

Designing a consumer behavior model for pregnant mothers in choosing a specialist doctor

Fatemeh Fallah kohneh Qochan¹ , Amir Rahimpour² , Ali Hosseinzadeh¹ 

1- Department of Management, ToH.C., Islamic Azad University, Torbat Heydarieh, Iran

2- Department of Management, Boj.C., Islamic Azad University, Bojnord, Iran

Receive:

26 April 2024

Revise:

21 September 2025

Accept:

23 September 2025

Abstract

The aim of the present study is to design a consumer behavior model of pregnant mothers in choosing a specialist doctor. The research method is applicable in terms of its purpose, and mixed (qualitative-quantitative) in terms of its implementation method. The statistical population of the study in the qualitative part includes 20 pregnant mothers from the middle and upper classes of Mashhad, experienced their first pregnancy, selected by snowball sampling method. The quantitative statistical population includes 384 pregnant mothers selected as samples by a purposive and judgmental sampling method. Data collection in the qualitative part was carried out through semi-structured interviews and in the quantitative part, a researcher-made questionnaire. For analysis in the qualitative part, phenomenological analysis with a Claise approach was used for text data analysis, and in the quantitative part, SPSS and Lisrel software were used. The results of the qualitative part of the research showed that 45 codes were identified in the form of 18 sub-themes and 9 themes, which include the characteristics of the gynecologist, introducing friends and acquaintances, dynamism at work, having hardware and equipment, insurance and salary laws, physician up-to-dateness, criterion-centeredness, gaining positive relationships with patients, and development-centeredness. The results of the quantitative part showed that the personal characteristics of the physician affect the consumer behavior of pregnant mothers in choosing a gynecologist. The way the physician provides medical services affects the consumer behavior of pregnant mothers in choosing a gynecologist. The characteristics of the relationship between the physician and the patient affect the consumer behavior of pregnant mothers in choosing a gynecologist.

Keywords:

Consumer behavior,
pregnant mothers,
choosing a
gynecologist,
dynamism at work

Please cite this article as (APA): Fallah kohneh Qochan, F, Rahimpour, A and Hosseinzadeh, A. (2026). Designing a consumer behavior model for pregnant mothers in choosing a specialist doctor. *Journal of value creating in Business Management*, 6(1), 229-252.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2025.454427.1367>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Publisher: Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business

Corresponding Author: Amir Rahimpour

Email: rahimpour@bojnourdiau.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

The concept of mental involvement plays an important role in interpreting today's consumer behavior. Evidence of this claim is numerous studies that have examined the relationship between purchasing and consumption decisions and consumer mental involvement. The importance of examining the concept of mental engagement lies in its function as a motivational force that can describe different stages in the consumer decision-making process, such as the extent of information search, the duration of the decision-making process, the formation of beliefs, attitudes, and opinions, as well as behavioral consequences such as different search behaviors, brand switching, brand commitment, brand loyalty, repeated product use, and shopping enjoyment (Vazgazi Doost & Memarian, 2014). Information seeking behavior is a set of activities that an individual performs to satisfy his or her information needs. The type of information and cognitive need that an individual obtains from his or her information needs affects his or her search methods, or in other words, his or her information seeking behavior. One of the most important information needs of individuals in everyday life is information needs related to health (Amanda et al., 2021).

The set of activities that are carried out to meet these types of needs is known as health information seeking behavior. Acquiring information seeking skills in the field of health, also referred to as health information seeking behavior, is considered one of the important skills in the field of searching and retrieving useful health information. Health information seeking behavior is the purposeful behavior of individuals to satisfy health information needs and indicates how they search, find, and use information related to diseases. Much research has been conducted in order to understand the information needs in the field of health and the health information seeking behaviors of individuals. Over the past 2 decades, research related to health information seeking behavior has been pursued in several areas related to health. Among the important research areas in the field of health are issues related to women, pregnancy, and related fields. In this regard, research has been conducted in the field of health information seeking behaviors and health information needs related to pregnancy, most of which have been conducted in Western countries (Seyyed Hossini et al., 2022). Pregnancy is the most sensitive and important stage of women's lives. Although it is a natural condition, pregnancy is considered a vulnerable and stressful period in a woman's life. An experienced obstetrician and gynecologist plays an important role in the lives of women, especially pregnant mothers, especially when the pregnant mother is expecting the birth of her child in the last days of this sensitive period. In fact, in such circumstances, the obstetrician and gynecologist can help the pregnant mother in family planning and provide appropriate ways to diagnose her body's diseases, treat them, and many other problems (Fischer et al., 2015). Therefore, this study seeks to answer the question: What is the consumer behavior pattern of pregnant mothers in choosing a specialist doctor?

Theoretical framework

Pregnancy

Pregnancy is a natural phenomenon, and the various changes that occur in all body parts are intended to adapt and prepare the mother's body for pregnancy so that the fetus grows well in the mother's womb, the mother passes the 9-month pregnancy period safely, and gives birth to a healthy fetus (Foraty et al., 2019).

Information-seeking behavior

Health information-seeking behavior is the purposeful behavior of individuals to satisfy their health information needs and indicates how they search, find, and use information related to diseases (Jung, 2014).

Consumer behavior

The customer's perception of the ease of using services affects the customer's overall evaluation of the services, as well as their satisfaction, service value, understanding, trust, and loyalty. The importance of each dimension of ease of use of services in different types of services varies according to the type and taste of the customer. Customers who value saving time place greater importance on ease of use of services. Service providers also aim to increase the positive output that the customer receives. One of these positive outcomes is satisfaction. It can be said that there is a positive relationship between customer satisfaction and behavioral intentions (Ahmadi, 2018).

Consumer Lived Experience

The lived experience originates from the phenomenological concept and is rooted in the active approach to cognition. As such, the active and passive lived experience appears to be holistic, complex in timing, and somewhat pre-reflexive (Dieumegard et al., 2022.)

The lived experience of pregnant mothers

Adapting skills appropriate to the needs of clients to receive health care in an economically viable way is an important tool to achieve these goals. In the field of healthy reproductive care, ensuring, maintaining and promoting maternal health during pre-pregnancy, pregnancy, reducing infant and maternal mortality, identifying high-risk cases and paying special attention to them, predicting and preventing pregnancy complications, and preparing parents for childbirth are important goals of care provided to mothers (Homer et al., 2019).

Johnson et al. (2021) examined important criteria in choosing a gynecologist among Lebanese women. The results showed that key factors in choosing a doctor included the quality of consultation (such as professionalism, empathy, communication skills), the doctor's reputation (recommendation from others, presence in the media), ease of access (proximity to the office, reasonable cost), the doctor's educational background and experience, physical characteristics (gender, appearance, office design), and preference for a female doctor. Also, multivariate analyses showed that the demographic characteristics of the patients affected the importance of these factors.

Safaei et al. (2022) investigated the identification of the components of patient trust in the doctor and understood how to improve patients' "trust" in doctors. The results of this study showed that patient trust in the doctor is a complex, two-way relationship influenced by a variety of components. According to the findings of this study, the trust-building factors of the patient-doctor relationship were classified into three macro-levels (social-cultural), intermediate level (legal-moral), and micro-level (professional-specialized, individual-psychological). In addition, the subcategories or subcomponents of this study include "social trust, social satisfaction, cultural education, management and treatment environment, legal rights, ethical principles, treatment and health facilities, confidentiality, scientific ethics, legal rights, ethical principles, professional commitment to confidentiality, clinical-specialized knowledge, verbal-communication skills, credibility, patient awareness and treatment experience, and demographic variables".

Research Methodology

The research method is applicable in terms of its purpose, and mixed (qualitative-quantitative) in terms of its implementation method. The statistical population of the study in the qualitative section includes 20 pregnant mothers from the middle and upper classes of Mashhad experienced their first pregnancy, by snowball sampling method. The quantitative statistical population includes 384 pregnant mothers selected as samples using purposive and judgmental sampling methods. Data collection in the qualitative section was carried out

through semi-structured interviews and in the quantitative section, a researcher-made questionnaire.

Research findings

For the qualitative analysis, phenomenological analysis with the Claise approach was used to analyze textual data, and for the quantitative part, SPSS and Lisrel software were used. The results of the qualitative research showed that 45 codes were identified in the form of 18 sub-themes and 9 themes, which include the characteristics of a gynecologist, introducing friends and acquaintances, dynamism at work, having hardware and equipment, insurance and salary laws, physician up-to-dateness, criterion-centeredness, establishing positive relationships with patients, and development-centeredness. The results of the quantitative research showed that the personal characteristics of the physician affect the consumer behavior of pregnant mothers in choosing a gynecologist. The way the physician provides medical services affects the consumer behavior of pregnant mothers in choosing a gynecologist. The characteristics of the relationship between the physician and the patient affect the consumer behavior of pregnant mothers in choosing a gynecologist.

Conclusion

The present study was conducted with the aim of designing a consumer behavior model of pregnant mothers in choosing a specialist physician. The results of this study are consistent with the results of Hosseini et al. (2022), Siavoshi et al. (2022), Mohammadi & Didekhani (2023), Akbarilakeh & Shouaybi (2021), Kohbor et al, (2021), Foraty et al. (2020), Hajifoghaha et al. (2019), Anjarani et al. (2023), and Shen et al. (2022). Najmabadi et al. (2025) showed that artificial intelligence technology can pave the way for the development of cognitive, emotional and social skills in learners by providing smart learning environments, content personalization, the possibility of rapid feedback and strengthening teacher-student interaction. On the other hand, challenges such as the lack of appropriate infrastructure in many schools, inequality in access to technology, weak technical knowledge of teachers, ethical concerns in collecting and analyzing personal data, and lack of localized educational resources are considered obstacles to the effective use of this capacity. The prospective analysis of this article indicates that artificial intelligence if properly managed, developing ethical frameworks, and empowering human resources, can play a role as a powerful tool in improving the quality of skill-based education. Considering the results obtained, it is suggested that attention be paid to the aspects, dimensions, and type of participation of gynecologists in creating consumer behavior of pregnant mothers in choosing a doctor.

طراحی الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص

فاطمه فلاح کهنه قوچان^۱ ID، امیر رحیم پور^۲ ID، علی حسین زاده^۱ ID

۱- گروه مدیریت، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران

۲- گروه مدیریت، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص می‌باشد. روش پژوهش با توجه به هدف آن، کاربردی و از حیث شیوه اجرا، آمیخته (کیفی-کمی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل ۲۰ نفر از مادران باردار طبقه متوسط به بالای شهر مشهد که تجربه اولین بارداری را دارند، تشکیل می‌دهند که نمونه گیری بصورت گلوله برفی می‌باشند. جامعه آماری کمی شامل ۳۸۴ نفر از مادران باردار است که با شیوه نمونه گیری هدفمند و قضاوتی به عنوان نمونه انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته صورت گرفت. برای تجزیه و تحلیل در بخش کیفی از تحلیل پدیدارشناسی با رویکرد کلایزی برای تحلیل داده‌های متنی و در بخش کمی از نرم افزارهای SPSS و Lisrel استفاده شد. نتایج پژوهش بخش کیفی نشان داد که ۴۵ کد در قالب ۱۸ مضمون فرعی و ۹ مضمون شناسایی شد که شامل ویژگیهای پزشک متخصص زنان، معرفی دوستان و آشنایان، پویایی در کار، داشتن سخت افزارها و تجهیزات، قوانین بیمه‌ای و دستمزد، روزآمدی پزشک، ضابطه محوری، گرفتن ارتباط مثبت با بیمارها و توسعه محوری می‌باشد. نتایج بخش کمی نشان داد که، ویژگیهای فردی پزشک بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد. نحوه ارائه خدمات پزشکی پزشک بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد. ویژگیهای ارتباطی بین پزشک و بیمار بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد.

تاریخ دریافت:

۱۰۷ اردیبهشت ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری:

۳۰ شهریور ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش:

۰۱ مهر ۱۴۰۴

کلید واژه‌ها:

رفتار مصرف کننده،
مادران باردار،
انتخاب پزشک متخصص زنان،
پویایی در کار.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): فلاح کهنه قوچان، فاطمه، رحیم پور، امیر و حسین زاده، علی. (۱۴۰۵). طراحی الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص. فصلنامه ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار. ۶(۱). ۲۲۹-۲۵۲.



<https://doi.org/10.22034/jvcbm.2025.454427.1367>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور

نویسنده مسئول: امیر رحیم پور

ایمیل: rahimpour@bojnourdiau.ac.ir

مقدمه

تجزیه و تحلیل رفتار مصرف کننده اطلاعات مهمی را در اختیار مدیران بازاریابی قرار می دهد تا استراتژی ها و تاکتیکهای بازاریابی را توسعه دهند. درک رفتار مصرف کننده ورودی های مفیدی را برای استراتژی های بازاریابی مانند تقسیم بازار، انتخاب بازار هدف و موقعیت یابی فراهم می کند. مصرف کننده اساساً در تمام تصمیماتی که بازاریابان می گیرند دخیل است. هر چه بتوان رفتار مصرف کننده را بهتر تحلیل کرد، تصمیمات بازاریابی دقیقتر خواهد بود (Durmaz & Gezici, 2022).

مفهوم درگیری ذهنی نقش مهمی در تفسیر رفتار مصرف کننده امروزی ایفا می کند. گواه این ادعا مطالعات متعددی است که به بررسی رابطه تصمیم گیری خرید و مصرف با درگیری ذهنی مصرف کننده پرداخته اند. اهمیت بررسی مفهوم درگیری ذهنی در عملکرد آن به عنوان نیروی انگیزشی است که می تواند مراحل مختلف در فرآیند تصمیم گیری مصرف کننده چون گستردگی جستجوی اطلاعات، طول مدت فرآیند تصمیم گیری، شکل گیری باورها، نگرش ها و عقاید، همچنین پیامدهای رفتاری چون رفتارهای جستجوی متفاوت، تغییر برند، تعهد به برند، وفاداری به برند، استفاده مکرر از محصول و لذت از خرید را توصیف کند (Vazgazi Doost & Memarian, 2014). رفتار اطلاع یابی مجموعه فعالیت هایی است که یک فرد برای رفع نیاز اطلاعاتی خود انجام می دهد. نوع نیاز اطلاعاتی و شناختی که فرد از نیاز اطلاعاتی خود به دست می آورد بر شیوه های جستجو یا به تعبیری رفتار اطلاع یابی وی تأثیر می گذارد. یکی از مهم ترین نیازهای اطلاعاتی افراد در زندگی روزمره، نیازهای اطلاعاتی مربوط به حوزه بهداشت و سلامت است (Amanda et al, 2021).

مجموعه فعالیت هایی که به منظور رفع این نوع نیازها انجام می گیرد با عنوان رفتار اطلاع یابی سلامت شناخته می شود. کسب مهارت های اطلاع یابی در حوزه سلامت که به تعبیری رفتار اطلاع یابی سلامت نیز خوانده می شود. از جمله مهارت های مهم در زمینه جستجو و بازاریابی اطلاعات سلامت مفید محسوب می شود. رفتار اطلاع یابی سلامت، رفتار هدفمند افراد برای ارضای نیاز اطلاعاتی سلامت و بیانگر چگونگی جستجو، یافتن و کاربرد اطلاعات مرتبط با بیماری ها توسط آنان است. در راستای شناخت نیازهای اطلاعاتی حوزه سلامت و رفتارهای اطلاع یابی سلامت افراد، پژوهش های زیادی انجام شده است. طی ۲ دهه اخیر، پژوهش های مربوط به رفتار اطلاع یابی سلامت در چندین حوزه مرتبط با سلامت دنبال شده است. از جمله حوزه های پژوهشی مهم در عرصه سلامت، موضوعات مربوط به زنان، بارداری و زمینه های مرتبط با آن است. در این راستا در زمینه رفتارهای اطلاع یابی سلامت و نیازمندی های اطلاعات بهداشتی مرتبط با بارداری پژوهش هایی انجام شده که بیشتر آن ها در کشورهای غربی صورت گرفته است (Seyyed Hossini et al, 2022).

بارداری حساس ترین و مهم ترین مراحل زندگی زنان است. گرچه بارداری یک وضعیت طبیعی است، اما یک دوره آسیب پذیر و استرس زا در زندگی زن محسوب می شود. زنان به عنوان مادران جامعه و پرورش دهنده نسل آینده باید از مجموعه ای از اطلاعات حوزه سلامت آگاهی داشته باشند. کسب اطلاعات سلامت در دوران بارداری موجب افزایش دانش مادر باردار و کاهش استرس او می شود. مراقبت های درست بارداری که در نتیجه رفتار اطلاع یابی صحیح مادران باردار انجام می شود، می تواند احتمال بروز مرگ و میر ناشی از بارداری و زایمان را کاهش دهد (Barnes et al, 2019).

یک پزشک متخصص زنان و زایمان باتجربه نقش مهمی در زندگی زنان، به ویژه مادران باردار بازی می‌کند، به ویژه هنگامی که مادر بارداری در روزهای آخر از این دوران حساس در انتظار تولد فرزندش می‌باشد. در واقع، در چنین شرایطی پزشک متخصص زنان و زایمان می‌تواند به مادر باردار در برنامه‌ریزی خانواده کمک کرده و برای تشخیص بیماری‌های بدن او، درمان آن‌ها و بسیاری از مشکلات دیگر راه‌های مناسبی را ارائه دهد (Fischer et al, 2015). اما برای بسیاری از زنان جوان و بی‌تجربه، پیدا کردن یک پزشک متخصص زنان و زایمان باتجربه کمی دشوار است. با این حال، لازم است به عنوان یک خانم باردار بدانید که ناتوانی در انجام این کار می‌تواند در زندگی دوران بارداری شما بیش از دوره‌های معمولی زندگی تأثیر بگذارد. انتخاب پزشک یکی از دغدغه‌های زنان باردار است. تصمیم‌گیری در زمینه سلامت معمولاً با انتخاب‌های احساسی همراه است، تلاش شناختی بالایی در پردازش اطلاعات نیاز دارد و استرس، اضطراب و سردرگمی قابل توجهی در بیماران برانگیخته می‌کند (Gebele et al, 2014).

انتخاب پزشک یکی از تصمیمات حیاتی در فرآیند درمانی محسوب می‌شود. تصمیم‌گیری برای انتخاب پزشک تحت تأثیر دیدگاه‌های شخصی، شرایط اجتماعی و اطلاعات موجود است. در سال‌های اخیر با ورود زنان به دنیای کار و تحصیل از یک طرف و شرایط سخت ازدواج برای مردان از سوی دیگر باعث شده که سن ازدواج افزایش پیدا کند و بارداری در این سن با خطرات و عوارضی همراه است. انتخاب پزشک بارداری پیش از باردار شدن و اقدام به حاملگی اهمیت زیادی دارد، زیرا اساساً مراقبت‌های دوران بارداری از پیش از بارداری شروع می‌شود و پس از بارداری در سه ماهه‌های مجزا ادامه پیدا می‌کند. بنابراین بهترین زمان برای مراجعه به دکتر زنان قبل از اقدام به بارداری است. معمولاً مادر باردار برای انتخاب پزشک بارداری فاکتورهای زیر را در نظر می‌گیرد: ۱- توجه کردن به وضعیت جسمانی خود. (سن بارداری، بارداری پر خطر و ...) ۲- در نظر گرفتن وضعیت مالی و اقتصادی خود (ویزیت فوق تخصص با متخصص متفاوت است)؛ ۳- کمک گرفتن از پزشکان فوق تخصص نازایی در صورتی که بیش از یک سال از اقدام به بارداری شما سپری شده است؛ ۴- توجه به بیمارستانی که پزشک بارداری انتخابی شما قرار است عمل زایمان‌تان را در آن انجام دهد؛ ۵- نزدیک بودن مطب پزشک به محل سکونت شما؛ ۶- مهارت و تخصص پزشک؛ ۷- توجه به اخلاق و منش یا به عبارتی صبوری و حوصله و مسئولیت‌پذیری پزشک بارداری. کسب مهارت‌های مرتبط با اطلاع‌یابی سلامت برای زنان باردار با توجه به نقشی که در افزایش سطح سلامت جامعه ایفا می‌کنند، دارای اهمیت بالایی است. براین اساس به منظور افزایش سطح سلامت جامعه، باید بستری مهیا شود تا اطلاعات مربوط به حوزه سلامت در مسیری مشخص قرار گیرد و راهبردهای لازم جهت ردیابی این مسیرها به افراد جامعه آموزش داده شود. پیامد چنین کاری تسهیل فرایند دریافت و استفاده مؤثر از اطلاعات سلامت توسط افراد جامعه است. بررسی رفتار اطلاع‌یابی سلامت در گروه‌های حساس جامعه مانند زنان باردار از اهمیت خاصی برخوردار است. با توجه به اهمیت درگیری ذهنی مصرف‌کننده در ادبیات بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده، در این تحقیق سعی بر آن است تا ارتباط بین درگیری ذهنی مادر باردار و تصمیم‌گیری در انتخاب پزشک مورد بررسی قرار گیرد. لذا این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که: الگوی رفتار مصرف‌کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص چه می‌باشد؟

ادبیات نظری

دوران بارداری

بارداری یک پدیده طبیعی است و تغییرات مختلفی که در تمام اعضای بدن به وجود می آید به منظور سازگاری و آماده سازی بدن مادر با حاملگی است تا جنین به خوبی در رحم مادر رشد نموده، مادر ۹ ماه دوران بارداری را به سلامتی پشت سر گذاشته و جنین سالمی به دنیا آورد. از سوی دیگر، هنگام تولد نوزاد وقت آن می رسد که تمام اعضا و سیستمهای بدن که در طی دوران بارداری و زایمان دچار تغییر و دگرگونی شده بودند به آرامی به وضعیت قبل از بارداری بازگشته و در ضمن کمترین آسیب به اندامهای بدن وارد شده و مادر بتواند توان جسمانی و روانی خود را به دست آورد (Foraty et al, 2019). مادران در طول دوران بارداری با نگرانیهای متعددی روبهرو هستند. شناخت راهبردهای مادران برای غلبه بر این نگرانیها، می تواند به بهبود راهکارها و برنامه ریزی برای سلامت روانی آنها کمک شایانی نماید. این دوران می تواند دوران نشاط آور و لذت بخشی به خصوص از لحاظ روحی و روانی برای مادران و خانواده هایشان باشد مشروط بر آنکه از لحاظ سلامت روحی و جسمی، از شرایط مطلوبی برخوردار باشند و یا در صورت مواجهه با هرگونه مشکل اقدام لازم و مناسب جهت رفع مشکل انجام شود. ضروری است کلیه مادران قبل از باردار شدن از سلامت خود مطمئن شده و آگاهانه تصمیم به باردار شدن بگیرند تا به خوبی این دوران را پشت سر گذاشته و نوزاد سالمی داشته باشند (Akbarilakeh & Shouaybi, 2021). دنیای امروز، دنیایی مملو از پدیده های ناشناخته است. افراد به منظور افزایش آگاهی نسبت به چنین پدیده هایی و نیز درک جهان پیرامون خود نیازمند اطلاعات هستند، اطلاعاتی که دستیابی به آنها جز از راه جست و جو و کاوش میسر نمی شود. اطلاع یابی برای آدمی فرایندی حیاتی و ضروری محسوب می شود، این فرایند از زندگی روزمره انسان نشئت می گیرد. نیازهای اطلاعاتی، فرد را ناگزیر از قرار گرفتن در مجراهای اطلاعاتی می کند که همین امر به شکل گیری رفتار اطلاع یابی منجر می شود (Mohammadi, 2022).

رفتار اطلاع یابی

مجموعه فعالیت هایی است که یک فرد برای رفع نیاز اطلاعاتی خود انجام می دهد. یکی از مهم ترین نیازهای اطلاعاتی افراد در زندگی روزمره، نیازهای اطلاعاتی مربوط به حوزه بهداشت و سلامت است. مجموعه فعالیت هایی که به منظور رفع این نوع نیازها انجام می گیرد با عنوان رفتار اطلاع یابی سلامت شناخته می شود. کسب مهارت های اطلاع یابی در حوزه سلامت که به تعبیری رفتار اطلاع یابی سلامت نیز خوانده می شود. از جمله مهارت های مهم در زمینه جست و جو و بازیابی اطلاعات سلامت مفید محسوب می شود. رفتار اطلاع یابی سلامت، رفتار هدفمند افراد برای ارضای نیاز اطلاعاتی سلامت و بیانگر چگونگی جست و جو، یافتن و کاربرد اطلاعات مرتبط با بیماری ها توسط آنان است (Jung, 2014). بارداری حساس ترین و مهم ترین مراحل زندگی زنان است. گرچه بارداری یک وضعیت طبیعی است، اما یک دوره آسیب پذیر و استرس زا در زندگی زن محسوب می شود. زنان به عنوان مادران جامعه و پرورش دهنده نسل آینده باید از مجموعه ای از اطلاعات حوزه سلامت آگاهی داشته باشند. کسب اطلاعات سلامت در دوران بارداری موجب افزایش دانش مادر باردار و کاهش استرس او می شود. مراقبت های درست بارداری که در نتیجه رفتار اطلاع یابی صحیح مادران باردار انجام می شود، می تواند احتمال بروز مرگ و میر ناشی از بارداری و زایمان را کاهش دهد (Tabrizchi, 2022).

مراقبت‌های دوران بارداری می‌تواند احتمال بروز مرگ‌ومیر و مشکلات ناشی از بارداری و زایمان را از طریق شناسایی و کاهش خطرات بالقوه دوران بارداری و کمک به زنان برای اصلاح عوامل رفتاری که به پیامدهای نامطلوب بارداری منجر می‌شود، کاهش دهد. عدم مراقبت کافی از زن باردار در دوران بارداری، علاوه بر ایجاد مشکلات برای سلامت زن باردار، می‌تواند به ایجاد پیامدهای نامطلوبی در نوزاد از قبیل سقط جنین، مرده‌زایی، تولد زودرس، تولد نوزاد کم وزن، و بسیاری از مشکلات دیگر منجر شود که سبب صرف هزینه‌های درمانی زیادی توسط خانواده می‌شود (Safaei et al, 2022). مادران به منظور آگاهی از مراقبت‌های بهداشتی نیازمند تجهیز به مهارت‌های اطلاع‌یابی سلامت هستند. نیاز به اطلاعات در زمینه‌های مراقبت‌های بارداری و پس از زایمان در طی دوران بارداری موجب ترغیب زنان به جست‌وجوی اطلاعات می‌شود. چنانچه جست‌وجوی اطلاعات و مهارت‌های اطلاع‌یابی مطلوب باشد در فرایند تصمیم‌گیری به زنان در مراقبت‌های بارداری و پس از زایمان کمک خواهد کرد. بنابراین ارتقای آگاهی‌های بهداشتی زنان باردار به ارتقای توانایی آنان در رفتارهای خودمراقبتی و پیشگیرانه بهداشتی منجر خواهد شد (Safaei et al, 2022).

رفتار مصرف کننده

امروزه برای بازاریابان و سازمان‌ها اهمیت زیادی دارد. بازاریابان در حال تلاش برای درک رفتار مصرف کنندگان در قبال محصولات مدنظرشان، هستند (Luniya & Verghese, 2015). عصر حاضر عصر تحول و رقابت بی سابقه و تنگاتنگ بین شرکت‌های اقتصادی بین المللی است. شرایط به دلیل از بین رفتن مرزها در بازاریابی، پراکندگی بازارها، کوتاه شدن چرخه عمر محصول، تغییرات سریع و روش‌های خرید مشتری و افزایش آگاهی مصرف کننده، دائماً در حال تغییر است (Vazgazi Doost & Memarian, 2014). در واقع آنچه برای مشتری مهم است استفاده از محصولات و خدماتی است که باعث صرفه جویی در زمان و افزایش رفاه او می‌شود. در نتیجه تمایل به استفاده از خدمات شرکت‌هایی که به راحتی مشتری اهمیت می‌دهند ناشی از تمایل مشتری به سبک زندگی راحت است و سهولت استفاده از خدمات برای آنها معیار اساسی محسوب می‌شود. درک مشتری از سهولت استفاده از خدمات بر ارزیابی کلی مشتری از خدمات و همچنین رضایت، ارزش خدمات، درک، اعتماد و وفاداری او تأثیر می‌گذارد. اهمیت هر یک از ابعاد سهولت استفاده از خدمات در انواع مختلف خدمات با توجه به نوع و سلیقه مشتری متفاوت است، مشتریانی که به صرفه جویی در زمان اهمیت می‌دهند، اهمیت بیشتری برای سهولت استفاده از خدمات قائل هستند. هدف ارائه دهندگان خدمات نیز افزایش خروجی مثبتی است که مشتری دریافت می‌کند. یکی از این نتایج مثبت رضایت است. می‌توان گفت که بین رضایت مشتری و نیت رفتاری رابطه مثبت وجود دارد (Ahmadi, 2018).

تجربه زیسته مصرف کننده

تجربه زیسته از مفهوم پدیدارشناختی سرچشمه می‌گیرد و ریشه در رویکرد فعال شناخت دارد. به این ترتیب، تجربه زیسته فعال و منفعل، کل نگر، در زمانبندی پیچیده و تا حدی پیش انعکاسی به نظر می‌رسد (Dieumegard et al, 2022). در ابتدا مفهوم تجربه مصرف کننده به بررسی تصمیم‌گیری عقلانی به وسیله مصرف کننده پرداخت، سپس به بررسی عواملی که جنبه‌ی رفتار مصرف کننده توجه دارد، توجه کرد. تعاریف بسیار متعددی در خصوص تجربه‌ی مصرف کننده وجود دارد، همه توافق نظر دارند که تجربه مصرف کننده باید شامل تعامل افراد، فرآیندها یا سیستم

سازمان باشد. برخی گفته‌اند تجربه شامل تعامل با محصولات هم می‌شود و برخی دیگر گفته‌اند تجربه، شامل احساسات یا عکس‌العمل‌های عاطفی می‌شود که حاصل این تعاملات می‌شود (Dehghan & Fattahi, 2017). تحقیقات مصرف کننده نشان می‌دهد "تجربه زمانی رخ می‌دهد که مصرف کنندگان، محصولاتی را جستجو، خرید، مصرف و خدمات آن را دریافت می‌کنند" (Brakus et al, 2009). کاملاً واضح است که شخصی‌سازی یک تجربه به طور معناداری می‌تواند درک و تصور مصرف کننده از کیفیت را متأثر ساخته و تجربه کلی آنها دادوستد با سازمان را بهتر نماید (Shahrokhi Kahnouj & Hosseinipour, 2017).

تجربه زیسته مادران باردار

سیستم‌های مراقبتی بهداشتی با دو چالش عمده کنترل هزینه و بهبود کیفیت مواجهه هستند. انطباق مهارت‌های متناسب با نیاز مراجعین جهت دریافت مراقبت‌های بهداشتی درمانی از نظر اقتصادی به عنوان یک ابزار مهم برای تحقق این اهداف مهم است در زمینه مراقبت‌های باروری سالم تأمین، نگهداری و ارتقای سلامت مادران در دوران پیش از بارداری، بارداری، کاهش میزان مرگ‌ومیر نوزاد و مادر، تشخیص موارد پرخطر و توجه مخصوص به آنها، پیش‌بینی عوارض بارداری و پیشگیری از آنها و آماده کردن والدین برای تولد نوزاد از اهداف مهم مراقبت‌های ارائه‌شده به مادران است. ارائه مراقبت‌های با کیفیت بالا به مادران از مهم‌ترین عواملی است که به دستیابی مطلوب به اهداف مذکور کمک می‌کند (Homer et al, 2019). مرور مطالعات نشان می‌دهد کیفیت خدمات باروری ارائه‌شده به مادران در ایران از سطح متوسط تا ضعیف است. به طوری که عدم پیوستگی در مراقبت‌های دوران بارداری و زایمان توسط یک پزشک یا تیم مشخص از مهم‌ترین مشکلات خدمات باروری سالم در کشور است که از علل مرتبط با سزارین‌های غیرضروری اعلام شده است. روزانه حدوداً هشتصد الی ۱۵۰۰ مادر در دنیا، به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه جان خود را بر اثر عوارض بارداری و زایمان از دست می‌دهند و این در حالی است که بسیاری از این عوارض قابل پیشگیری و اجتناب هستند. در این راستا سازمان بهداشت جهانی پنجمین هدف توسعه هزاره را بهبود سلامت مادران و کاهش مرگ‌ومیر مادران به میزان ۷۵ درصد از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۵ قرار داده است (Attanasio et al, 2020).

پیشینه پژوهش

(Johnson et al, 2021)، به بررسی معیارهای مهم در انتخاب پزشک متخصص زنان در میان زنان لبنانی پرداختند. نتایج نشان داد که عوامل کلیدی در انتخاب پزشک شامل کیفیت مشاوره (مانند حرفه‌ای بودن، همدلی، مهارت‌های ارتباطی)، شهرت پزشک (توصیه اطرافیان، حضور در رسانه‌ها)، سهولت دسترسی (نزدیکی مطب، هزینه مناسب)، پیشینه تحصیلی و تجربه پزشک، ویژگی‌های ظاهری (جنسیت، ظاهر، طراحی مطب)، و ترجیح به پزشک زن بودند. همچنین، تحلیل‌های چندمتغیره نشان داد که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بیماران بر اهمیت این عوامل تأثیر گذار است. (Safaei et al, 2022) به بررسی شناسایی مؤلفه‌های اعتماد بیمار به پزشک و فهم چگونگی بهبود «اعتماد» بیماران به پزشکان پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که اعتماد بیمار به پزشک رابطه‌ای پیچیده، دوسویه و متأثر از مؤلفه‌های متنوعی است. طبق یافته‌های این پژوهش عوامل اعتمادساز رابطه بیمار و پزشک در سه سطح کلان (اجتماعی - فرهنگی)، سطح میانی (قانونی - اخلاقی)، سطح خرد (حرفه‌ای - تخصصی، فردی - روان‌شناختی) طبقه‌بندی شد. افزون بر آن،

زیرطبقات یا زیرمؤلفه‌های این پژوهش شامل «اعتماد اجتماعی، رضایت اجتماعی، آموزش فرهنگی، مدیریت و محیط درمان، حقوق قانونی، اصول اخلاقی، امکانات درمان و بهداشت، محرمانگی، اخلاق علمی، حقوق قانونی، اصول اخلاقی، تعهد شغلی محرمانگی، دانش بالینی - تخصصی، مهارت کلامی - ارتباطی، باورمندی، آگاهی و تجربه درمانی بیمار و متغیرهای دموگرافیک» هستند.

(Shen et al, 2022)، به بررسی تأثیر تبلیغات داخلی و خارجی بر انتخاب پزشکان بیماران در خدمات پزشکی آنلاین پرداختند. نتایج نشان داد هر دو تبلیغات داخلی و خارجی تأثیر مثبتی بر انتخاب پزشکان بیماران داشتند. یک تعامل مثبت معنادار بین تبلیغات داخلی و شخص ثالث تولید شده وجود داشت، اما تعامل بین تبلیغات داخلی و نسبی تولید شده، و تعامل بین تبلیغات داخلی و پزشک هر دو غیر معنی دار بود. رتبه بندی موقعیت پزشکان به طور قابل توجهی تأثیر تبلیغات داخلی را افزایش داد، در حالی که تأثیر توصیه‌های پزشک بر انتخاب پزشکان بیماران را تضعیف می‌کند. نتایج بر اهمیت تحقیق در مورد تبلیغات خارجی در انتخاب پزشکان بیماران تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که تعدیل تبلیغات داخلی ممکن است با اعتبار و در دسترس بودن تبلیغات خارجی مرتبط باشد و تأثیر رتبه بندی موقعیت پزشک را می‌توان با جستجوی اطلاعات توضیح داد.

(Anjarani, et al, 2022)، به بررسی معیارهای انتخاب پزشک برای بیماران سرطانی پرداختند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، بهبود رابطه مبتنی بر اعتماد میان بیمار و پزشک مستلزم فراهم‌نمودن شرایط و زمینه‌های اجتماعی و حرفه‌ای متنوعی است که در این میان مدیریت درمان (افزایش برابری در فرصت‌های دسترسی و با کیفیت برای همه و ساخت و تجهیز فضای درمانی بیمارمحور)، یادگیری درمان (آموزش آگاهی‌بخش و تقویت مهارت‌های ادراکی و انسانی پزشکان و کادر درمان) و مدیریت محیط درمان (آموزش مهارت ارتباطی، هم‌زمانی با بیماران و فاصله گرفتن از جایگاه اقتدارگرایانه برای کلیه کادر پزشکی و درمان بر اساس نوع ارتباط)، از ضروریات زیرساختی آن تلقی می‌شود. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد عواملی مانند تخصص، تجربه و مهارت‌های ارتباطی از مهمترین معیارهای انتخاب پزشک هستند. این نتایج با موضوع پژوهش حاضر که به بررسی رفتار مصرف‌کننده مادران باردار می‌پردازد، ارتباط تنگاتنگی دارد.

(Ayele et al, 2020)، به بررسی میزان اهمیت انتخاب پزشک برای بیمار پرداختند. یکی از مؤلفه‌های خدمات مراقبت‌های بهداشتی مؤثر، اندازه گیری میزان رضایت بیماران است. رضایت بیمار، ادراک بیمار از مراقبت دریافتی در مقایسه با مراقبت مورد انتظار است. از این رو ارزیابی میزان رضایت بیماران اهمیت دارد. هدف این مطالعه تعیین رضایت بیماران از خدمات آزمایشگاهی بالینی و عوامل مرتبط با آن در بخش‌های سرپایی و بستری بیمارستان پنج آذر گرگان می‌باشد. بیماران از خدماتی چون پاسخگویی پرسنل، رعایت نوبت در پذیرش، نحوه برخورد پرسنل آزمایشگاه با بیماران، مهارت نمونه گیری در انجام آزمایش و فاکتورهای محیطی چون نظافت سرویس‌های بهداشتی آزمایشگاه، امکانات رفاهی، موقعیت مناسب و قابل دسترس آزمایشگاه رضایتمندی نسبی داشتند.

(Hajifoghaha et al, 2019)، به بررسی نیازهای حرفه‌ای ارائه دهندگان مراقبت دوران بارداری در ایران پرداختند. نتایج نشان داد در مطالعه حاضر ۱۶ مقاله مداخله‌ای و توصیفی مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های این مقالات نشان داد که نیازهای حرفه‌ای ارائه دهندگان مراقبت بارداری در حیطه‌های دانش و عملکرد، مهارت‌های ارتباطی، قوانین و مقررات حرفه‌ای و احکام دینی می‌باشند. لذا پیشنهاد شد ارائه دهندگان مراقبت بارداری، نیازهایی در حیطه‌های دانش و عملکرد،

مهارت‌های ارتباطی، قوانین و مقررات حرفه‌ای و احکام دینی داشتند. به منظور برطرف نمودن نیازها و ارائه مراقبت‌های موثرتر، برنامه ریزی آموزشی مناسب و اجرای صحیح آن پیشنهاد می‌گردد.

(Kumari et al, 2019) به بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به زنان باردار و میزان رضایت آن‌ها از این خدمات پرداخته است. این پژوهش که در نپال انجام شد، با مرور مطالعات مختلف، به شناسایی عوامل مؤثر بر کیفیت مراقبت‌های دوران بارداری پرداخت. نتایج نشان داد که عواملی مانند دسترسی به خدمات، رفتار کارکنان، تجهیزات و امکانات، و مشارکت بیماران در تصمیم‌گیری‌های درمانی نقش مهمی در رضایت بیماران دارند. این مطالعه تأکید می‌کند که بهبود این عوامل می‌تواند به افزایش رضایت بیماران و ارتقاء کیفیت مراقبت‌های دوران بارداری منجر شود.

روش‌شناسی تحقیق

روش پژوهش با توجه به هدف آن، کاربردی می‌باشد و از حیث شیوه اجرا، آمیخته (کیفی-کمی) می‌باشد. در بخش کیفی پژوهش حاضر، جامعه آماری شامل ۲۰ نفر از مادران باردار با تجربه انتخاب پزشک متخصص زنان در دوران بارداری است. برای انتخاب نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری ترکیبی نظری و گلوله‌برفی استفاده شد. در این روش، ابتدا گروهی از مادران باردار که تجربه مرتبط با موضوع تحقیق دارند، شناسایی شده و از طریق آن‌ها، نمونه‌های جدیدی که با ویژگی‌های مشابه در ارتباط با موضوع تحقیق هستند، انتخاب می‌شوند. این فرآیند تا رسیدن به اشباع نظری ادامه می‌یابد، به این معنا که داده‌ها به اندازه‌ای مشابه و تکراری می‌شوند که نیازی به جمع‌آوری داده‌های جدید نیست. به طور کلی، تعداد ۲۰ نفر از مادران باردار به‌عنوان نمونه برای مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته انتخاب خواهند شد. این تعداد به‌عنوان حد تقریبی در نظر گرفته شده است و ممکن است در صورت نیاز تغییر کند تا اشباع نظری حاصل شود. جامعه آماری در بخش کمی، شامل ۳۸۴ نفر از مادران باردار که در طول دوره تحقیق به مراکز بهداشتی و درمانی برای انتخاب پزشک متخصص زنان مراجعه کرده‌اند، می‌باشد. برای انتخاب نمونه در این بخش، از روش نمونه‌گیری هدفمند و قضاوتی استفاده شد. در این روش، مادران باردار با ویژگی‌های خاص (مانند تحصیلات، تجربه قبلی در انتخاب پزشک و وضعیت اجتماعی-اقتصادی) که ممکن است بر رفتار مصرف‌کننده تأثیرگذار باشند، انتخاب می‌شوند. ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و در بخش کمی پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از تحلیل پدیدارشناسی با رویکرد کلایزی برای تحلیل داده‌های متنی و در بخش کمی از نرم افزارهای SPSS و Lisrel استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

پژوهشگر در بخش کیفی پژوهش ابتدا با مصاحبه با خبرگان و اسناد و مقالات موجود عوامل مؤثر در الگوی رفتار مصرف‌کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان را از روش اشتراوس احصا کرد، که خلاصه کدهای باز به شرح زیر است.

جدول ۱. تلفیق نظر خبرگان و مقالات در خصوص عوامل مؤثر بر الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان

مقوله اصلی	مضامین اصلی	مضامین فرعی	کدها	کد خبره		
ویژگیهای پزشک متخصص زنان	توانمندی پزشک	انگیزه‌های کاری	انگیزه کاری پزشک در انجام کار	۱-۶		
			تمایل پزشک به توسعه مهارت‌های دانشی	۱۰		
		ویژگیهای پزشک متخصص زنان	توانمندی پزشک	انطباق پذیری با شرایط مختلف	انطباق پذیری با شرایط مختلف	۱۷-۱۹
					تلاش پزشک برای تقویت ویژگیهای فردی	۲۰
					آگاهی و درک مسائل پیچیده شغل	۲-۷
					توصیه‌های دوستان در خصوص تجربه، انضباط کاری و تخصص پزشک	۱۴
					توانایی ارتباط و انتقال افکار و احساسات به بیمار	۸-۱۲
					میزان سابقه انجام کار	۹-۱۱-۱۵-۱۸
		معرفی دوستان و آشنایان	تجربه کاری پزشک	تجربه کاری پزشک	درصد موفقیت در انجام کار بنا بر توصیه دوستان	۳-۶
					صدافت در کار و قدرت ارتباطی و همدلی با بیمار قبل و بعد از زایمان	صدافت در کار و قدرت ارتباطی و همدلی با بیمار قبل و بعد از زایمان
داشتن خلاقیت در انجام کار و تصمیم‌گیری سریع	۱-۱۹					
هوشمندی و خلاقیت در کار	هوشمندی و خلاقیت در کار				ایجاد فضای شفاف و باز و روحیه انتقادپذیری	ایجاد فضای شفاف و باز و روحیه انتقادپذیری
		ایجاد انگیزه و نیرو بخشیدن به همکاران خود و بیمار	ایجاد انگیزه و نیرو بخشیدن به همکاران خود و بیمار	۶-۸		
			اعتماد به نفس و خودباوری و هوشمندبودن	اعتماد به نفس و خودباوری و هوشمندبودن		۳-۵
پویایی در کار	ارتقای توانمندی	ارتقای توانمندی	ارتقای توانمندی‌های کیفی	۱۹		
			انعطاف پذیری در مواجهه با مسائل	انعطاف پذیری در مواجهه با مسائل	۱۴-۱۶	
				بهبود عملکرد از طریق مشارکت و همکاری	۱۵-۱۷	
			تأمین دانش مناسب در زمان مناسب برای فرد مناسب برای حفظ مزیت	تأمین دانش مناسب در زمان مناسب برای فرد مناسب برای حفظ مزیت	۱۰-۱۴	

ویژگی‌های فردی پزشک مؤثر در ارائه الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان

۷-۸-۹	یکپارچه سازی و هماهنگ نمودن دانش به عنوان یکی از راههای دستیابی و حفظ مزیت های رقابتی			
۱۴-۱۶	دنبال کردن بهترین راهکارها و رویه ها به منظور سازگاری با تغییرات			
۱-۴	دسترسی آسان به اطلاعات بیماران و تحلیل آنها	دسترسی به امکانات	داشتن سخت افزارها و تجهیزات	ویرگی های مرتبط با نحوه ارائه خدمات پزشکی مؤثرتر در ارائه الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان
۱۱-۱۳	دسترسی راحت به مطب پزشک و وجود امکانات رفاهی در سالن انتظار			
۵-۹	وجود تجهیزات تکنولوژیکی و مدرن در بیمارستانهای مورد استفاده	بیمارستان های مورد استفاده		
۹-۱۱-۱۳	وجود زیرساختهای فناورانه در بیمارستانهای مورد استفاده			
۱۱-۹	داشتن قراردادهای بیمه ای متنوع	پوشش بیمه ای پزشک	قوانین بیمه ای و دستمزد	
۹-۵	استفاده از بیمارستانهای مختلف با پوشش بیمه متنوع			
۱۷-۱۱	رقابتی بودن نرخ عمل نسبت به همکاران	هزینه های پزشک	روزآمدی پزشک	
۱۷	رعایت تعرفه های دولتی برای بیماران			
۱۷	استفاده از فناوریهای نو در فعالیتهای روزانه	استفاده از روشهای نوین زایمان		
۱۰-۱۳	امکان جستجوی سریع اطلاعات بیمار			
۱-۶	بسترسازی اطلاعات با استفاده از سامانه های بهداشتی	دسترسی به پایگاههای اطلاعاتی		
۹	استفاده از فناوری اطلاعات جهت افزایش سرعت و صحت			
۱۵	سهولت ارتباط با پزشک از طریق فضای مجازی در ساعات تعطیلی مطب			
۱۰-۱۳	تشکیل گروههای تعاملی استفاده از نظرات سایر پزشکان	توجه به تیم گرایی و استفاده از نظرات سایر پزشکان		ضابطه محوری
۱۷	ترغیب به تیم سازی و مشارکت در کارهای تیمی با سایر پزشکان			
۱۲	وجود ارتباطات پیوسته با بیمار	برقراری ارتباطات قوی		گرفتن ارتباط

۳-۹	دادن اعتماد به نفس به بیمار	با بیمار	مثبت با بیمار
۱۴-۵-۹-۳	توجه خاص به بیمار		
۲-۵-۸	سرعت بخشیدن به حل مشکلات بیمار	سرعت پاسخگویی به بیمار	توسعه محوری
۱۱-۱۷	در دسترس بودن برای بیمار		
۱۷-۲۰	وجود صداقت و درستی در کار	توجه به سرمایه اجتماعی در کار	کیفیت کار
۱۴-۲۰	بهبود ارتباطات شخصی و میان فردی با بیمار		
۹-۱۶	ایجاد محیط کاری توأم با اعتماد و صداقت		
۱-۲-۵	تلاش برای دستیابی به رضایت مشتریان	الگو برداری از پزشکان موفق	
۴-۶			

از نظر خبرگان از بین ۴۵ عامل از قبل مشخص شده، همه ۴۵ شاخص قابل قبول شدند.

جدول ۲. شاخص CVR، عوامل مؤثر در طراحی الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان بر اساس نظر سنجی مجدد از خبرگان

شناسه	عامل	بی اهمیت کد صفر	با اهمیت کد یک	CVR
R1	انگیزه کاری پزشک در انجام کار	۱۷	۳	۰٫۷
R2	تمایل پزشک به توسعه مهارت‌های دانشی	۱۸	۲	۰٫۸
R3	انطباق پذیری با شرایط مختلف	۲۰	۰	۱
R4	تلاش پزشک برای تقویت ویژگی‌های فردی	۲۰	۰	۱
R5	آگاهی و درک مسائل پیچیده شغل	۱۶	۴	۰٫۶
R6	توصیه‌های دوستان در خصوص تجربه، انضباط کاری و تخصص پزشک	۲۰	۰	۱
R7	توانایی ارتباط و انتقال افکار و احساسات به بیمار	۲۰	۰	۱
R8	میزان سابقه انجام کار	۲۰	۰	۱
R9	درصد موفقیت در انجام کار بنا بر توصیه دوستان	۱۸	۲	۰٫۸
R10	صداقت در کار و قدرت ارتباطی و همدلی با بیمار قبل و بعد از زایمان	۱۹	۱	۰٫۹
R11	داشتن خلاقیت در انجام کار و تصمیم‌گیری سریع	۱۹	۱	۰٫۹
R12	ایجاد فضای شفاف و باز و روحیه انتقادپذیری	۱۸	۲	۰٫۸
R13	ایجاد انگیزه و نیرو بخشیدن به همکاران خود و بیمار	۱۸	۲	۰٫۸
R14	اعتماد به نفس و خودباوری و هوشمندبودن	۱۷	۳	۰٫۷
R15	ارتقای توانمندی‌های کیفی	۱۸	۲	۰٫۸
R16	انعطاف پذیری در مواجهه با مسائل	۲۰	۰	۱

۰,۷	۳	۱۷	بهبود عملکرد از طریق مشارکت و همکاری	R17
۱	۰	۲۰	تأمین دانش مناسب در زمان مناسب برای فرد مناسب برای حفظ مزیت	R18
۱	۰	۲۰	یکپارچه سازی و هماهنگ نمودن دانش به عنوان یکی از راههای دستیابی و حفظ مزیت های رقابتی	R19
۰,۶	۴	۱۶	دنبال کردن بهترین راهکارها و رویه ها به منظور سازگاری با تغییرات	R20
۰,۴	۶	۱۴	دسترسی آسان به اطلاعات بیماران و تحلیل آنها	R21
۰,۶	۴	۱۶	دسترسی راحت به مطب پزشک و وجود امکانات رفاهی در سالن انتظار	R22
۰,۷	۳	۱۷	وجود تجهیزات تکنولوژیکی و مدرن در بیمارستانهای مورد استفاده	R23
۰,۷	۳	۱۷	وجود زیرساختهای فناورانه در بیمارستانهای مورد استفاده	R24
۰,۷	۳	۱۷	داشتن قراردادهای بیمه ای متنوع	R25
۰,۹	۱	۱۹	استفاده از بیمارستانهای مختلف با پوشش بیمه متنوع	R26
۰,۹	۱	۱۹	رقابتی بودن نرخ عمل نسبت به همکاران	R27
۱	۰	۲۰	رعایت تعرفه های دولتی برای بیماران	R28
۰,۹	۱	۱۹	استفاده از فناوریهای نو در فعالیت های روزانه	R29
۰,۹	۱	۱۹	امکان جستجوی سریع اطلاعات بیمار	R30
۰,۹	۱	۱۹	بسترسازی اطلاعات با استفاده از سامانه های بهداشتی	R31
۰,۷	۳	۱۷	استفاده از فناوری اطلاعات جهت افزایش سرعت و صحت	R32
۰,۵	۵	۱۵	سهولت ارتباط با پزشک از طریق فضای مجازی در ساعات تعطیلی مطب	R33
۰,۹	۱	۱۹	تشکیل گروه های تعاملی استفاده از نظرات سایر پزشکان	R34
۱	۰	۲۰	ترغیب به تیم سازی و مشارکت در کارهای تیمی با سایر پزشکان	R35
۰,۹	۱	۱۹	وجود ارتباطات پیوسته با بیمار	R36
۰,۸	۲	۱۸	دادن اعتماد به نفس به بیمار	R37
۰,۶	۴	۱۶	توجه خاص به بیمار	R38
۰,۸	۲	۱۸	سرعت بخشیدن به حل مشکلات بیمار	R39
۱	۰	۲۰	در دسترس بودن برای بیمار	R40
۰,۹	۱	۱۹	وجود صداقت و درستی در کار	R41
۱	۰	۲۰	بهبود ارتباطات شخصی و میان فردی با بیمار	R42
۰,۹	۱	۱۹	ایجاد محیط کاری توأم با اعتماد و صداقت	R43
۰,۷	۳	۱۷	تلاش برای دستیابی به رضایت مشتریان	R44
۰,۹	۱	۱۹	الگو برداری از پزشکان موفق	R45

بر اساس جدول حداقل مقدار CVR قابل قبول بر اساس تعداد متخصصین نمره گذار با توجه به اینکه برای ۱۰ نفر ارزیاب، حداقل مقدار شاخص اعتبار محتوی ۰/۶ است. همانطور که در جدول بالا نشان داده شده است، ضریب همه مضامین استخراج شده بالاتر از ۰/۶ است و می توان نتیجه گرفت از نظر همه ارزیابان همه مضامین حائز اهمیت تشخیص داده شده اند. برای ارزیابی توافقی کدگذاران از ضریب هولستی استفاده شد. که فرمول آن عبارت است از:

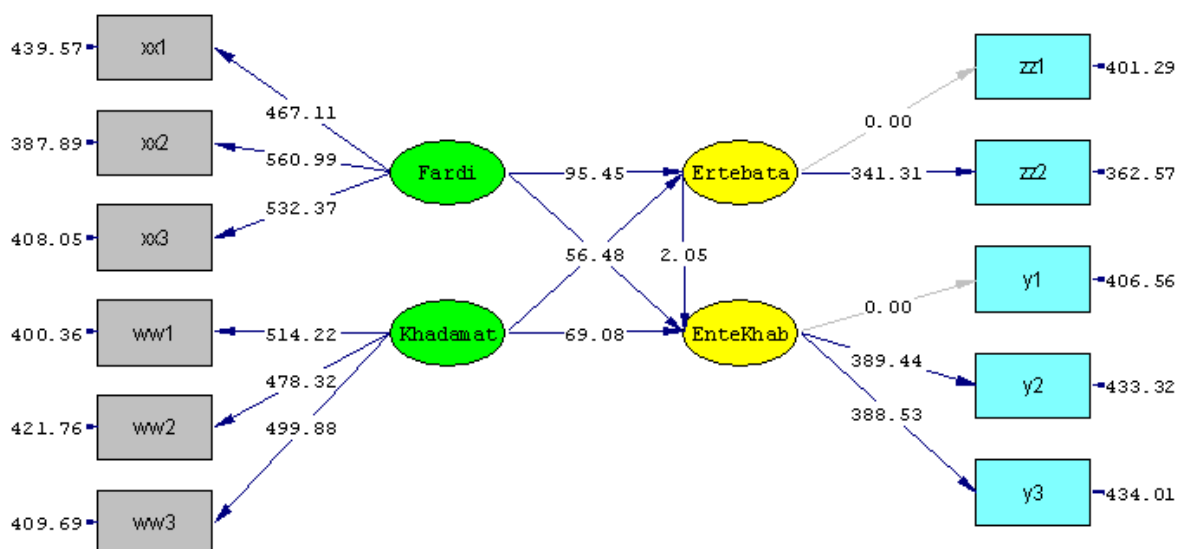
$$PAO=2M/(n1+n2) \quad 2 \times 291 / (306 + 317) = 0.934$$

ضریب توافق درصد توافق مشاهده شده (ضریب پایایی)، M ، تعداد توافق در دو مرحله کدگذاری، $n1$ تعداد واحدهای کد گذاشته در مرحله اول و $n2$ ، تعداد واحدهای کد گذاشته در مرحله دوم است. این رقم، بین صفر (هیچ توافق) تا یک (توافق کامل) متغیر است. (Miles & Homan, 1994) توصیه می کنند که برای پایایی مناسب در مطالعه کیفی، توافق در همسانی رمز گذاری باید حداقل ۸۰ درصد باشد (Cresswell, 2016). ضریب هولستی بدست آمده ۰/۹۳۴ است که نشان دهنده پایایی قابل قبول و توافق در همسانی رمز گذاری است.

پس از تدوین بسته آموزشی جهت اعتباریابی ابتدا فرم اظهار نظر در خصوص اعتبار بسته تدوین سپس جهت اظهار نظر در اختیار ۸ نفر از اساتید و متخصصان قرار گرفت و میزان توافق ارزیابان از طریق محاسبه ضریب آلفای کریپندورف و به وسیله نرم افزار R مورد تحلیل قرار گرفت. برای بررسی میزان توافق در بین ارزیابان مختلف از آماره ضریب کریپندورف استفاده شد. آنالیز مورد نظر در نرم افزار R اجرا شد. میزان ضریب تعریف شده مناسب برای توافق بین ارزیابان حداقل باید بیشتر از ۰/۶۵ باشد (Hayes & Krippendorf, 2007). با توجه به ضریب بدست آمده که برابر با ۰/۷۸ می باشد، نتیجه می شود که میزان توافق بین ارزیابان در مورد پرسشنامه بالا است. و بسته آموزشی از اعتبار کافی برخوردار است.

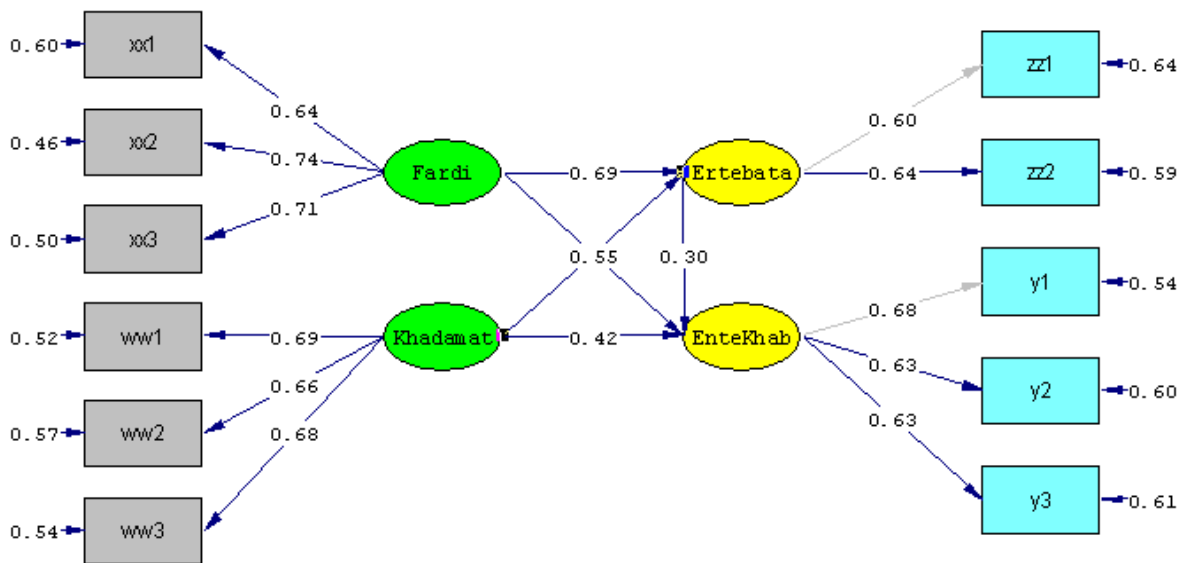
تحلیل فاز آزمون مدل

برای برازش آزمون مدل سازی معادلات ساختاری واریانس محور یا همان روش حداقل مربعات استفاده شد. در این بخش محقق اقدام به توزیع ۳۸۴ لینک پرسشنامه الکترونیکی بین مادران باردار مراجعه کننده به مراکز بهداشت نمود و از آنها درخواست شد به سؤالات پرسشنامه ها پاسخ دهند.



Chi-Square=95.99, df=38, P-value=0.00000, RMSEA=0.044

شکل ۱. خروجی مدل ساختاری به همراه برآورد ضرایب استاندارد با نرم افزار لیزرل



Chi-Square=95.99, df=38, P-value=0.00000, RMSEA=0.044

شکل ۲. خروجی مدل ساختاری به همراه برآورد آماره‌های t با نرم افزار لیزرل

در این قسمت به بررسی نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری اطلاعات جمع آوری شده می‌پردازیم. همانطور که پیشتر بیان شد برای برازش آزمون مدل سازی معادلات ساختاری واریانس محور یا همان روش حداقل مربعات استفاده شد. نمودار ضرایب مدل به صورت استاندارد و مقادیر تی استیودنت در ادامه آمده است. با توجه به شاخص‌های ارائه شده می‌توان گفت که مدل فوق از برازش خوبی برخوردار است که نتایج آن ذکر می‌گردد.

جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان

RMSEA	AGFI	GFI	RMR	P	χ^2/df
۰/۰۴۴	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۰۱۵	۰/۰۰۰۱	۲/۵۲

شاخص برازش χ^2/df هر چه کمتر باشد بهتر است و نباید بیشتر از ۳ باشد. با توجه به شکل (۱) و (۲) و جدول شماره (۳)، این مقدار ۲/۵۲ شده است که از ۳ کمتر است و نشان می‌دهد مدل نظری با داده‌ها برازش دارند و با این داده‌ها تأیید می‌شوند و پایایی لازم را داشته است. همچنین مقدار ضریب مسیر مثبت است AGFI (شاخص نیکویی برازش تعدیل شده) بالاتر از ۰/۹، به عنوان مدل برازش یافته گزارش می‌شوند. NFI (شاخص برازش هنجار شده) بالاتر از ۰/۹ نشانه برازش مناسب مدل است. RMSEA معادل ۰/۰۴۴ (جذر برآورد واریانس خطای تقریب یا همان آزمون انحراف هر درجه آزادی است) که مقدار کمتر از ۰/۰۸ برازندگی خوب مدل را نشان می‌دهد. از طرفی P-value (سطح معنی داری) ۰/۰۰۰۱ می‌باشد که کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد برازندگی الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان پذیرفته می‌شود. نتایج شکل‌های (۱) و (۲) نشان داد که، ویژگی‌های فردی پزشک بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد ($r=0/55$). نحوه ارائه خدمات پزشکی پزشک بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد ($r=0/48$). ویژگی‌های ارتباطی بین پزشک و بیمار بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد ($r=0/30$).

بحث و نتیجه گیری

بارداری حساس‌ترین و مهم‌ترین مراحل زندگی زنان است. گرچه بارداری یک وضعیت طبیعی است، اما یک دوره آسیب‌پذیر و استرس‌زا در زندگی زن محسوب می‌شود. زنان به‌عنوان مادران جامعه و پرورش‌دهنده نسل آینده باید از مجموعه‌ای از اطلاعات حوزه سلامت آگاهی داشته باشند. کسب اطلاعات سلامت در دوران بارداری موجب افزایش دانش مادر باردار و کاهش استرس او می‌شود. مراقبت‌های درست بارداری که در نتیجه رفتار اطلاع‌یابی صحیح مادران باردار انجام می‌شود، می‌تواند احتمال بروز مرگ‌ومیر ناشی از بارداری و زایمان را کاهش دهد. مراقبت‌های دوران بارداری می‌تواند احتمال بروز مرگ‌ومیر و مشکلات ناشی از بارداری و زایمان را از طریق شناسایی و کاهش خطرات بالقوه دوران بارداری و کمک به زنان برای اصلاح عوامل رفتاری که به پیامدهای نامطلوب بارداری منجر می‌شود، کاهش دهد. عدم مراقبت کافی از زن باردار در دوران بارداری، علاوه بر ایجاد مشکلات برای سلامت زن باردار، می‌تواند به ایجاد پیامدهای نامطلوبی در نوزاد از قبیل سقط جنین، مرده‌زایی، تولد زودرس، تولد نوزاد کم وزن، و بسیاری از مشکلات دیگر منجر شود که سبب صرف هزینه‌های درمانی زیادی توسط خانواده شود. تحقیق حاضر با هدف ارائه الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان انجام شد.

مقوله محوری این مطالعه، رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان است که یک مفهوم روان‌شناختی-اجتماعی است. رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان در پاسخ به تغییرات، افزایش رقابت و نگرش و رفتار شکل می‌گیرد، برای موفقیت در تمامی مراحل اجرایی در انتخاب پزشک متخصص

زنان، مهم است. راهبرد باید تمامی فعالیت‌های کسب و کار را پوشش دهد. در دهه اخیر، انتخاب پزشک متخصص زنان بر گستره متنوعی از سیستم‌ها را با قابلیت‌های گسترده در اختیار گذاشته است؛ در اقدامات و فعالیت‌های الگوی رفتار مصرف کننده به واسطه ظهور کلان داده و توسعه قدرت پردازش داده‌ها الزامی شده است. علی‌رغم گستردگی الگوی رفتار مصرف کننده هنوز گسترش پیدا نکرده است. متأسفانه در بین مادران باردار با وجود اهمیت انتخاب پزشک متخصص هنوز از الگوی مشخصی استفاده نمی‌شود. برخی عدم توجه به عوامل مؤثر بر الگوی رفتار مصرف کننده را عامل عدم توفیق می‌دانند. بنابراین مادران باردار هم ناگزیرند جهت رهایی از برخی چالش‌های موجود از ارزیابی‌های غیرواقعی و بعضاً با نارضایتی توجه ویژه داشته باشند.

نتایج در بخش کیفی نشان داد که ۴۵ کد در قالب ۱۸ مضمون فرعی و ۹ مضمون اصلی شناسایی شد که شامل ویژگیهای پزشک متخصص زنان، معرفی دوستان و آشنایان، پویایی در کار، داشتن سخت افزارها و تجهیزات، قوانین بیمه‌ای و دستمزد، روزآمدی پزشک، ضابطه محوری، گرفتن ارتباط مثبت با بیمارها و توسعه محوری استخراج شد. همچنین در این تحقیق در بخش کمی ویژگیهای فردی پزشک بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد ($p = 0/0001$). رفتار اطلاعاتی مجموعه فعالیت‌هایی است که یک فرد برای رفع نیاز اطلاعاتی خود انجام می‌دهد. نوع نیاز اطلاعاتی و شناختی که فرد از نیاز اطلاعاتی خود به دست می‌آورد بر شیوه‌های جست‌وجو یا به تعبیری رفتار اطلاعاتی وی تأثیر می‌گذارد. یکی از مهم‌ترین نیازهای اطلاعاتی افراد در زندگی روزمره، نیازهای اطلاعاتی مربوط به حوزه بهداشت و سلامت است. توجه به تیم‌گرایی و استفاده از نظرات سایر پزشکان و توجه به سرمایه اجتماعی در کار و بخصوص گرفتن آموزشهای نوین در کار است.

نحوه ارائه خدمات پزشکی پزشک بر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد ($p = 0/0001$). ایجاد شرایط بهداشتی در طول حاملگی با حداقل ناراحتی جسمی و روانی و حداکثر رضایت و خشنودی انجام زایمان در بهترین موقعیت ممکن، تولد نوزاد سالم و تأمین سلامتی زنان باردار و راهنمایی جهت ایجاد تعادل پس از زایمان است. در دنیای امروز یکی از مهمترین شاخص‌های تأثیر گذار بر جوامع، وجود تجهیزات تکنولوژیکی و مدرن در بیمارستانهای مورد استفاده و رعایت تعرفه‌ها برای بیماران است. اگرچه بارداری و زایمان بسیار خوشایند است، اما هزینه‌هایی نیز به دنبال دارد. اگر تمایل به زایمان در بیمارستان خصوصی دارید، هزینه‌ها و پوشش بیمه، گاهی حتی انتخاب پزشک و بیمارستان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر بارداری برنامه‌ریزی شده باشد، خانواده‌ها معمولاً هزینه‌ها را از قبل تأمین می‌کنند یا تحت پوشش بیمه درمانی یا بیمه مکمل قرار می‌گیرند. به این ترتیب، انتخاب یک پزشک طرف قرارداد بیمه به کم شدن هزینه‌های تولد یک نوزاد کمک خواهد کرد. سیستم‌های مراقبتی بهداشتی با دو چالش عمده کنترل هزینه و بهبود کیفیت مواجهه هستند. انطباق مهارت‌های متناسب با نیاز مراجعین جهت دریافت مراقبت‌های بهداشتی درمانی از نظر اقتصادی به عنوان یک ابزار مهم برای تحقق این اهداف مهم است در زمینه مراقبت‌های باروری سالم تأمین، نگهداری و ارتقای سلامت مادران در دوران پیش از بارداری، بارداری، کاهش میزان مرگ و میر نوزاد و مادر، تشخیص موارد پرخطر و توجه مخصوص به آنها، پیش‌بینی عوارض بارداری و پیشگیری از آنها و آماده کردن والدین برای تولد نوزاد از اهداف مهم مراقبت‌های ارائه شده به مادران است. ارائه مراقبت‌های با کیفیت بالا به مادران از مهم‌ترین عواملی است که به دستیابی مطلوب به اهداف مذکور کمک می‌کند. طی چند سال گذشته بحث‌های

گسترده‌ای درباره اهمیت دانش پزشکی در جهان بوجود آورده و توجه به روزآمدی پزشک، دانش مناسب و گرفتن ارتباط مثبت با بیمار را ضروری ساخته است. کسب مهارت‌های مرتبط با اطلاع‌یابی سلامت برای زنان باردار با توجه به نقشی که در افزایش سطح سلامت جامعه ایفا می‌کنند، دارای اهمیت بالایی است. براین اساس به‌منظور افزایش سطح سلامت جامعه، باید بستری مهیا شود تا اطلاعات مربوط به حوزه سلامت در مسیری مشخص قرار گیرد و راهبردهای لازم جهت ردیابی این مسیرها به افراد جامعه آموزش داده شود. پیامد چنین کاری تسهیل فرایند دریافت و استفاده مؤثر از اطلاعات سلامت توسط افراد جامعه است. فقدان مهارت‌های اطلاع‌یابی در افراد جامعه به عدم دسترسی کامل و مطلوب به اطلاعات سلامت و به تبع آن کاهش سطح سلامت جامعه منجر می‌شود. بررسی رفتار اطلاع‌یابی سلامت در گروه‌های حساس جامعه مانند زنان باردار از اهمیت خاصی برخوردار است.

ویژگی‌های ارتباطی بین پزشک و بیمار بر رفتار مصرف‌کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان تأثیر دارد ($p = 0/0001$). رفتار اطلاع‌یابی سلامت، رفتار هدفمند افراد برای ارضای نیاز اطلاعاتی سلامت و بیانگر چگونگی جست‌وجو، یافتن و کاربرد اطلاعات مرتبط با بیماری‌ها توسط آنان است. در راستای شناخت نیازهای اطلاعاتی حوزه سلامت و رفتارهای اطلاع‌یابی سلامت افراد، پژوهش‌های زیادی انجام شده است. طی ۲ دهه اخیر، پژوهش‌های مربوط به رفتار اطلاع‌یابی سلامت در چندین حوزه مرتبط با سلامت دنبال شده است. از جمله حوزه‌های پژوهشی مهم در عرصه سلامت، موضوعات مربوط به زنان، بارداری و زمینه‌های مرتبط با آن است. تأمین دانش مناسب در زمان مناسب برای فرد مناسب برای حفظ مزیت و دنبال کردن بهترین راهکارها و رویه‌ها به منظور سازگاری با تغییرات از بهترین راهکارهای پزشک جهت بهترین بودن است.

نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش (Hosseini et al, 2022) و (Siavoshi et al, 2022) (Mohammadi & Didekhani, 2023) (Akbarilakeh & Shouaybi, 2021) (Kohbor et al, 2021) (Foraty et al, 2020) و (Hajifoghaha et al, 2019) (Anjarani et al, 2023) (Shen et al, 2022) همسو می‌باشد. (Hosseini et al, 2022) و (Siavoshi et al, 2022) نتیجه گرفتند که شاخص‌هایی که بیشترین تأثیر را در ایجاد برندسازی شخصی پزشکان متخصص دارند، مربوط به شاخص‌های مرتبط با مسائل حرفه‌ای، اجتماعی یا فرهنگی مانند تخصص، رعایت اخلاق حرفه‌ای، اعتماد و اعتبار، مسئولیت‌های اجتماعی، ارتباطات و ... است و شاخص‌های که مربوط به مسائل شخصی و فردی مانند عملکرد فردی، داشتن چشم‌انداز و اهداف شخصی تأثیرگذار هستند. (Mohammadi & Didekhani, 2023) نتیجه گرفتند که جهت بهبود رضایتمندی بخش پذیرش تمهیدات لازم در نظر گرفته شود. همچنین وجود نارضایتی اندک علی‌رغم میزان رضایت خوب بیماران از خدمات بهداشتی-درمانی بیمارستان، توجه و بازنگری مدیران برای رفع ضعف‌ها و جذب اعتماد و وفاداری بیشتر بیماران را می‌طلبد. (Akbarilakeh & Shouaybi, 2021) (Kohbor et al, 2021) نتایج نشان داد که خودکارآمدی درک شده، برداشت نادرست و اغراق در خطرات زایمان و ژینال پیش‌بینی‌کننده نوع زایمان انتخابی است. آموزش مبتنی بر این عوامل می‌تواند در انتخاب روش زایمان مفید باشد. (Foraty et al, 2020) و (Hajifoghaha et al, 2019) نتیجه گرفتند که، معیارهای ایمان، وظیفه‌شناسی، شایستگی و تبحر پزشک، مسئولیت‌پذیری و پیش‌بینی‌پذیری پزشک و همچنین رعایت اصول اخلاقی از سوی پزشک از عواملی هستند که بیشترین تأثیر را بر اعتماد بیمار به پزشک دارند و توجه به این عوامل می‌تواند نقش مهمی در ارتقای اعتماد بیمار به پزشک داشته

باشد. (Anjarani et al, 2023) نتیجه گرفتند که، بهبود رابطه مبتنی بر اعتماد میان بیمار و پزشک مستلزم فراهم نمودن شرایط و زمینه‌های اجتماعی و حرفه‌ای متنوعی است که در این میان مدیریت درمان (افزایش برابری در فرصت‌های دسترسی و با کیفیت برای همه و ساخت و تجهیز فضای درمانی بیمار محور)، یادگیری درمان (آموزش آگاهی‌بخش و تقویت مهارت‌های ادراکی و انسانی پزشکان و کادر درمان) و مدیریت محیط درمان (آموزش مهارت ارتباطی، هم‌زمانی با بیماران و فاصله گرفتن از جایگاه اقتدار گرایانه برای کلیه کادر پزشکی و درمان بر اساس نوع ارتباط)، از ضروریات زیرساختی مهم هستند. (Shen et al, 2022)، در پژوهشی به تأثیر تبلیغات داخلی و خارجی بر انتخاب پزشکان مهم دانستند. واقعیت‌های جهانی مبین آن است که اغلب مادران باردار درصددند که، در انتخاب پزشک یک معیار علمی شناخته شده را پیگیری کنند. نتایج نشان داد که در راستای پیاده سازی و دستیابی به الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان، ماهیت پزشک معتمد، به گونه‌ای است که با مسائل مبهم و پیچیده بسیاری در سطح جامعه روبه‌رو خواهد شد؛ چرا که مادران باردار دارای نوع فرهنگ و بسیاری دیگر از متغیرهای محیطی، پتانسیل بروز رفتارهای متفاوت مثبت یا منفی را خواهد داشت. در حال حاضر رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان در دستیابی به اهداف، تابعی از سازگاری میان اجزاء مختلف محیطی است. در صورتی که این اجزاء به خوبی با یکدیگر متناسب باشند، مادران باردار به طور مؤثرتری به انتخاب پزشک متخصص زنان می‌پردازند و اگر این تناسب ضعیف باشد، ادامه اثربخش فعالیت با اشکال روبرو خواهد شد.

باتوجه به نتایج پژوهش پیشنهاد زیر ارائه شد:

- پیشنهاد می‌شود که، به جنبه‌ها و ابعاد و نوع مشارکت پزشک متخصص زنان در ایجاد رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک توجه شود.
- پیشنهاد می‌شود که، توسعه دانش و گسترش سطح علمی پزشکان متخصص زنان مد نظر قرار گیرد. این مهم از طریق برگزاری دوره ضمن خدمت، بسترسازی برای ادامه تحصیل در مراکز آموزش عالی، شرکت در همایش‌های داخلی و خارجی و... فراهم شود.
- پیشنهاد می‌شود که، مشارکت پزشکان متخصص زنان از طریق شبکه‌ها و مجاری ارتباطی برای تسهیم دانش در تمام سطوح فراهم شود تا کار پزشکان متخصص زنان بتوانند از دانش و تجربه‌های یکدیگر استفاده کنند.
- پیشنهاد می‌شود که، در سازمان‌های نظام پزشکی راهبردهای حمایتی برای پذیرش ایده‌ها و افکار خلاق پزشکان، به کارگیری و جذب نیروهای خلاق و نوآوری، طراحی و تدوین شود.
- تهیه نقشه راه برای مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص توسط مراکز بهداشت تهیه شود، تغییر نگرش، فرهنگ سازی تاثیرگذار می‌باشند و بیشترین تأثیر مربوط به متغیر فرهنگ سازی دارد.
- ابتکارات و اقدامات مربوط به الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان نیز باید همانند طرح تحولات سازگار باشند. در تحولات موفق الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان، شیوه‌های چابک بیشتری به کار گرفته می‌شوند. به‌عنوان نمونه می‌توان به تشویق به ریسک پذیری، نوآوری و مشارکت پزشکان در طول دوران اشاره کرد.

- از آنجا که فعالیت‌های پزشکان بر اولویت بندی انتخاب شدن برای مادران باردار تأثیر می‌گذارد و حتی می‌تواند مسیر کلی کاری را تغییر دهد، الگوی رفتار مصرف کننده مادران باردار در انتخاب پزشک متخصص زنان یکی از مسائل بحث برانگیز است. نگاهی بر پاسخ‌هایی که نقش‌های سازمان نظام پزشکی را شرح می‌دهد.

Reference

- Akbarilakeh, M., & Shouaybi, S. (2021). Psychometric properties of Persian version of Doctor-Patient Communication (DPC) Scale for skill assessment in acute and critical conditions in Iran. *Payesh* 2021; 20 (5):619-628
URL: <http://payeshjournal.ir/article-1-1583-fa.html>. (In Persian).
- Anjarani, S., & Dahim, P., & Safadel, N., & Mahdavi S. (2022). The process of compiling a charter of patients' rights to medical diagnostic laboratories. *Ethics and history of medicine*. 2022;6(6): 1-9.
- Ahmadi, A. (2018). Thai Airways: key influencing factors on customers' word of mouth, *International Journal of Quality & Reliability Management*. DOI: [10.1108/IJQRM-02-2018-0024](https://doi.org/10.1108/IJQRM-02-2018-0024)
- Amanda, J., & Jessica M., & Schwartz, R. Ch., & Shirin S., & Eugene, L., & Kenrick, D.C., & Rossetti, C.S. (2021). Measurement of clinical documentation burden among physicians and nurses using electronic health records: a scoping review, *Journal of the American Medical Informatics Association*, Volume 28, Issue 5, May 2021, Pages 998–1008, <https://doi.org/10.1093/jamia/ocaa325>.
- Attanasio, L.B., & Alarid-Escudero, F., & Kozhimannil, KB. (2020). Midwife-led care and obstetrician-led care for low-risk pregnancies: A cost comparison. *Birth*. 2020; 47(1):57-66. DOI: [10.1111/birt.12464](https://doi.org/10.1111/birt.12464)
- Ayele, Y., & Hawulte, B., & Feto, T., & Basker, G.V., & Bacha, Y.D. (2020). Assessment of patient satisfaction with pharmacy service and associated factors in public hospitals, Eastern Ethiopia. *SAGE Open Med*. 2020. DOI: [10.1177/2050312120922659](https://doi.org/10.1177/2050312120922659)
- Barnes, L., & Barclay, L., & McCaffery, K., & Aslani, P. (2019). Factors influencing women's decision-making regarding complementary medicine product use in pregnancy and lactation. *BMC Pregnancy Childbirth*. 2019; 19(1):280. DOI: [10.1186/s12884-019-2396-2](https://doi.org/10.1186/s12884-019-2396-2)
- Bidmon, S. (2016). attachment style influence the brand attachment, brand trust and brand loyalty chain in adolescents, *International Journal of Advertising*, 36(1):164-189. <https://doi.org/10.1080/02650487.2016.1172404>
- Brakus, J. J., & Schmitt, B.H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty?. *Journal of Marketing*, 73(3), pp: 52-68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.052>
- Dehghan, H., & Fattahi, S.B. (2017). "Customer Experience Management", first edition, Tehran, Marketing Publications.. (In Persian).
- Dieumegard, G., & Nogry, S., & Ollagnier-Beldame, M., & Perrin, N. (2022). Lived experience as a unit of analysis for the study of learning. *Learning, Culture and Social Interaction*, 31, 100345. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2019.100345>
- Durmaz, Y., & Gezici, G. (2022). Covid-19 and Consumer Behavior. *Noble International Journal of Business and Management Research*, 6(1), 1-16.
- Fischer, S., & Pelka, S., & Riedl, R. (2015). Understanding patients' decision-making strategies in hospital choice: Literature review and a call for experimental research. *Cogent Psychology*, 2(1), 1116758. <https://doi.org/10.1080/23311908.2015.1116758>
- Foraty, H., & Esparham, R., & Dargahi, M. (2020). Assessing and Prioritizing the Factors Affecting the Patient's Trust in the Physician from the Point of View of Experts in Ilam University of Medical Sciences in 2018 with the Combined Approach of DEMATEL and ANP. *aumj* 2020; 9 (1):9-20
URL: <http://aums.abzums.ac.ir/article-1-1054-fa.html>. (In Persian).
- Gebele, C., & Tschulin, D. K., & Lindenmeier, J., & Drevs, F., & Seemann, A. K. (2014). Applying the concept of consumer confusion to healthcare: Development and validation of a patient confusion model. *Health Services Management Research*, 27(1-2), 10–21. <https://doi.org/10.1177/0951484814546959>

- Hajifoghaha, M., & Nahidi, F., & Alizadeh, S., & Golezar, S., & Dabiri, F., & Mokhlesi, S.S. (2019). Professional Needs of Prenatal Care Providers: A Narrative Review. 3 JNE 2019; 8 (2):28-36. URL: <http://jne.ir/article-1-933-fa.html>. (In Persian).
- Hosseini, S.S., & Mirshekar, Z., & Mehrbakhsh, Z., & Ayatollahi, A.A., & Hosseini, S. P. (1401). Patient satisfaction with clinical laboratory services and its related factors in outpatient and inpatient departments of Panj Azar Hospital, Gorgan. Navid No, 25(81), 37-45. doi: 10.22038/nmj.2022.60443.1311. (In Persian).
- Homer, C., & Brodie, P., & Sandall, J., & Leap, N. (2019). Midwifery continuity of care: A practical guide. 2th ed. Amsterdam: Elsevier Health Sciences; 2019.
- Jung, M. (2014). Determinants of health information-seeking behavior: implications for post-treatment cancer patients. Asian Pac J Cancer Prev. 2014; 15(16):6499-504. DOI: [10.7314/apjcp.2014.15.16.6499](https://doi.org/10.7314/apjcp.2014.15.16.6499)
- Kohbor, M.A., & Davati, A., & Gershasbi, A., & Turkestani, F. (2021). Study of factors affecting the choice of delivery method by primiparous pregnant women referring to Shahid Mostafa Khomeini Hospital. Daneshvar Pezzeghi, 29(6), 14-23. doi: 10.22070/daneshmed.2021.15211.1128
- LaSalle, D., & Britton, T. A. (2003). Priceless: Turning Ordinary Products into Extraordinary Experiences. Brighton, MA: Harvard Business School Press.
- Luniya, P., & Verghese, M. (2015). A Study on Impulse Buying and its Determinants: A Literature Review. Pacific Business Review International, 8(1)
- Mohammadi, F., & Reisi, M., & Mohebbi Dehnavi, Z., & Asadi, L. (2022). A Review the Role of Midwife-led Care Model in Managing the Costs of Healthy Reproductive Services. JMIS 2022; 8 (1):86-99. URL: <http://jmis.hums.ac.ir/article-1-361-fa.html>. (In Persian).
- Mohammadi, Z., & Didekhani, H. (2023). Evaluation of Patients' Satisfaction with Healthcare Services in Privet Hospital. RJMS 2023; 29 (12):365-374 URL: <http://rjms.iums.ac.ir/article-1-7883-fa.html>. (In Persian).
- Safaei M., & Farastkhah M., & Shamsi Ghoshki A. (2022). Social Contextual Analysis of Patients' Trust in Physicians and Ways to Improve and Promote It: A Meta-Synthesis Study. Journal of Medical Ethics - Scientific Research, 15(46), 1-19. <https://doi.org/10.22037/mej.v15i46.36791>. (In Persian).
- Shahrokhi Kahnouj, M., & Hosseinipour, S.M.R. (2017). The role of experience management in customer loyalty and expression of its practical models, Third International Conference on Industrial Management and Engineering, Tehran, <https://civilica.com/doc/756082>. (In Persian).
- Siavoshi, M., & Zarghamirfard, M., & Sharifi, M. (2022). Identifying and prioritizing personal branding indicators of specialist physicians using the Savarah multi-criteria decision-making method. Health and Treatment Management, 13(1), 85-97. doi: 10.30495/jhm.2022.67086.11036. (In Persian).
- Seyyed Hossini, S., & Ebrahimi Davvasi, S., & Najafi Sharjiabad, F., & Khosravi, Z., & Khosravi, A. (2022). Health Information Seeking Behaviors of Pregnant Women Referred to the Health Centers in Bushehr, Iran. JMIS 2022; 8 (2):114-125 URL: <http://jmis.hums.ac.ir/article-1-367-fa.html>. (In Persian).
- Shen, J., & An, B., & Xu, M., & Gan, D., & Pan, T. (2022). Internal or External Word-of-Mouth (WOM), Why Do Patients Choose Doctors on Online Medical Services (OMSs) Single Platform in China? Int. J. Environ. Res. Public Health 2022, 19, 13293. <https://doi.org/10.3390/ijerph192013293>
- Tabrizchi, N. (2022). Family Physician as an Essential Part of the Healthcare System The Eastern Mediterranean Region: An Emphasis on The Islamic Republic of Iran. Iran J Cult Health Promot 2022; 6 (2):281-291 URL: <http://ijhp.ir/article-1-618-fa.html>. (In Persian)
- Vazgazi Doost, H., & Memarian, Sh. (2014), The relationship between salesperson ethical behavior and policyholders' satisfaction, trust, and loyalty in life insurance, Journal of the Insurance Research Institute, 29(1)(113), 127-158.. (In Persian).