



مقدمه

مشتری مداری یعنی احترام به شخصیت و خواسته های مراجعه کننده، تلاش برای تامین خواسته های مراجعه کننده با بهترین کیفیت ممکن، در کوتاه ترین فاصله زمانی و با کمترین هزینه. در سیستم های مشتری مدار در صورتی که خواسته های مشتریان تامین نشود، شخصیت آنها مورد تهاجم واقع نمی شود؛ بلکه در یک گفت و گوی توأم با احترام، مشتری قانع می شود که چرا خواسته هایش تامین نمی شود.

رعایت نکردن اصل مشتری مداری، بخش خصوصی را بلافاصله با مشکل مواجه می سازد، ولی در بخش های دولتی با توجه به حمایت دولت از سازمان های خود، عوارض آن با تاخیر بروز می کند. در مراکز بهداشتی درمانی بی توجهی به مشتری مداری سبب خواهد شد که این مراکز مشتریان خود را از دست داده و بعد از مدتی به عنوان واحدهای ضررده برای مدیران نظام سلامت شناخته شوند. این موضوع ادامه فعالیت مراکز بهداشتی را با چالش های فراوانی روبرو خواهد ساخت و ممکن است در نهایت به تعطیلی این مراکز و واگذاری خدمات آنها به بخش خصوصی منجر شود.

مشتری مداری

consumer orientation

مشتری (consumer): مردم یا عملیاتی هستند که محصول یا نتایج یک عملکرد را مصرف می کنند یا به آنها نیاز دارند و از آنها بهره می برند. مشتری مداری (consumer orientation): اطلاع از نظرات، خواسته ها، نیازها و ترجیحات گروه هدف و آرایه خدمت، ایده یا رفتار متناسب با مشتری است، مشتری محوری در حقیقت توجه به مخاطب و حرکت در مسیر برآورده کردن نیازهای او است و نگاهی مخاطب محور و از پایین به بالا، نه متخصص محور و از بالا به پایین دارد.

از نگاه اسلام؛ می توان مشتری مداری را نوعی ارزش نهادن به انسان و تامین حواجی و نیازهای مشتریان با تکیه بر قوانین الهی، حق مداری، رضایت طرفین معامله، ضرر نرساندن و انصاف تعریف کرد.

اهمیت رضایت مشتری

پیش شرط تمام موفقیت های بعدی برنامه های سلامت، اصل رضایت مشتری است و مهم ترین اولویت مدیریتی در مقابل اهداف سلامت به شمار

بهزاد جعفری نیا و فریده صفاریزاده به ترتیب کارشناسان مسؤل آموزش و ارتقای سلامت و آموزش بهورزی دانشگاه علوم پزشکی دزفول
جواد فرحی شاهگلی، کارشناس مسؤل آموزش بهورزی و رابط فصلنامه بهورزی دانشگاه علوم پزشکی تبریز
ویدا هاشمیان عضو هیأت تحریریه و کارشناس آموزش بهورزی دانشگاه علوم پزشکی مشهد

مشتری محوری در نظام سلامت

اهداف آموزشی

- امید است خوانندگان محترم پس از مطالعه مقاله: مشتری مداری را تعریف کنند.
- درباره اهمیت رضایت مشتری توضیح دهند.
- مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام را نام ببرند.
- برنامه کاربردی مشتری مداری و نحوه کسب رضایت مشتریان خانه بهداشت را توضیح دهند.

مشخص کردن سطح آرایه خدمت برای مشتریان: میزان رضایت مشتری را می‌توان به طور نسبی بدین شکل بیان کرد: اگر درک مشتری از خدمات دریافت شده از انتظارش کمتر باشد، نتیجه اش نارضایتی است؛ اگر خدمات مطابق با انتظارش باشد، احساس آرامش می‌کند، ولی خیلی راضی نیست؛ اما اگر خدمات بیش از انتظار مشتری باشد، او راضی و خشنود خواهد بود و معمولاً این گروه اخیر جزو مشتریان وفادار خواهند بود.

به دو طریق می‌توان خدماتی بیش از انتظار مشتریان آرایه داد: راه اول، سخت کارکردن و انجام دادن کارهای اضافی است؛ راه دوم هم این است که انتظار مشتریان به دقت کنترل شود، چون نباید انتظاراتی را در مشتریان ایجاد کنیم و سپس خدماتی را آرایه دهیم که نامطلوب است.

۶. مدیریت صحیح منابع انسانی: با چهار اصل اساسی مهم گرینش، آموزش، حمایت و پشتیبانی، پایش و ارزشیابی و پرداخت می‌توان نسبت به مطلوبیت کارکنان خود اطمینان حاصل کرد.

۷. ایجاد تعهد به آرایه خدمت در تمام سطوح سازمان: باید همه افراد سازمان در این کار مشارکت داشته باشند.

۸. کاستن از وظایف اجرای بخش‌های ستادی و هدایت آنها به سوی امور کارشناسی، نظارت و برنامه‌ریزی.

۹. مهندسی مجدد: سازمان‌های سنتی باید ساختار و پردازش‌های درونی خود را به گونه‌ای دگرگون و نوسازی کنند که تمام توان و انرژی سازمان‌ها صرف پاسخگویی به نیازها و انتظارات جامعه (مردم یا مشتریان) شود.

۱۰. ارزشیابی کارکنان توسط مشتریان.

۱۱. مدیریت شکایات مشتریان: برای یافتن علت نارضایتی و نیز برطرف کردن مشکلات شناسایی شده، شکایات باید با دید مثبت و نگاه حرفه‌ای بررسی شوند. رسیدگی به شکایات، بهترین فعالیت برای جلب رضایت مشتریان و درک بهتر آنها است.

مشتریان خانه بهداشت را گروه‌های مختلفی تشکیل



می‌رود.

در حقیقت ارزشمندترین دارایی هر سازمان، اعتماد و اطمینان مشتریان است.

مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام

- حق محوری و عدالت
- رضایت دو طرفه فروشنده و مشتری
- راستی و درستی در معامله
- تطبیق معامله با احکام الهی و غفلت نکردن از یاد خداوند متعال

برنامه کاربردی درباره مشتری مداری و نحوه کسب رضایت مشتریان

۱. مشخص کردن اهداف سازمان برای مشتریان با زبانی ساده و قابل فهم و قابل دستیابی

۲. توجه به کیفیت به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل رشد و توسعه سازمان‌ها و رضایت مشتریان است.

مهم‌ترین ابعاد کیفیت در خدمات عبارتند از:

- زمان انتظار مشتری را مشخص کند و در هنگام وعده داده شده، عرضه شود.
- کامل باشد و تمام اجزای یک خدمت را در برگیرد.
- مؤدبانه باشد و با شادمانی و روی خوش عرضه شود.
- در زمان‌های متفاوت، یکسان عرضه شود.
- به سهولت در دسترس باشد.
- به همان گونه که ابتدا از آن تعریف شده، عرضه شود.
- محیط آرایه خدمات ایمن بوده و عاری از هر گونه خطر و ضرر باشد.
- در هنگام وقایع پیش بینی نشده توأم با احساس مسؤلیت باشد.
- خدمت آرایه شده با حداقل هزینه، نتایج مطلوب داشته باشد.

• در آرایه خدمت، عدالت و برابری رعایت شود.

۳. تهیه فرآیند اجرایی هر خدمت و نصب راهنما و فلوجارت فرآیند مربوط در محل دید مشتریان

۴. درک انتظارات مشتریان: اولین و آخرین معیار رضایت مشتری این است که آیا انتظارات او برآورده می‌شود یا خیر؟ بنابراین، ابتدا باید مشخص شود که آن انتظارات چه هستند؟ سپس باید اهدافی را تعیین کرد و نیروی انسانی سازمان را بر زمینه‌هایی که برای مشتریان مهم‌ترین است، متمرکز کرد.

۵. ایجاد انتظارات مطلوب در مشتریان و

می‌دهند، که نیازمند دریافت خدمات بهداشتی درمانی هستند. این گروه‌ها شامل مادران باردار، مادران واجد شرایط تنظیم خانواده و سلامت باروری، کودکان زیر ۸ سال، افراد بیمار و... هستند. به این دسته از مشتریان، مشتریان داخلی می‌گویند. اولین کاری که بهورز باید سرلوحه کار خود قرار دهد رضایت مشتری است. رضایت مشتری وقتی حاصل می‌شود که بهورز خدمت مورد نظر مشتری را به موقع، به درستی و با کیفیت مناسب ارائه دهد. در این صورت است که رضایت مشتری برآورده شده و پس از آن جهت دریافت سایر خدمات مورد نیازش که موجبات سلامتی او را فراهم می‌کند، به خانه بهداشت مراجعه خواهد کرد. اما در این میان رفتار بهورز و نحوه ارتباط او از اهمیت خاصی برخوردار است که شامل نکات ذیل است:

۱. احترام گذاشتن به مشتری در هر زمان و در هر موقعیتی

۲. مدیریت کردن ارتباط با مشتری: از اهمیت خاصی برخوردار است. با توجه به آشنایی بهورز با فرهنگ مردم روستا، او می‌تواند با برقراری ارتباط مناسب رفتارهای سلامتی آنان را ارتقا بخشد. یکی از مهم‌ترین موارد برقراری ارتباط، خوب گوش کردن است.

۳. گوش کردن و اهمیت دادن به شکایات مشتری: در صورت منطقی بودن شکایت جهت رفع آن و در صورت منطقی نبودن، با دلایل کافی و ارزشمند توضیحات لازم را جهت قانع کردن او ارائه دهد.

۴. توجه به رفتار مشتریان خدمت: اگر بهورز می‌خواهد بداند که در ارائه خدمت به مردم موفق است یا نه؟ باید به رفتارهای مشتریان و نحوه ارائه خدمت به آنان توجه داشته باشد. زیرمشتري، داور نامرئی و نهایی موفقیت یا شکست است.

۵. توجه به اولویت‌های مشتری خدمت: چون به یقین اولویت‌های مشتریان با اولویت‌های بهورزان تفاوت دارد و مراجعه‌کننده با همان اولویت‌های ذهنی خود به خانه بهداشت مراجعه می‌کند و بر این اساس انتظارات خاص نیز خواهد داشت، بهورزان باید سعی کنند، تا آنجایی که به کیفیت خدمت و نحوه ارائه آن لطمه ای وارد نمی‌شود، به اولویت‌های مراجعه‌کنندگان به خانه بهداشت یا به هنگام «ده‌گردشی» در سطح روستا توجه کنند.

۶. کنار آمدن با مشتریان ناسازگار: مراجعه‌کننده به خانه بهداشت ممکن است به دلایل مختلف با شرایط روحی نامناسب به خانه بهداشت مراجعه کند ولی بهورز باید با صبر و تحمل، جوابگوی نیازهای سلامتی او باشد.

۷. صداقت و خوشنامی بهورز: دروازه ورود مشتریان (جمعیت تحت پوشش) به خانه بهداشت است.

۸. آراستگی: مشتری بر اساس ظاهر شخص و ظاهر محیط

ارایه خدمت قضاوت می‌کند. پس بهورزان باید همیشه سعی کنند، ظاهری آراسته داشته و محیط خانه بهداشت مرتب و منظم باشد.

۹. رضایت بهورزان: از آنجایی که رضایت کارکنان رابطه‌ای مستقیم با رضایت مشتری دارد، پس نباید رضایت بهورزان خانه‌های بهداشت را از یاد ببریم. مسؤولان سطوح بالا اگر خواهان سلامتی مردم هستند، باید جهت جلب رضایت بهورزان خانه‌های بهداشت که پیام آوران سلامتی در سطح روستا هستند، کوشش کنند، تابه‌ورزان نیز جهت تامین سلامتی جمعیت تحت پوشش کوشا باشند.

نتیجه‌گیری

امروزه سازمان‌های تولیدی یا خدماتی، میزان رضایت مشتری را به عنوان معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار خود قلمداد می‌کنند و این روند هم‌چنان در حال افزایش است. اهمیت مشتری و رضایت او چیزی است که به رقابت در سطح جهانی برمی‌گردد.

لذا هر واحد ارائه‌دهنده خدمت با سرلوحه قراردادن برنامه‌های کاربردی درباره مشتری مداری و نحوه کسب رضایت مشتریان می‌تواند در دستیابی به هدف مشتری مداری توفیق داشته باشد و در نتیجه تعالی و شکوفایی سازمانی می‌تواند نتیجه این رویکرد باشد.

جذب مشتری راحت‌تر از نگهداری مشتری و نگهداری مشتری راحت‌تر از رضایت مشتری است. پس در جلب رضایت مشتری که همانا جلب رضایت خداوند است حداکثر تلاش خود را داشته باشیم.

منابع

۱. مهارت‌های اساسی برای اصلاح رفتار در حوزه سلامت / دکتر محسن شمس / دکتر یلدا سلیمان اختیاری / عباس پیرانی. چاپ اول، سال ۱۳۹۲
۲. پایگاه مقالات علمی مدیریت. مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام <http://system.parsiblog.com>
۳. سایت آکا ایران، مشتری مداری و حفظ حقوق مشتریان <http://akairan.com>
۴. لامعی، ا. خود آموز ارتقای مدیریت کیفیت، کمیته کشوری ارتقای کیفیت، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی آذر ۱۳۷۸

نحوه امتیازدهی:	به این موضوع امتیاز دهید (۱ تا ۱۰)
امتیاز - شماره مقاله	کدامین موضوع ۹۰۲۲
مثال: اگر امتیاز شما	۳۰۰۰۷۲۷۳۰۱۰۰۰۱
۹۰۱ - ۸۰ باشد:	SMS