

الگوی استفاده اعضا از خدمات رفاهی ارائه شده توسط سازمان نظام پزشکی مشهد

Pattern of Use of Mashhad Medical Council Welfare Services by the Members

نویسنده مسئول:
دکتر محمد رضا افخمی
معاون پشتیبانی سازمان نظام پزشکی مشهد، مشهد، ایران

Mohammad Reza Afkhami, PharmD.
E-mail: afkhami_42@yahoo.com

حمید جانبی عنایت^۱، حسین ظهور^۱، سید احمد حیدری یزدی^۲، محمد رضا افخمی^۳

Hamid Janabi Enayat,
Hossein Zohour,
Seyed Ahmad Heydari-Yazdi,
Mohammad Reza Afkhami

^۱ امور پشتیبانی و رفاهی سازمان نظام پزشکی مشهد، مشهد، ایران
^۲ مرکز تحقیقات اعتیاد دانشگاه علوم پزشکی مشهد، مشهد، ایران
^۳ معاونت پشتیبانی سازمان نظام پزشکی مشهد، مشهد، ایران



ABSTRACT

Background: Medical Council as well as other organizations provides welfare services to its members. The aim of this study was to investigate the pattern of members interest and their use of services and amenities offered by the Mashhad Medical Council (MMC).

Methods: In this descriptive cross sectional study, data from the MMC Welfare Club in 2012 were collected and assessed. Data collected included the gender of members and type of services offered. Data were analyzed using Excel software.

Results: Overall, 38,194 person-services were used from the MMC welfare club in 2012. Among the services offered, fast food and coffee shop (28%), catering and restaurants (20%), hypermarket (14%), clothing store (13%), swimming pool and sports club (3%) were the most common amenities used by the medical community. Moreover, members had less interest in the use of Internet services (0.3%), computer and audiovisual equipment stores (0.3%), Interior Decoration (0.3%), sports car accessories (0.04%), musical instrument store (0.02%). Pattern of use of services was different among male and females. In this regard, male members used sports car accessories (male to female ratio: 446%), Hypermarket (251%) and Internet services (207%) in higher ratios while females used wedding supplies store (0%), Interior Decoration (21%) and cosmetics shop (21%) in higher ratios.

Conclusion: In this study, it was found that among welfare services offered by the MMC, members were mostly interested in coffee shops, restaurants, catering and hypermarkets. Medical Council, in addition to making deal with high quality amenities and welfare centers, should widely inform the members and identify their interests.

Keywords: Welfare; Service; Medical council

جهت جذب ارائه دهندگان خدمات با شاخصه های کمی و کیفی مناسب، ضمن ارتباط نزدیک با صنوف مختلف بوده است.^۱ به همین منظور، از بهمن ماه سال ۱۳۸۹ تفکر ایجاد باشگاه رفاهی - فرهنگی در سازمان نظام پزشکی مشهد شکل اجرایی به خود گرفت. بدین ترتیب شرکت طرف قرارداد با باشگاه رفاهی پس از شناسایی فروشگاهها، و مراکز خدماتی - رفاهی مناسب و با انعقاد

چکیده

پیش زمینه: سازمان نظام پزشکی همانند سایر سازمان های صنفی به ارائه خدمات رفاهی برای اعضای خود می پردازد. هدف از مطالعه حاضر بررسی الگوی علاقه و استفاده اعضای سازمان نظام پزشکی مشهد از خدمات رفاهی ارائه شده می باشد. **روش ها:** این مطالعه توصیفی مقطعی با جمع آوری و بررسی داده های موجود در باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی مشهد در سال ۱۳۹۱ انجام شد. داده های جمع آوری شده شامل جنس استفاده کنندگان و نوع خدمات ارائه شده بود. داده ها در نرم افزار Excel مورد آنالیز قرار گرفتند.

یافته ها: در مجموع، در سال ۱۳۹۱، ۳۸۱۹۴ نفر - خدمات از باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی مشهد استفاده شد. در میان خدمات ارائه شده، فست فود و کافی شاپ (۲۸٪)، آشپزخانه و رستوران (۲۰٪)، هایپرمارکت (۱۴٪)، پوشاک (۱۳٪)، استخر و باشگاه ورزشی (۳٪) بیشترین خدمات استفاده شده توسط اعضای جامعه پزشکی بود. همچنین علاقه کمتری به استفاده از خدمات اینترنت (۰/۳٪)، وسایل رایانه ای، صوتی و تصویری (۰/۳٪)، دکوراسیون داخلی (۰/۳٪)، لوازم اسپرت خودرو (۰/۰۴٪)، لوازم و آلات موسیقی (۰/۰۲٪) در میان جامعه پزشکی وجود داشت. نسبت استفاده اعضای آقا از خدمات رفاهی با بانوان متفاوت بود به طوری که آقایان به نسبت بیشتری از لوازم اسپرت خودرو (نسبت مرد به زن: ۴۴۶٪)، هایپرمارکت (۲۵۱٪) و خدمات اینترنت (۲۰۷٪) و بانوان از مزون عروس (۰٪)، دکوراسیون داخلی (۲۱٪) و لوازم آرایشی - بهداشتی (۲۱٪) استفاده نمودند.

نتیجه گیری: در این مطالعه مشخص شد، در میان خدمات رفاهی ارائه شده توسط باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی مشهد علاقه اعضا بیشتر به استفاده از مراکز خدمات پذیرایی - غذایی و خرید ارازم عمومی بوده است. جهت گیری باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی می بایست علاوه بر شناسایی فروشگاهها، مراکز خدماتی و رفاهی مناسب و با کیفیت، به سمت اطلاع رسانی گسترده تر، نظرسنجی و شناسایی علائق اعضا باشد.

کلیدواژه ها: خدمات؛ رفاهی؛ سازمان نظام پزشکی

مقدمه

سازمان نظام پزشکی همانند سایر سازمان های صنفی به ارائه خدمات رفاهی برای اعضای خود می پردازد. با توجه به اشتغال جامعه پزشکی به امور حساس درمانی و کمبود زمان در شناسایی مکان های خرید مناسب، تلاش سازمان نظام پزشکی مشهد در

جدول ۱. خدمات رفاهی استفاده شده توسط اعضای سازمان نظام پزشکی مشهد در سال ۱۳۹۱

نسبت مرد به زن (%)	زن	مرد	کل	نام واحد صنفی
۱۳۲	۴۶۵۷	۶۱۵۷	۱۰۸۱۴	فست فود و کافی شاپ
۱۰۳	۳۸۶۳	۳۹۸۶	۷۸۴۹	آشپزخانه و رستوران
۲۵۱	۱۵۷۲	۳۹۶۰	۵۵۳۲	هایپرمارکت
۴۸	۳۳۵۰	۱۶۰۶	۴۹۵۶	پوشاک
۶۰	۷۶۲	۴۶۳	۱۲۲۵	استخر و باشگاه ورزشی
۱۳۵	۴۲۳	۵۷۴	۹۹۷	مجموعه تفریحی
۸۶	۵۲۱	۴۵۲	۹۷۳	عینک فروشی
۱۷۱	۳۵۰	۶۰۰	۹۵۰	خشکشویی
۴۲	۶۵۷	۲۷۷	۹۳۴	لوازم منزل (برقی، چوبی، فرش پرده، تهویه،...)
۲۱	۵۴۸	۱۱۸	۶۶۶	آرایشی - بهداشتی
۴۵	۴۵۰	۲۰۱	۶۵۱	شیرینی فروشی
۶۷	۳۲۸	۲۲۰	۵۴۸	اسباب بازی فروشی
۰	۵۰۰	۰	۵۰۰	سالن زیبایی و مزون عروس
۱۳۷	۱۷۴	۲۳۹	۴۱۳	آژانس هواپیمایی
۹۸	۱۴۵	۱۴۲	۲۸۷	آتلیه
۶۵	۱۶۵	۱۰۸	۲۷۳	گل فروشی
۹۲	۶۶	۶۱	۱۲۷	ساعت
				مراکز اقامتی (ویلاهای شمال)
۱۲۱	۵۷	۶۹	۱۲۶	
۸۹	۶۶	۵۹	۱۲۵	آموزشگاه های هنری
۲۰۷	۳۹	۸۱	۱۲۰	اینترنت
۱۲۱	۵۲	۶۳	۱۱۵	وسایل رایانه ای و صوتی
۲۱	۹۵	۲۰	۱۱۵	دکوراسیون داخلی
۴۶۶	۳	۱۴	۱۷	لوازم اسپرت خودرو
۱۳۳	۳	۴	۷	لوازم و آلات موسیقی

ارازق عمومی بوده است. این مسئله می تواند مربوط به تنوع و تعدد ارائه این خدمات باشد. همچنین تمایل به استفاده از تخفیف لوازم اسپرت خودرو و لوازم و آلات موسیقی در حد بسیار کم و ناچیز بوده است. علت این مسئله بجز تمایل کمتر اعضا به استفاده از این خدمات، ممکن است کمبود اطلاع رسانی مناسب باشد.

خدمات رفاهی ارائه شده در سازمان نظام پزشکی ایران طیف وسیعی از صنوف و فروشگاهها را در برمی گیرد. در سایر کشورها خدمات رفاهی متفاوتی برای جامعه پزشکی ارائه می شود. به عنوان

قرارداد تخفیف با آنها، این مراکز را به جامعه پزشکی معرفی کرده است.^۲

هدف از مطالعه حاضر بررسی الگوی علاقه و استفاده اعضای سازمان نظام پزشکی مشهد از خدمات رفاهی ارائه شده می باشد.

روش ها

این مطالعه توصیفی مقطعی با جمع آوری و بررسی داده های موجود در باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی مشهد در سال ۱۳۹۱ انجام شد. داده های جمع آوری شده شامل جنس استفاده کنندگان و نوع خدمات ارائه شده بود. پس از گروه بندی، نوع خدمات ارائه شده به فست فود و کافی شاپ، آشپزخانه و رستوران، هایپرمارکت، مراکز اقامتی، پوشاک، استخر و باشگاه ورزشی، مجموعه تفریحی، عینک فروشی، خشکشویی، لوازم منزل (برقی، چوبی، فرش و...)، لوازم آرایشی بهداشتی، شیرینی فروشی، اسباب بازی فروشی، سالن زیبایی و مزون عروس، آژانس مسافرتی، لوازم اسپرت خودرو و لوازم و آلات موسیقی تقسیم بندی شد. داده ها در نرم افزار Excel مورد آنالیز قرار گرفتند.

یافته ها

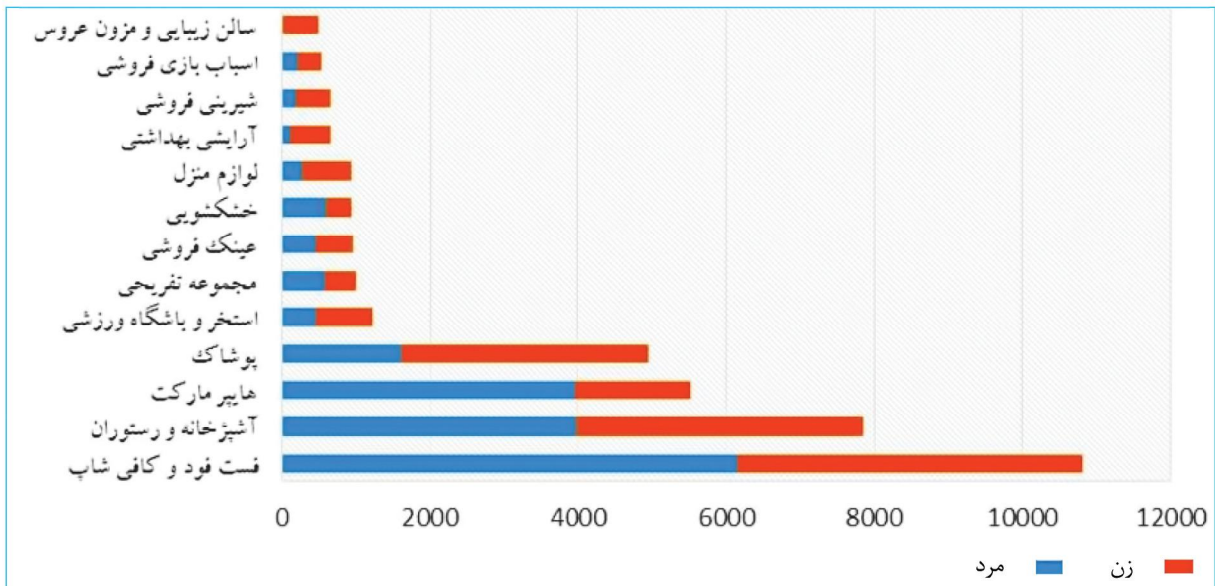
در مجموع، در سال ۱۳۹۱، ۳۸۱۹۴ نفر-خدمات از باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی مشهد استفاده شد. در سال ۱۳۹۱، تعداد اعضای سازمان نظام پزشکی مشهد، ۱۱۴۰۵ نفر بوده است که بر این اساس به طور متوسط هر عضو سازمان ۳/۳ بار از خدمات رفاهی استفاده نموده است. اما در این سال همه اعضای سازمان کارت یا معرفی نامه خدمات رفاهی نداشتند به طوری که در این سال ۳۰۰۰ نفر درخواست کارت و معرفی نامه کردند و تنها برای ۱۲۰۳ نفر با توجه به تکمیل مدارک، کارت و تعداد ۸۰۲ معرفی نامه خدمات رفاهی صادر شد. در نتیجه هر کدام از دارندگان این کارت و معرفی نامه ها ۱۹ بار از آنها استفاده کردند.

در میان خدمات ارائه شده، فست فود و کافی شاپ (۲۸٪)، آشپزخانه و رستوران (۲۰٪)، هایپرمارکت (۱۴٪)، پوشاک (۱۳٪)، استخر و باشگاه ورزشی (۳٪) بیشترین خدمات استفاده شده توسط اعضای جامعه پزشکی بود. همچنین علاقه کمتری به استفاده از خدمات اینترنت (۰/۳٪)، وسایل رایانه ای، صوتی و تصویری (۰/۳٪)، دکوراسیون داخلی (۰/۳٪)، لوازم اسپرت خودرو (۰/۰۴٪)، لوازم و آلات موسیقی (۰/۰۲٪) در میان جامعه پزشکی وجود داشت. در جدول ۱ اطلاعات مربوط به خدمات رفاهی استفاده شده در سال ۱۳۹۱ خلاصه شده است.

نسبت استفاده اعضای آقا از خدمات رفاهی با بانوان متفاوت بود (نمودار ۱). در این رابطه آقایان به نسبت بیشتری از لوازم اسپرت خودرو (نسبت مرد به زن: ۴۴۶٪)، هایپرمارکت (۲۵۱٪) و خدمات اینترنت (۲۰۷٪) و بانوان به نسبت بیشتری از مزون عروس (۰٪)، دکوراسیون داخلی (۲۱٪) و لوازم آرایشی - بهداشتی (۲۱٪) استفاده نمودند (جدول ۱).

بحث و نتیجه گیری

در این مطالعه مشخص شد، در میان خدمات رفاهی ارائه شده توسط باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی مشهد، علاقه اعضا بیشتر به استفاده از مراکز خدمات پذیرایی غذایی و خرید



نمودار ۱. مقایسه جنسیتی خدمات رفاهی بیشتر استفاده شده (< ۵۰۰ بار) توسط اعضای سازمان نظام پزشکی مشهد در سال ۱۳۹۱

سپاسگزاری

از دبیرخانه مجله سازمان نظام پزشکی مشهد به واسطه همکاری علمی در تهیه این مقاله تشکر می‌شود.

تضاد منافع: تهیه اطلاعات از شرکت بلکس (Belexco) انجام شد. با این وجود، نتایج بدون سوگیری ارائه شده است.

مثال در ایالات متحده آمریکا، انجمن پزشکی آمریکایی (American Medical Association) به ارائه تخفیف در فروش کتاب‌های مرجع پزشکی به صورت چاپ شده و یا الکترونیکی می‌پردازد.^۲ جهت‌گیری باشگاه رفاهی سازمان نظام پزشکی می‌بایست علاوه بر شناسایی فروشگاه‌ها، مراکز خدماتی و رفاهی مناسب و باکیفیت، به سمت اطلاع‌رسانی گسترده‌تر و نظرسنجی و شناسایی علائق اعضا باشد.

لطفاً به این مقاله از ۱ تا ۲۰ امتیاز دهید.

کد این مقاله: ۶۲۰۶

شماره پیامک مجله: ۳۰۰۷۸۳۸

نحوه امتیازدهی: امتیاز - شماره مقاله

نمونه صحیح امتیازدهی (چنانچه امتیاز شما ۲۰ باشد): ۶۲۰۶-۲۰

Reference:

1. Mashhad Medical Council. Welfare Services [Internet]. 2012 [Cited 2013 July 18]. Available from: <http://www.khaneyepeshk.ir/>
2. Belexcard. Products [Internet]. 2013 [Cited 2013 Aug 8]. Available from: <http://www.belexcard.com/tabid/38/Default.aspx>
3. American Medical Association. AMA Store [Internet]. 2013 [Cited 2013 July 18]. Available from: <https://commerce.ama-assn.org/store/>