>تعداد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>زن</td>
<td>۴۸۸</td>
</tr>
<tr>
<td>مرد</td>
<td>۴۴۴</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>سن</th>
<th>تعداد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۲۰ تا ۲۹ سال</td>
<td>۲۸۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۳۰ تا ۳۹ سال</td>
<td>۳۴۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۴۰ تا ۴۹ سال</td>
<td>۶۱</td>
</tr>
<tr>
<td>۵۰ تا بالاتر</td>
<td>۹۰</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>تحصیلات</th>
<th>تعداد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>زیر پذیرفته</td>
<td>۳۱</td>
</tr>
<tr>
<td>پذیرفته</td>
<td>۷۰</td>
</tr>
<tr>
<td>فوق پذیرفته</td>
<td>۵۰۸</td>
</tr>
<tr>
<td>لیسانس</td>
<td>۱۸۵</td>
</tr>
<tr>
<td>فوق لیسانس و بالاتر</td>
<td>۷۳</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>تأهل</th>
<th>تعداد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مجرد</td>
<td>۱۷۵</td>
</tr>
<tr>
<td>متأهل</td>
<td>۲۱۲</td>
</tr>
<tr>
<td>شهری</td>
<td>۶۵۰</td>
</tr>
<tr>
<td>روستایی</td>
<td>۲۵۰</td>
</tr>
<tr>
<td>خوش درنا</td>
<td>۴۷۲</td>
</tr>
<tr>
<td>خدمات درمانی</td>
<td>۲۵۵</td>
</tr>
<tr>
<td>تأمین اجتماعی</td>
<td>۴۵۶</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر</td>
<td>۱۳۴</td>
</tr>
<tr>
<td>بدون بیمه</td>
<td>۱۸</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>نوع بیمه</th>
<th>تعداد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سرمایه خسارتی</td>
<td>۴۶۳</td>
</tr>
<tr>
<td>بستنی</td>
<td>۴۴۶</td>
</tr>
<tr>
<td>چراچن</td>
<td>۱۴۱</td>
</tr>
<tr>
<td>پاراکلینیک</td>
<td>۵۴</td>
</tr>
<tr>
<td>مطب پزشک</td>
<td>۳۶</td>
</tr>
<tr>
<td>اورژانس</td>
<td>۲۷۷</td>
</tr>
<tr>
<td>درمانگاه</td>
<td>۲۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>سایر</td>
<td>۴۶</td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول ۱- توزیع متغیرهای دموگرافیکی بیماران بیمارستان های متخصص دولتی و خصوصی شهر ساری (۱۳۹۱)
جدول ۳- نتایج حاصل از آزمون‌رایگوین خنثی در بررسی نقش عناصر آمیخته بازاریابی
بر گزارش بیماران بی بیمتسانهای دولتی و خصوصی (۱۳۹۱)

<table>
<thead>
<tr>
<th>متغیر</th>
<th>ضریب بیمارستان</th>
<th>ضریب همسایگی</th>
<th>ضریب تعبیه</th>
<th>دوئلی</th>
<th>خصوصی</th>
<th>محصول</th>
<th>قیمت</th>
<th>مکان</th>
<th>تبلیغ</th>
<th>کارکنان</th>
<th>امکانات فیزیکی</th>
<th>مدیریت فرآیندها</th>
<th>صفحه اعتبارات بیمارستان</th>
<th>خصوصی درجه یک</th>
<th>دوئلی درجه یک</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>محصول</td>
<td>0.2542</td>
<td>-0.6875</td>
<td>-0.6922</td>
<td>0.7422</td>
<td>-0.864</td>
<td>0.8296</td>
<td>0.9516</td>
<td>0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>-0.832</td>
<td>0.8321</td>
<td>-0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>0.864</td>
<td>0.8321</td>
</tr>
<tr>
<td>قیمت</td>
<td>0.3177</td>
<td>0.7428</td>
<td>-0.6922</td>
<td>0.7422</td>
<td>-0.864</td>
<td>0.8296</td>
<td>0.9516</td>
<td>0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>-0.832</td>
<td>0.8321</td>
<td>-0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>0.864</td>
<td>0.8321</td>
</tr>
<tr>
<td>مکان</td>
<td>0.4178</td>
<td>-0.51</td>
<td>-0.6922</td>
<td>0.7422</td>
<td>-0.864</td>
<td>0.8296</td>
<td>0.9516</td>
<td>0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>-0.832</td>
<td>0.8321</td>
<td>-0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>0.864</td>
<td>0.8321</td>
</tr>
<tr>
<td>تبلیغ</td>
<td>0.4178</td>
<td>-0.51</td>
<td>-0.6922</td>
<td>0.7422</td>
<td>-0.864</td>
<td>0.8296</td>
<td>0.9516</td>
<td>0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>-0.832</td>
<td>0.8321</td>
<td>-0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>0.864</td>
<td>0.8321</td>
</tr>
<tr>
<td>کارکنان</td>
<td>0.2542</td>
<td>-0.6875</td>
<td>-0.6922</td>
<td>0.7422</td>
<td>-0.864</td>
<td>0.8296</td>
<td>0.9516</td>
<td>0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>-0.832</td>
<td>0.8321</td>
<td>-0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>0.864</td>
<td>0.8321</td>
</tr>
<tr>
<td>امکانات فیزیکی</td>
<td>0.3177</td>
<td>0.7428</td>
<td>-0.6922</td>
<td>0.7422</td>
<td>-0.864</td>
<td>0.8296</td>
<td>0.9516</td>
<td>0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>-0.832</td>
<td>0.8321</td>
<td>-0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>0.864</td>
<td>0.8321</td>
</tr>
<tr>
<td>مدیریت فرآیندها</td>
<td>0.4178</td>
<td>-0.51</td>
<td>-0.6922</td>
<td>0.7422</td>
<td>-0.864</td>
<td>0.8296</td>
<td>0.9516</td>
<td>0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>-0.832</td>
<td>0.8321</td>
<td>-0.561</td>
<td>-0.671</td>
<td>0.864</td>
<td>0.8321</td>
</tr>
</tbody>
</table>

نتایج حاصل از جدول فوق، نشان می‌دهد همبستگی میان عناصر هفتگانه آمیخته بازاریابی خدمات و گزارش بیماران به بیمارستان‌های دولتی و خصوصی را نشان می‌دهد. شدت همبستگی عامل محصول با گزارش بیماران به بیمارستان مثبت است. همبستگی عامل فرآیندها با گزارش بیماران به بیمارستان‌های دولتی و خصوصی را نشان می‌دهد. شدت همبستگی عامل قیمت با گزارش بیماران به بیمارستان‌های دولتی و خصوصی را نشان می‌دهد. شدت همبستگی عامل مکان با گزارش بیماران به بیمارستان‌های دولتی و خصوصی را نشان می‌دهد.

جدول ۴- نتایج حاصل از آزمون‌رایگوین خنثی در بررسی نقش عناصر آمیخته بازاریابی
بر گزارش بیماران بی بیمتسانهای دولتی (۱۳۹۱)

<table>
<thead>
<tr>
<th>سطح اعتبارات بیمارستان</th>
<th>ضریب غیر استاندارد</th>
<th>ضریب استاندارد</th>
<th>مدل</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Beta</td>
<td>B</td>
<td>B</td>
<td>Beta</td>
</tr>
<tr>
<td>10000</td>
<td>23/845</td>
<td>0/132</td>
<td>0/132</td>
</tr>
<tr>
<td>20000</td>
<td>20/646</td>
<td>0/314</td>
<td>0/314</td>
</tr>
<tr>
<td>50000</td>
<td>11/499</td>
<td>0/492</td>
<td>0/492</td>
</tr>
<tr>
<td>10000</td>
<td>7/376</td>
<td>0/171</td>
<td>0/171</td>
</tr>
<tr>
<td>20000</td>
<td>5/833</td>
<td>0/183</td>
<td>0/183</td>
</tr>
<tr>
<td>50000</td>
<td>5/329</td>
<td>0/139</td>
<td>0/139</td>
</tr>
<tr>
<td>10000</td>
<td>5/751</td>
<td>0/115</td>
<td>0/115</td>
</tr>
<tr>
<td>20000</td>
<td>8/841</td>
<td>0/132</td>
<td>0/132</td>
</tr>
</tbody>
</table>

(مقدار تابث)
عنصر امکانات فیزیکی کمترین تأثیر را بر گرایش بیماران به بستری حسابهای دولتی دارد.

جدول 5- نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چندگانه در بررسی نقش عنصر امکانه بیمارانی بر گرایش بیماران به بستری حسابهای خصوصی (1391)

<table>
<thead>
<tr>
<th>سطح معادنرا</th>
<th>ضرایب استاندارد</th>
<th>ضرایب غیر استاندارد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>مقدار معبّر</td>
<td>(مقدار تابع)</td>
<td>محصول</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.129</td>
<td>0.05</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.141</td>
<td>0.08</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.154</td>
<td>0.09</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.146</td>
<td>0.10</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.136</td>
<td>0.11</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.121</td>
<td>0.12</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.115</td>
<td>0.13</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.110</td>
<td>0.14</td>
</tr>
<tr>
<td>0.000</td>
<td>0.098</td>
<td>0.15</td>
</tr>
</tbody>
</table>

ساختار بیمارستانی عامل مهمی در انتخاب نوع بیمارستان (دولتی یا خصوصی) به شمار می‌آید (2). در پژوهش حاضر، قیمت عنوانه مالکان و زمین مالکان به بستری حسابهای دولتی معرفی شده است. فرازد و همکاران در پژوهش خود، به اهمیت پیش‌بینی نتایج اقتصادی مردم در رضایت آنها از خدمات بهداشتی درمانی اشاره نمودند (8).

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، میزان ساختار عامل در گرایش بیماران به بستری حسابهای خصوصی در ساختار مالکان و همکاران تحت عنوان وابسته بر انتخاب بستری حسابهای دولتی و پرداختهدایت هزینه‌های درمانی انجام شده است. انتخاب نوع بیمارستان توسط بستری حسابهای دولتی و وجود یک جعبه مجرب در آن بستری حسابهای دولتی که این مورد در حاصل نتایج فاکتورهای عامل محصول (خدمت) معنا و به نتیجه حاصله مورد تأیید قرار می‌گیرد (4).

صدای ارائه خدمات و همکاران با ضریح مالکان (خدمت) توسط مالکان و همکاران در بستری حسابهای دولتی، عامل استاندارد (خدمت) نماینده نماینده شرکت و همکاران در بستری حسابهای دولتی است. در انتخاب بستری حسابهای دولتی در بستری حسابهای دولتی می‌تواند از عامل ساختاری تأثیرگذار بر گرایش بیماران به بستری حسابهای دولتی باشد.

در پژوهش ساختار و همکاران که تأثیر را بر گرایش بیماران به بستری حسابهای دولتی دارد.
بر درک تمتیزی و انتخاب بیمارستان از سوی بیماران می‌باشد (13).

یافته‌های حاصل از این مطالعه که در بیمارستان‌های متخصی‌القولی و خصوصی شهر ساری انجام شده حاکی از آن است که عمدی بر دلیل گزارش بیماران به نوع بیمارستان (چه دولتی چه خصوصی) و کیفیت مصرف، عامل قدیمی‌ترین و مناسب‌ترین خدمت ارائه‌دهنده (می‌باشد) می‌باشد و امکانات فیزیکی کمتری ناشی از در گزارش بیماران به نوع بیمارستان دارد.

از دیدگاه بیماران، بیمارستان خصوصی بیشتر از بیمارستان دولتی است این سوال نشان می‌دهد که بیماران بهتر بپوشند از خدمات و مناسب‌سازی مهیج بیشتر به‌روش تهیه‌کنندهٔ سریع‌تر، در حالیکه فراهی امکانات بهبود اهدا کرده‌اند، اما در بیمارستان‌های دولتی بیشتر از بیمارستان‌های خصوصی است و منطقی‌تر به نظر می‌رسد که بیماران به بیمارستان‌های دولتی سوی‌پیدا کند. این که در حالی که انتظامی می‌تواند نشان بدهد لذا و باشیم است که دست‌آوردهای بیمارستان‌های دولتی توجه بیشتر را به عوامل امپایه پزشکی‌خوانی خدمات در جهت ارائه خدمات مناسب تر با کیفیت تر منطوق نمایند نا حداچ، هزینه‌هایی که از سوی دولت برای تجهیز و به روز رسانی امکانات در بیمارستان‌های دولتی صرف می‌شود منجر تمتن و کارآتر واقع گردد.

این پژوهش به صورت مطالعه‌ای در قالب پایان‌نامه انجام

شد. محطودت بلند توجه نسبی چیزی در پژوهش وجود داشت که از آن دست می‌توان به محطودت در دسترسی به سیال، این به علت می‌توان به محطودت در دسترسی به پزشکی صحت و منطقه و به دور از غرب و اندیش گردید بنابراین نیز عدم همکاری مناسب بحث از مسئولین در بیمارستان‌های سود مطالعه، اشتهار نمود.

تشکر و قددانی:

از معاونت محرمان تحقیقات و فن اوری اطلاعات و کارکنان زحماتی بیمارستان‌های متخصص دولتی و خصوصی شهر ساری که در انجام این پژوهش به ما باری رسانده‌اند. کمال قددانی و تشکر را داریم.
References


4- Varmaghani, M., Arab, M., Zeraati, H., Sari, A. Effective factors on the choice of private and governmental hospitals in Tehran, Scientific Articles Databases, Medical University of Tehran, 2010; 10(1): 45-52. [Persian]

5- Poorrudsari, H., Heidari, A., Sherbaf, P. The investigation of reasons for not attending to the medical-therapeutic services network from Eslamshahr citizens to medical-therapeutic services reception. Scientific Articles Database, Medical University of Tehran, 2006; 63(2): 141-150.[Persian]


9- Sadeghi, R. Factors influencing the choice of public and private hospital patients needing elective surgery; Medical Sciences University of Shiraz; Projects of health services students, 2011;33-45 [Persian]

10- Piri, Z., AbbasAlizadeh, S., Sumi, M., Zamanzadeh, V., Yavarikia, P., Kushavar, H. Reasons for choosing to visit the outpatient and inpatient centers in the North West residents Tabriz; Medical Journal of Medical Sciences University of Tabriz, 2002;59-66. [Persian]


Surveying the Impact of Services Marketing Mix Components (7Ps) on Patients’ Disposition towards the Public & Private Hospitals of Sari City

Abedi.Gh¹, Rahmani.Z², Abedini. E³, Rostami.F¹

Submitted: 2013.7.14 Accepted: 2013.12.5

Abstract

**Background:** Services marketing mix (7Ps) is one of the most important concepts of management and marketing. This study has surveyed the role of services marketing mix components in patients’ tendency towards the public and private hospitals in Sari.

**Materials and methods:** In this cross-sectional study, 900 patients were selected from sari’s public and private hospitals based on non-probability quota sampling. Data were collected using a questionnaire including the marketing mix components of which the validity and reliability was confirmed. The data were analyzed using the SPSS V.16 software with a multiple regression hypothesis.

**Results:** The results showed that among the components of the services marketing mix, the price had the maximum effect (49.2%) and the physical assets had the minimum effect (14.1%) on patients’ tendency to public hospitals. On the other hand, staff had the maximum effect (48.4%) and the promotion had the minimum effect (18.6%) on the patients’ tendency to private hospitals.

**Conclusion:** Price is a determining factor in patient’s tendency to refer to public hospitals compared to private hospitals because of delivering services with lower rates. On the other hand, the main reason for patient’s reference to private hospitals is their staff that could be due to their sense of responsibility, accuracy and speed in providing services to patients.

**Keywords:** Marketing Mix, Disposition, Patient, Hospital

1. Associate Professor, Public Health Department, Health Sciences Research Center, Faculty of Health, Mazandaran University of Medical Sciences, Sari, Iran.
2. Professor Assistant and Member of Scientific Board, Management Department, Payame Noor University of Mazandaran, Sari, Iran (corresponding author)
3. E.M.B.A Department of Management, Payame Noor University of Mazandaran, Sari, Iran (corresponding author)

Email: superstar961360@yahoo.com