

تأثير جودة الخدمات على رضا العملاء في عيادات الأورام
بالتطبيق على مستشفى السعودي الألماني بالمملكة العربية
السعودية بمحافظة جدة "دراسة حالة"

إسم الطالبة:

هبة حامد الشيخ

2021205029

مشروع تخرج - 1

كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

إشراف:

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول - 2024

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

المستخلص:

جدول المحتويات:

1	صفحة الغلاف
2	الشكر والتقدير
3	الإهداء
4	المستخلص
5	جدول المحتويات
6	قائمة الأشكال
7	قائمة الجداول
8	المقدمة
9	مشكلة البحث
10	أهمية البحث
11	أسئلة البحث
12	أهداف البحث
13	فرضيات البحث
14	نموذج البحث
15	منهجية البحث
16	الدراسة الميدانية
17	مخطط المشروع
18	الدراسات السابقة والإطار النظري
19	الملخص
20	المراجع

قائمة الأشكال:

قائمة الجداول:

المقدمة:

شهد العالم تغيرات عدة في مختلف المجالات (الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية...) وخاصة ما يتعلق بالمجال التكنولوجي والمعلوماتي الذي ساهم بشكل كبير في إقامة علاقات دائمة مع الزبائن من خلال ضمان جودة الخدمات التي تتلاءم مع حاجات ورغبات الزبائن. (الزهران، 2019)

وعلى هذا الأساس يعتبر الزبون العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه المؤسسة في تحقيق أهدافها الحالية أو المستقبلية من خلال تحسين جودة خدماتها لإرضاء الزبون الداخلي والخارجي لكسب زبائن جدد. (الزهران، 2019)

وتعتبر جودة الخدمة من أهم القضايا التي تهتم بها المؤسسات فهي تسعى دائماً لرفع مستوى الأداء من حيث عمليات تقديم الخدمة حتى تصل إلى درجة التميز في الأداء واكتسابها كميزة تنافسية تحقق رضا العملاء وترفع مستوى الأرباح وتحقق الجودة في خدماتها المقدمة وتحسينها وتطويرها بشكل دوري مما يزيد من ولاء زبائنها واستمرار علاقة التعامل معهم. (الزهران، 2019)

ومن المثير للاهتمام أن البعض قام بمناقشة جودة الخدمات وكان هناك قصور في أن العينة صغيرة وغير ممثلة بشكل كافي للسكان المستهدفين، مما يؤدي الى التقليل من القدرة على التعميم. (باراسورامان، 1988)

والقصور أيضاً في الاعتماد على التقييمات للعملاء الذاتية أي الاعتماد الدراسات على استبيانات تقييم العملاء لجودة الخدمات وقياسها، وهذا يعتمد على تصورات العملاء الشخصية وتفضيلاتهم فقد تواجه تحديات كبيرة في توثيق التجربة الفعلية للعملاء. (كرونين، 1992)

وأيضاً هناك تحديات ثقافية ولغوية فقد تواجه الدراسات صعوبة بالغة بالتعامل مع تنوع الثقافات واللغات في سياق تقديم الخدمات المختلفة وذلك يؤثر على مصداقية النتائج. (زاينامل، 1990)

وأيضاً العوامل المؤثرة المتعددة فقد يكون من الصعب ان يتم عزل العوامل المؤثرة بشكل فعال على تجربة العميل وتأثيرها على جودة الخدمة، حيث أن تجربة العميل تتأثر بعوامل متعددة مثل التوقعات السابقة والتواصل البشري والاسعار وغيرها الكثير. (جرونروس، 1984)

والبعض قام بمناقشة رضا العملاء حيث أنها مرتبطة كثيراً بجودة الخدمة وتمثلها في أوجه القصور من حيث ان العينة غير ممثلة لأنها صغيرة مما يقلل من قدرتها على التعميم لجميع العملاء بالسوق. (أندرسون، 1994)

وكذلك تتماثل مع جودة الخدمة انها تعتمد على التقييمات الذاتية للعملاء فتعتمد بشكل كبير على الاستبيانات دون مراعاة جوانب أخرى مثل السلوك الفعلي للعميل او القياسات الغير مباشرة بالتقييمات. (زيمانسكي، 2001)

وهناك أيضاً قصور في عدم مراعاة التغيرات الزمانية فقد تقدم بعض الدراسات دراسات قديمة لا تعبر عن الوضع الحالي لرضا العميل، وذلك لأن الظروف والتوقعات تتغير مع مرور الوقت. (فورنيل، 1996)

وأيضاً عدم مراعاة تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية فقد تنطوي دراسات رضا العملاء على تحديات لتفسير الاختلافات بين الثقافات والمجتمعات المختلفة، فيجب أن يتم مراعاة هذه العوامل في تحليل النتائج وتقييم رضا العملاء. (هومبورغ، 2001)

ومن إحدى الفجوات هي الفجوة بين توقعات العملاء وتصورات إدارة الخدمة الذي يحدث عندما لا تكون إدارة الخدمة على دراية بتوقعات العميل أو لا تفهمها بشكل جيد. (باراسورامان، 1985)

وأيضاً من أوجه القصور أن هناك فجوة بين تصورات إدارة الخدمة وتصميم الخدمة حيث أنه يحدث هذا عندما لا يتم تصميم الخدمة بالشكل الذي يلبي توقعات واحتياجات العملاء. (جرونروس، 1984)

ومن الفجوات أيضاً الفجوة بين تصميم الخدمة وتسليمها ويحدث ذلك عندما يتم تنفيذ تصميم الخدمة على نحو غير فعال أو عندما يتم حدوث أخطاء في تنفيذ تلك الخدمة. (باراسورامان، 1985)

وأيضاً هناك فجوة بين تسليم الخدمة والتواصل العلني الذي يحدث من خلال عدم توافق الاتصالات العامة أو الإعلانات للخدمة بنفس الطريقة المعلن عنها أي ان الخدمة الفعلية التي يتم تقديمها مختلفة تماماً عما تم الإعلان عنه. (زايتامل، 1990)

وأخر الفجوات التي سيتم التطرق لها في هذا البحث هي الفجوة بين التواصل العلني والتوقعات من العملاء والتي تحدث عندما يتم تكوين تصور أو توقع من العميل متباين استناداً الى التواصل العلني المعلن عنه وما تم الحصول عليه بالفعل في ارض الواقع. (زايتامل، 1990)

فإن الفجوات في جودة خدمة العملاء تشير الى الاختلافات الواقعة بين توقع واحتياج العميل والخدمة الفعلية التي يتم تقديمها له. (زايتامل، 1990)

وتحدث هذه الفجوات عندما لا يتم تلبية توقعات العملاء بالشكل الكافي، الذي يؤدي بهم إلى خيبة الامل وعدم رضاهم عما تم تقديمه لهم. (زايتامل، 1990)

وتؤدي هذه الفجوات الى تدهور العلاقة القائمة بين العميل والشركة المقدمة للخدمة ويمكن أن تؤدي بشكل كبير الى انتقال العميل من الشركة الى المنافسين لها وخسارة العميل وأيضاً تؤثر بشكل سلبي على سمعة الشركة ويمكن أن يتم تناقل ذلك عبر وسائل التواصل الاجتماعي. (زايتامل، 1990)

فتعتبر جودة الخدمات وتأثيرها على رضا العملاء أمر يستحق الاهتمام ومع ذلك يظهر أن هناك تحديات تواجه الدراسات السابقة في هذا المجال، ومن تلك التحديات هي مشكلة أن العينة غير ممثلة. (باراسورامان، 1988)

وتشير بعض الأبحاث الى أن الدراسات التي تركز على جودة الخدمة ومدى تأثيرها على رضا العملاء تعاني من استخدام عينة صغيرة وغير ممثلة من العملاء مما يقلل من قدرتها على تعميم النتائج لجميع العملاء في سوقها المستهدف وهذا الامر مثير للشكوك حول صحة هذه الاستنتاجات والتوصيات المستخلصة من هذه الدراسات. (باراسورامان، 1988)

لذا يهدف هذا البحث الى معالجة مشكلة العينة غير الممثلة في الدراسات السابقة لجودة الخدمات وتأثيرها على رضا العميل وسيتم تطبيق منهجية دقيقة لأجل جمع البيانات وتحليلها بهدف الحصول على نتائج قابلة للتعميم وتوصيات موثوقة. (باراسورامان، 1988)

من خلال ذلك، سيتم تعزيز فهمنا للعلاقة بين جودة الخدمة المقدمة ورضا العميل وتوفير إطار أكثر دقة لاتخاذ القرارات المتوافقة مع توقعات العملاء للخدمات المقدمة. (باراسورامان، 1988)

إن تأثير جودة الخدمات على رضا العملاء هو موضوع مهم، حيث أنه يؤثر بشكل كبير على نجاح وتطور الشركات ومحافظةها على حصتها السوقية التنافسية واستمرارها. (زيتامل، 2000)

يساعد البحث في هذا المجال على فهم أفضل لعوامل الجودة المؤثرة على رضا العميل، مما يمكن الشركات من تحسين خدماتها المقدمة وتلبية احتياجات وتوقعات العملاء بشكل أفضل مما يؤدي الى تحسين تجربة العملاء وتعزيز ولاءهم للشركة ويؤدي في النهاية الى تعزيز سمعة الشركة وتوليد إيرادات ورياح اعلى. (زيتامل، 2000)

مشكلة البحث:

في ظل المنافسة الشديدة في سوق الأعمال والخدمات فقد أصبح اليوم رضا العملاء أمر بالغ الأهمية وحاسم لنجاح المؤسسات ويعتبر تقديم جودة عالية المستوى للخدمات أحد الطرق الأساسية لاكتساب رضا العملاء، ومع ذلك ما زلنا بحاجة لفهم أدق وأفضل للعلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء. (باراسورامان، 1985)

❖ الفجوات النظرية

- على الرغم من أن الدراسات التي أجريت سابقا في مجال جودة الخدمات ورضا العملاء، مازال هناك بعض الفجوات النظرية التي يمكن معالجتها. ومن بين تلك الفجوات التي يمكن ذكرها هي: (باراسورامان، 1985)
- 1/ نقص الدراسات التي تناقش تأثير العوامل لجودة الخدمات المحددة على رضا العملاء.
 - 2/ قلة الاهتمام بتأثير جودة الخدمات على ولاء العميل.
 - 3/ قلة الاهتمام بتأثير جودة الخدمات على الانتشار الإيجابي للمشاركة.
 - 4/ عدم تحديد العوامل التي تؤثر على قياس جودة الخدمات رضا العملاء.

❖ الفجوات التطبيقية

- بالإضافة الى الفجوات النظرية، هنالك أيضاً فجوات تطبيقية ينبغي أن يتم التطرق لها وتسلط الضوء عليها حيث يمكن تعزيزها في هذا المجال وهي: (باراسورامان، 1985)
- 1/ تحسين استراتيجيات لإدارة جودة الخدمات لتحقيق رضا العملاء.
 - 2/ تطوير أدوات وأساليب تقوم بقياس الجودة للخدمات بشكل أكثر فعالية.
 - 3/ توجيه الشركات الى تحسين تدريب وتطوير الموظفين لتعزز من جودة الخدمات وتصل الى رضا العملاء.

سؤال البحث الرئيسي

تأثير جودة الخدمات على رضا العملاء في عيادات الأورام بالتطبيق على مستشفى السعودي الألماني بالملكة العربية السعودية بمحافظة جدة
" ماهو تأثير جودة الخدمات على رضا العملاء ؟ "

أهمية البحث:

تتناول هذه الدراسة أهمية فهم التأثير لجودة الخدمات على رضا العملاء في سياق الأعمال والخدمات. (باراسورامان، 1988)

وتعتبر جودة الخدمات هي أحد أكثر العوامل تأثيرًا على رضا العملاء، والذي بدوره يؤثر على ولاء العملاء وتحقيق النجاح المؤسسي. (باراسورامان، 1988)

توفر هذه الدراسة إطارًا نظريًا لفهم مدى العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، وتسلط الضوء على عوامل جودة الخدمات التي يجب أن نركز عليها لتحقيق رضا العملاء ولتعزيز أداء المؤسسة التنظيمي. (باراسورامان، 1988)

ويمكن أن يساهم هذا البحث في توجيه الممارسات الفعالة واتخاذ القرارات الأفضل في مجال إدارة الخدمات وتقديم تجربة مستحسنة للعميل. (باراسورامان، 1988)

❖ الأهمية النظرية

تحتوي هذه الدراسة على أهمية بحثية في توسيع مدارك فهمنا للعلاقة بين جودة الخدمات وتأثيرها على رضا العميل، ومن خلال تحليل الفجوات النظرية في الأدبيات الماضية، يمكن للبحث هذا أن يساهم في تطوير النظريات الموجودة مسبقًا وتحسين الإطار النظري لفهم هذه العلاقة. (باراسورامان، 1988)

يعزز هذا البحث الفهم النظري للعوامل المؤثرة على جودة الخدمات وكيفية ارتباط تأثيرها على رضا العملاء مما يساهم في توسيع معرفتنا في مجال إدارة جودة الخدمات. (باراسورامان، 1988)

❖ الأهمية العلمية

تكمن الأهمية العلمية في هذا البحث في توفير الأدلة العلمية القوية حول تأثير رضا العملاء من جودة الخدمات المقدمة، ومن خلال إجراء دراسة شاملة وتحليل للبيانات، يمكننا أن نقدم في هذا البحث مبادرة قيمة للمعرفة العلمية في مجال إدارة الخدمات. (باراسورامان، 1988)

وتوفر النتائج العلمية التي يتم الحصول عليها من البحث هذا أساس قوي لاتخاذ القرارات وتحسين الأداء المؤسسي في سياق الأعمال والخدمات. (باراسورامان، 1988)

أسئلة البحث:

أهداف البحث:

فرضيات البحث:

نموذج البحث:

منهجية البحث:

الدراسات الميدانية:

مخطط المشروع:

الدراسات السابقة والإطار النظري:

الملخص:

المراجع:

الأبحاث:

المقدم، & حفصية. جودة الخدمات الصحية وأثرها على رضا الزبون دراسة حالة المستشفى العمومي سليمان عميرات-تقوت (Doctoral dissertation).

https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/9767/3/El_Mokadem.pdf

أندرسون، إي دبليو، فورنيل، سي، وليمان، دي آر (1994). رضا العملاء وحصلتهم في السوق والربحية: نتائج من السويد. مجلة التسويق، 58 (3)، 53-66

<https://doi.org/10.1177/002224299405800304>

باراسورامان، أ.، زايثامل، ف. أ.، وبيري، ل. ل. (1985). نموذج مفهومي لجودة الخدمة وتأثيراته على البحوث المستقبلية.

<https://doi.org/10.1177/002224298504900403>

بولا، الزهراء، مسعودي، & عبد الكريم/مؤطر. (2019). تأثير إدارة علاقات الزبائن في تحقيق جودة الخدمة (Doctoral dissertation, جامعة احمد دراية-ادرار).

<https://dspace.univ-adrar.edu.dz/xmlui/handle/123456789/2007>

جرونروس، س. (1984). نموذج جودة الخدمة وتأثيراتها التسويقية

<https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>

زيتامل، ف. أ. (2000). جودة الخدمة والربحية والقيمة الاقتصادية للعملاء: ما نعرفه وما نحتاج إلى تعلمه. مجلة أكاديمية علوم التسويق، 28، 67-85.

<https://link.springer.com/article/10.1177/0092070300281007>

زيمانسكي، دي إم، وهنارد، دي إتش (2001). رضا العملاء: تحليل تلوي للأدلة التجريبية. مجلة أكاديمية علوم التسويق، 29 (1)، 16-35.

<https://doi.org/10.1177/009207030102900102>

فار، كماش, & جهينة. (2023). دور الالتزام بأخلاقيات التسويق في تحقيق رضا العملاء-دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري-BEA تبسة (Doctoral dissertation, جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة).

<http://dspace.univ->

tebessa.dz:8080/jspui/bitstream/123456789/9797/1/Hadjer%26Djouhaina.pdf

فورنيل، سي، جونسون، دكتوراه في الطب ، أندرسون ، إي دبليو ، تشا ، جي ، وبرانت ، بي إي (1996). مؤشر رضا العملاء الأمريكي: الطبيعة والغرض والنتائج. مجلة التسويق ، 60 (4) ، 7-18.

<https://doi.org/10.1177/002224299606000403>

كرونين، جي جي ، وتابلور ، س. أ. (1992). قياس جودة الخدمة: إعادة الفحص والتمديد. مجلة التسويق ، 56 (3) ، 55-68

<https://doi.org/10.1177/002224299205600304>

هومبورغ، سي، وجيرينج، أ. (2001). الخصائص الشخصية كمشرفين على العلاقة بين رضا العملاء والولاء: تحليل تجريبي. علم النفس والتسويق، 18 (1) ، 43-66

[https://doi.org/10.1002/1520-6793\(200101\)18:1%3C43::AID-](https://doi.org/10.1002/1520-6793(200101)18:1%3C43::AID-)

[MAR3%3E3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6793(200101)18:1%3C43::AID-MAR3%3E3.0.CO;2-I)

المراجع:

الكتب:

باراسورامان، أ. ، زيتامل ، ف. أ. ، وبيري ، ل. ل. (1988). SERVQUAL: مقياس متعدد العناصر لقياس تصورات المستهلك لجودة الخدمة. مجلة البيع بالتجزئة ، 64 (1) ، 4-12

[https://books.google.com.sa/books?hl=ar&lr=&id=pGIPEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&dq=Parasuraman,+A.,+Zeithaml,+V.+A.,+%26+Berry,+L.+L.+\(1988\).+SERVQUAL:+A+multiple-item+scale+for+measuring+consumer+perceptions+of+service+quality.+Journal+of+Retailing,+64\(1\),+12-4&ots=wieSliMRJV&sig=K0VOJOyEa6RsThZvW9wv8QxckFs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.sa/books?hl=ar&lr=&id=pGIPEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&dq=Parasuraman,+A.,+Zeithaml,+V.+A.,+%26+Berry,+L.+L.+(1988).+SERVQUAL:+A+multiple-item+scale+for+measuring+consumer+perceptions+of+service+quality.+Journal+of+Retailing,+64(1),+12-4&ots=wieSliMRJV&sig=K0VOJOyEa6RsThZvW9wv8QxckFs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

زايثامل، ف. أ. ، باراسورامان، أ. ، وبيري، ل. ل. (1990). تقديم خدمة عالية الجودة: توازن تصورات وتوقعات العملاء.

[https://books.google.com.sa/books?hl=ar&lr=&id=RWPMYP7-sN8C&oi=fnd&pg=PR9&dq=Zeithaml,+V.+A.,+Parasuraman,+A.,+%26+Berry,+L.+L.+\(1990\).+Delivering+Quality+Service:+Balancing+Customer+Perceptions+and+Expectations&ots=ch5zj6y4oa&sig=eGtNWgofqFhwUjaRNwgy64vJOkw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.sa/books?hl=ar&lr=&id=RWPMYP7-sN8C&oi=fnd&pg=PR9&dq=Zeithaml,+V.+A.,+Parasuraman,+A.,+%26+Berry,+L.+L.+(1990).+Delivering+Quality+Service:+Balancing+Customer+Perceptions+and+Expectations&ots=ch5zj6y4oa&sig=eGtNWgofqFhwUjaRNwgy64vJOkw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

الملاحق:

الاستبيان

عزيزي المشارك في تعبئة هذا الاستبيان الذي يهدف لدراسة تأثير جودة الخدمات المقدمة على رضا العملاء، وفهم العلاقة بين جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة ومدى رضا العملاء عنها حيث أن رضاهم يعد عنصر مهم وحاسم لنجاح المؤسسات واستمرارها في السوق التنافسي اليوم.

ف نظرًا لأهمية هذا الموضوع نتطلع إلى مشاركتك في هذا الاستبيان لتساهم في البحث العلمي المتعلق بتحسين جودة الخدمات وتعزيز رضا العملاء.

فمن خلال هذا الاستبيان ستتمكن من التعبير عن رأيك وتجربتك الشخصية فيما يتعلق بالخدمات التي تقدمها لك المؤسسة.

نرجو منك الإجابة على الأسئلة جميعها بصدق وموضوعية، يضمن استبيانًا سرية للمعلومات وسيتم استخدام البيانات بشكل مجهول وفقًا للأغراض البحثية فقط.

نشكرك مرة أخرى على وقتك وتعاونك في هذا الاستبيان، ونحن مقدرين لك مشاركتك التي ستسهم في إثراء المعرفة حول جودة الخدمات ورضا العملاء.

مع خالص تمنياتي لك بالتوفيق

المعلومات العامة:

- 1/ الجنس ذكر () انثى ()
- 2/ العمر اقل من 30 () 30 الى 40 () 40 الى 50 () اكثر من 50 ()
- 3/ المستوى التعليمي تعليم عام () بكالوريوس () ماجستير () أخرى ()
- 4/ المركز الوظيفي غير موظف () موظف () رجل اعمال () أخرى ()

أبعاد المتغير التابع / رضا العملاء "استجابة الموظفين، الثقة والأمان، المظاهر الملموسة، الواقعية"

المتغير	أبعاد المتغير	عدد العبارات	المراجع
رضا العملاء	استجابة الموظفين	2	فار، كماش، & جهينة. (2023). دور الالتزام بأخلاقيات التسويق في تحقيق رضا العملاء- دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري-BEA تبسة (Doctoral dissertation), جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة).
	الثقة والأمان	3	
	المظاهر الملموسة	2	
	الواقعية	2	

العبارات				
غير موافق	محايد	موافق		
			1- انت راضي عن الخدمات المقدمة من طرف العاملين	استجابة الموظفين
			2- دقة الموظفين في تقديم مواعيد الخدمات	
العبارات				
غير موافق	محايد	موافق		
			1- الشعور بالأمان اثناء التعامل مع المنظمة	الثقة والأمان
			2- يتم أداء الخدمات الوظيفية والواجبات المهنية بكل أمان	
			3- يحافظ الموظفون على سرية البيانات والمعلومات الخاصة بكم	
العبارات				
غير موافق	محايد	موافق		
			1- ترى الموظفين يتحلوا بالمظهر الجيد	المظاهر الملموسة
			2- تتميز المنظمة بالشكل المطور في خدماته ومكتباته	
العبارات				
غير موافق	محايد	موافق		
			1- الخدمات المقدمة أفضل من المتوقعة في نظرك	الواقعية
			2- تشعر ان الموظفين يقومون بالمبادرات الجيدة لحل مشكلاتكم	

الملاحق:

أبعاد المتغير المستقل / جودة الخدمة "الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، الملموسية، التعاطف"

المتغير	أبعاد المتغير	عدد العبارات	المرجع
جودة الخدمة	الاعتمادية	4	المقدم، & حفصية. جودة الخدمات الصحية وأثرها على رضا الزبون دراسة حالة المستشفى العمومي سليمان عميرات-تقرت (Doctoral) (dissertation).
	الأمان	4	
	الاستجابة	4	
	الملموسية	5	
	التعاطف	4	

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
1- يلتزم المستشفى بتقديم الخدمات الصحية في المواعيد المحددة			
2- يحرص المستشفى على تقديم الخدمات بطريقة صحيحة من أول مرة			
3- تتوفر المصحة على تخصصات مختلفة			
4- يحظى المستشفى بثقة المستفيدين من خدماتها الصحية			

العبارات	موافق	محايد	غير موافق
1- يشعر المرضى بالأمان والطمأنينة عند التعامل مع موظفي المؤسسة (كثرة لحسن المعاملة)			
2- يتحلى العاملون بالمستشفى بالأدب وحسن التعامل مع المرضى			
3- يثق المرضى بخبرات ومهارات ومؤهلات الإطارات الصحية (الأطباء والممرضين) في المستشفى			
4- يتمتع الأطباء والعاملون في المستشفى بمهارة عالية			

العبارات				موافق	محايد	غير موافق
الاستجابة	1-	تقوم المستشفى بإبلاغ المرضى بموعد تقديم الخدمة بدقة				
	2-	تحرص المستشفى على تحسين ظروف العمل لضمان السير الحسن للخدمة				
	3-	يتفرغ العاملون بالمستشفى لتلبية طلبات المرضى دون تردد أو تأخر				
	4-	إيلاء المستشفى المرضى اهتماما خاصا ووضع مصالحهم نصب عينها				
العبارات				موافق	محايد	غير موافق
اللموسية	1-	يحظى المستشفى بموقع ملائم يسهل الوصول إليه				
	2-	تتوفر المستشفى على تجهيزات ومعدات تقنية حديثة				
	3-	يحرص الموظفون في المستشفى على النظافة وحسن المظهر				
	4-	تضع المستشفى لوحات وعلامات ارشادية تسهل الوصول الى الفروع والاقسام المختلفة				
	5-	تقوم المستشفى بتقديم الغذاء حسب حاجات ورغبات المريض				
العبارات				موافق	محايد	غير موافق
التعاطف	1-	يولي الطبيب المريض اهتماما وانتباهاً فردياً				
	2-	يتصف العاملون في المستشفى بسعة الصدر والروح المرحّة عند التعامل مع المرضى				
	3-	يتم الاصغاء والاهتمام بانشغالات المريض من قبل العاملين				
	4-	يتم تقدير ظروف المريض والتعاطف معه				