

(دراسة تأثير جودة الخدمة على ولاء العميل)
بالتطبيق على عيادة بيرل الطبية في المملكة العربية السعودية في مدينة جدة

ولاء أحمد الأخضر

2021205171

.....
مشروع تخرج - 1
كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول - 2024

المقدمة 1:

ان ولاء العميل من اهم المفاهيم التي تسهم في بناء العلامة التجارية و تنميتها حيث تشير الى رغبة العميل في الاستمرار بالتعامل مع مؤسسة معينة و تفضيلها عن المنافسين الآخرين حيث يضمن العملاء المخلصين تحقيق عوائد مالية مستدامة , كما يعد ولاء العملاء في العيادات الطبية عنصرا أساسيا لتحقيق النجاح و الاستمرارية و للحفاظ على الميزة التنافسية حيث يتطلب تحقيقه نهجا شاملا يجمع بين الجودة الطبية العالية و العناية بتجربة المريض من كافة الجوانب , فالعملاء أو المرضى يحتاجون الى تجارب طبية إيجابية و متواصلة تشعرهم بالثقة و الراحة و الرضا عن الخدمات التي يتلقونها و يعتمد على مدى تلبية احتياجات المرضى و توقعاتهم بالإضافة إلى تجاربهم مع الطاقم الطبي و بيئة العمل , و يتجلى ولاء المرضى في العيادات من خلال تكرار زيارتهم و تفضيلهم للعيادة عن غيرها , كما يمكن أن يظهر من خلال التوصية بالعيادة للأصدقاء و العائلة .

توجد العديد من الدراسات التي تناولت بعض جوانب موضوع الدراسة بطرق مباشر أو غير مباشر، لذا فمن الأهمية استعراض جهود الباحثين والممارسين في هذا المجال , على سبيل المثال :

دراسة قام بها الباحث (شبيب فهد ثويني عبدالله) عام 2007 عن قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات التجارية للمنشآت المالية الإسلامية في دولة الكويت وهدفت هذه الدراسة قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات التجارية للمنشآت المالية الإسلامية في دولة الكويت حيث توصلت الدراسة الى وجود فجوة كبيرة بين ما يتوقعه العملاء عن جودة الخدمات التجارية المقدمة اليهم ، وما هو موجود بالفعل لدى تلك المؤسسات و اوصت هذه الدراسة على ضرورة أن تقوم هذه المؤسسات بتقديم خدمات بشكل أفضل، مع التركيز على الجانب الشرعي للمعاملات الإسلامية، وكذلك التركيز على العمل بشكل أساسي ومعرفة احتياجاته ورغباته ، ومحاولة تلبيتها بالشكل الامثل و الأفضل , من جانب آخر أشارت الباحثة (رانية محمد رياض المجني،) عام 2013 نموذج مقترح لأثر المتغيرات الوسيطة على العلاقة بين خصائص مقدم الخدمة وتنمية ولاء العميل بالتطبيق على خدمات الهاتف المحمول في مصر حيث هدفت هذه الدراسة إلى توصيف العلاقة بين ثقة العميل بالشركة المقدمة للخدمة وولائه لها، ومعرفة العلاقة بين الثقة والولاء في ظل مستويات مختلفة من تكاليف التحول المدركة، ومن ثم كيف تتغير في ظل مستويات مختلفة من جاذبية البديل المدركة، ودراسة العلاقة بين الصورة الذهنية للشركة المقدمة للخدمة وولاء العميل، ومعرفة كيفية تغير شدة العلاقة بين الصورة الذهنية والولاء في ظل مستويات مختلفة من تكاليف التحول المدركة، ومن ثم مستويات مختلفة من جاذبية البديل المدركة و توصلت هذه الدراسة إلى وجود اختلافات جوهرية بين استجابات عملاء الشركات الثالث (موبينيل، فودافون، واتصالات) بخصوص العوامل المؤثرة على الولاء لمقدم الخدمة فيما يتعلق بالاستثمار في بناء الثقة، الصورة الذهنية لمقدم الخدمة، وجاذبية البديل المدركة.

رغم هذه الدراسات التي تسلط الضوء على أهمية جودة الخدمة المقدمة للعميل الى ان الدراسات التي تتناول هذا التأثير تحديدا في مجال العيادات الطبية لاتزال محدودة , و هذا القصور يشكل فجوات بحثية تؤثر على قدرة العيادات و مراكز الرعاية الصحية على تبني استراتيجيات فعالة لتحسين رضا العملاء و ولائهم .

تتمثل مشكلة البحث في نقص الدراسات التي تتناول تأثير جودة الخدمة المقدمة في العيادات الطبية على ولاء العميل , بحيث تهدف الدراسة إلى فهم العلاقة بين جودة الرعاية الصحية و ولاء العملاء و تحديد العوامل التي تسهم في تعزيز هذا الولاء, مما يساعد في تطوير استراتيجيات فعالة لزيادة رضا العملاء و استدامتهم .

مشكلة البحث : 1.1

تعتبر جودة الخدمة أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على ولاء العملاء في العيادات الطبية. ومع ذلك، هناك نقص ملحوظ في الدراسات التي تركز على العلاقة بين هذين العاملين، مما يخلق فجوة في المعرفة حول كيفية تحسين تجربة المرضى وزيادة ولائهم. تتجلى المشكلة في عدم وضوح التأثير المباشر لعوامل جودة الخدمة، مثل التواصل مع المرضى، البيئة الصحية، والاحترافية الطبية، على ولاء العملاء في العيادات. لذلك، يهدف هذا البحث إلى استكشاف هذه العلاقة بشكل أعمق، وتحديد العوامل المحددة التي تعزز من ولاء المرضى، مما يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة للعيادات الطبية.

الفجوات النظرية : 1.2

نقص الأبحاث المتعلقة بجودة الخدمة في العيادات الطبية و تفتقر الأدبيات العلمية إلى دراسات شاملة تتناول جودة الخدمة المقدمة في العيادات الطبية بشكل خاص، مما يؤثر على إمكانية تعميم النتائج في هذا السياق.

عدم تحديد العوامل المؤثرة بشكل دقيق: لا توجد نظرية واضحة تحدد العوامل التي تؤثر في ولاء العملاء في السياقات الطبية، مما يعوق فهم العلاقة المعقدة بين جودة الخدمة وولاء العميل.

نقص الدراسات و المقارنة: هناك قلة من الأبحاث التي تقارن بين تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء في أنواع مختلفة من العيادات (مثل العيادات العامة والمتخصصة)، مما يترك فجوات في المعرفة حول كيف يمكن تكيف استراتيجيات الخدمة وفقاً لطبيعة العيادة.

الفجوات العملية : 1.3

ضعف التطبيق العملي لاستراتيجيات الجودة: لا تزال العيادات الطبية تواجه صعوبة في تطبيق استراتيجيات فعالة لتحسين جودة الخدمة بناءً على الأدلة العلمية المتاحة، مما يؤثر سلباً على ولاء المرضى.

عدم كفاية الممارسات الإدارية: تفتقر الكثير من العيادات إلى أنظمة تقييم فعالة لقياس جودة الخدمة ورضا العملاء، مما يعوق القدرة على التعرف على المشكلات ومعالجتها.

غياب البرامج التدريبية: هناك نقص في برامج تدريب الكوادر الطبية والإدارية على تحسين جودة الخدمة وتجربة المريض، مما يؤثر على مستوى الخدمة المقدمة.

سؤال البحث الرئيسي

تتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي :

"ما هو تأثير جودة الخدمة المقدمة في العيادات الطبية على ولاء العملاء، وما هي العوامل الأساسية التي تساهم في تعزيز هذا الولاء؟"

أهمية البحث : 2.1

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة في سياق تحسين جودة الخدمة في العيادات الطبية، حيث تسعى لفهم تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء من خلال استكشاف هذه العلاقة، يمكن تقديم رؤى قيمة تساهم في تطوير استراتيجيات فعالة تعزز من تجربة المرضى وتحقق رضاهم، مما يؤدي إلى استدامة العيادات ونموها .

الأهمية النظرية : 2.2

توسيع نطاق المعرفة: تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بجودة الخدمة وولاء العملاء في القطاع الصحي، مما يعزز من فهم العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر على تجربة المريض.

تطوير النماذج النظرية: تقدم الدراسة نماذج نظرية جديدة تفسر كيفية تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء، مما يوفر إطار عمل للأبحاث المستقبلية في هذا المجال.

تسليط الضوء على الفجوات البحثية: يساهم البحث في تحديد الفجوات الحالية في الأدبيات، مما يشجع الباحثين على استكشاف مواضيع غير مستكشفة في السياق الطبي .

الأهمية العملية : 2.3

تحسين استراتيجيات الخدمة: توفر النتائج رؤى عملية للعيادات الطبية حول كيفية تحسين جودة الخدمة المقدمة، مما يساعد في تلبية احتياجات المرضى بشكل أفضل .

تعزيز العلاقات مع المرضى: تساهم الدراسة في تطوير استراتيجيات لتعزيز تواصل العيادات مع المرضى، مما يؤدي إلى بناء علاقات مستدامة وتعزيز ولاءهم.

توجيه التدريب والتطوير المهني: تساعد النتائج في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين في التدريب والتطوير للموظفين، مما يعزز من جودة الخدمة .

زيادة رضا المرضى: من خلال تحسين جودة الخدمة، يمكن للعيادات زيادة رضا المرضى، مما ينعكس إيجاباً على ولاءهم واستمراريتهم في استخدام خدمات العيادة .

تحقيق الاستدامة الاقتصادية: يساهم ولاء العملاء الناتج عن تحسين جودة الخدمة في تحقيق استدامة اقتصادية للعيادات، حيث أن العملاء المخلصين يزيدون من الإيرادات ويقللون من تكاليف التسويق .

