

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

ولاء أحمد الأخضر

٢٠٢١٢٠٥١٧١

.....
مشروع تخرج - ١
كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

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

الفصل الدراسي الأول - ٢٠٢٤

٣	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	1.1 المقدمة
٦	1.2 مشكلة البحث
٧	1.2.1 الفجوات النظرية
٨	1.2.2 الفجوات التطبيقية
9	1.3 أهمية البحث
10	1.3.1 أهمية نظرية
١١	1.3.2 أهمية تطبيقية
١٢	1.4 أسئلة البحث
١٣	1.5 أهداف البحث
١٤	1.6 فرضيات البحث
١٥	1.7 نموذج البحث
١٦	1.8 منهجية البحث
١٧	1.9 الدراسة الميدانية
١٧	1.10 هيكل المشروع
١٨	2 الفصل الثاني: الدراسات السابقة
١٩	2.1 المقدمة
٢٠	2.2 المبحث الأول: جودة الخدمة
٢٢	2.3 المبحث الثاني: ولاء العملاء
٢٤	2.4 العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية
٢٦	2.5 الخاتمة

الفصل الأول: الاطار العام للدراسة

المقدمة 1 :

يعتبر ولاء العميل من أهم المفاهيم التي تسهم في بناء وتطوير العلامة التجارية لأي مؤسسة، وذلك لما له من تأثير مباشر على استدامة الأعمال وزيادة العوائد المالية. ولاء العميل يشير إلى رغبة العميل المستمرة في التعامل مع مؤسسة معينة، وتفضيلها عن المنافسين الآخرين، وهو عنصر حيوي في ضمان استمرارية النمو وتحقيق النجاح. في العديد من القطاعات، بما في ذلك القطاع الطبي، يعد ولاء العملاء عنصراً أساسياً في الحفاظ على الميزة التنافسية وتطوير الأعمال، حيث يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي توقعات واحتياجات العملاء.

بالنسبة للعيادات الطبية، فإن ولاء المرضى يشكل أحد الدعام الرئيسية لتحقيق النجاح والاستمرارية. في ظل التنافس المتزايد في القطاع الصحي، أصبح من الضروري على العيادات أن تقدم خدمات متميزة وتجارب طبية إيجابية تضمن رضا المرضى وتساهم في خلق علاقة مستدامة معهم. ولتحقيق ذلك، يتطلب الأمر نهجاً شاملاً يتضمن تقديم جودة طبية عالية، بالإضافة إلى الاهتمام بجميع جوانب تجربة المريض، بما في ذلك العناية بالبيئة الصحية، سلوك الطاقم الطبي، وجودة التواصل مع المرضى، بالإضافة إلى تسهيل الإجراءات الطبية والإدارية.

إن تجربة المرضى تلعب دوراً حاسماً في تعزيز ولائهم للعيادة. فالمرضى بحاجة إلى بيئة طبية توفر لهم الثقة والراحة، مما يعزز من رضاهم عن الخدمات التي يتلقونها. هذا الرضا يعتمد على مدى تلبية احتياجات المرضى وتوقعاتهم، وكذلك تجاربهم مع الطاقم الطبي وبيئة العمل في العيادة. عندما يشعر المرضى بالاهتمام والرعاية، فإنهم يصبحون أكثر ولاءً ويزيد احتمال تكرار زيارتهم للعيادة.

يتجلى ولاء المرضى في العيادات الطبية من خلال تكرار الزيارات، حيث يصبح المرضى أكثر رغبة في العودة للحصول على خدمات طبية مستمرة. كما أن ولاء المرضى يمكن أن يظهر من خلال التوصية بالعيادة للأصدقاء والعائلة، وهو ما يُعد دليلاً على ثقتهم العالية في الخدمات المقدمة. هذه التوصية تساهم في جذب مرضى جدد للعيادة، مما يعزز من مكانتها في السوق ويضمن استمراريتها.

إن دراسة العلاقة بين جودة الخدمة و ولاء العملاء في العيادات الطبية تعتبر ضرورية لفهم كيفية تحسين التجربة الصحية للمرضى. إن التفاعل بين جودة الخدمات المقدمة ورضا المرضى له تأثير مباشر على الولاء المستمر لهم، وبالتالي على استدامة العيادة. لذلك، فإن البحث في هذا الموضوع يهدف إلى استكشاف العوامل التي تؤثر في ولاء المرضى، وتقديم استراتيجيات فعالة تساعد العيادات في تعزيز تجربة المرضى، مما يؤدي إلى زيادة الولاء وتحقيق الاستدامة الاقتصادية للعيادة على المدى الطويل.

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 ٢٠٠٧ 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 الأمثل و الأفضل ، من جانب آخر أشارت الباحثة (رانية محمد رياض المجني ،) عام ٢٠١٣ 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 العالقة 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، وهذا القصور يشكل فجوات بحثية تؤثر على قدرة العيادات ومراكز الرعاية الصحية على تبني استراتيجيات فعالة لتحسين رضا العملاء وولائهم.

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 وولاء العملاء وتحديد العوامل التي تسهم في تعزيز هذا الولاء، مما يساعد في تطوير استراتيجيات فعالة لزيادة رضا العملاء واستدامتهم.

مشكلة البحث : ١,١

تعد جودة الخدمة أحد العوامل الأساسية التي تؤثر بشكل كبير على ولاء العملاء في العيادات الطبية. على الرغم من أهمية هذا العامل في تحسين تجربة المرضى، إلا أن هناك نقصاً ملحوظاً في الدراسات التي تركز على العلاقة المباشرة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في السياق الطبي. هذه الفجوة في المعرفة تعيق فهم كيفية تحسين مستوى الرضا لدى المرضى وتعزيز ولائهم للعيادات الطبية.

تتمثل المشكلة الرئيسية في عدم وضوح التأثير المباشر لعوامل جودة الخدمة المختلفة، مثل:

- التواصل الفعّال مع المرضى: الذي يشمل الاستماع لمشاكلهم واحتياجاتهم وتقديم التوجيهات الصحيحة.

- البيئة الصحية: مثل النظافة، الترتيب، والتجهيزات الطبية التي تساهم في الشعور بالراحة والأمان.

- الاحترافية الطبية: مثل كفاءة الأطباء والممارسين الطبيين وقدرتهم على التعامل مع المرضى بشكل محترف وودود.

هذه العوامل تؤثر بشكل غير مباشر على ولاء العملاء، ولكن العلاقة الدقيقة بين هذه العوامل ولاء المرضى ما زالت غير مفهومة بشكل كافٍ. هناك حاجة ملحة لتحديد العوامل المحددة التي تعزز من ولاء المرضى في العيادات الطبية، مما يساهم في تطوير استراتيجيات تسويقية وإدارية فعالة تساعد العيادات على تحسين تجربة المرضى وزيادة ولائهم.

لذا، يهدف هذا البحث إلى استكشاف العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء بشكل أعمق، وتحليل تأثير هذه العوامل على رضا المرضى وولائهم. سيساهم هذا البحث في تقديم رؤى مهمة للممارسين في مجال الرعاية الصحية، ليتمكنوا من تحسين الأداء وتحقيق مستويات عالية من الولاء والرضا لدى المرضى.

الفجوات النظرية: ١,٢

على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت جودة الخدمة في: نقص الأبحاث المتعلقة بجودة الخدمة في العيادات الطبية • العديد من الدراسات تركز . القطاعات الأخرى، إلا أن الأدبيات العلمية المتعلقة بتقييم جودة الخدمة في العيادات الطبية ما زالت محدودة على جودة الخدمة في المستشفيات أو المراكز الطبية الكبرى، ولكن قلة منها تتناول العيادات الطبية الصغيرة أو المتوسطة بشكل خاص. هذا النقص في الأبحاث الخاصة بالعيادات الطبية يؤدي إلى وجود فجوة معرفية حول كيفية قياس وتقييم جودة الخدمة في هذا السياق بشكل دقيق. كما أن هذا العجز يؤثر في إمكانية تعميم النتائج من الدراسات العامة على العيادات الطبية، حيث تختلف الظروف والعوامل المؤثرة في تقديم الخدمة الطبية بين العيادات والمستشفيات.

من الفجوات الكبرى في الأدبيات المتعلقة بجودة الخدمة و ولاء العملاء في العيادات الطبية :عدم تحديد العوامل المؤثرة بشكل دقيق • هو عدم وجود نظرية واضحة تحدد العوامل التي تؤثر بشكل مباشر في هذه العلاقة. على الرغم من أن هناك عدة عوامل محتملة، مثل التواصل الجيد مع المرضى، الاحترافية الطبية، والبيئة الصحية، إلا أن هذه العوامل لم تُدرس بشكل متكامل في العديد من الأبحاث. هذا الافتقار إلى تحديد العوامل المؤثرة بشكل دقيق يجعل من الصعب فهم العلاقة المعقدة بين جودة الخدمة وولاء العميل، وبالتالي عرقلة يحتاج البحث إلى تحديد العوامل التي تتفاعل مع بعضها وتؤثر في تجربة . تطوير استراتيجيات فعّالة يمكن تطبيقها في العيادات الطبية المريض وقراراته المتعلقة بالولاء

من الفجوات النظرية الأخرى هو قلة الدراسات المقارنة التي تحلل تأثير جودة الخدمة :نقص الدراسات والمقارنة بين أنواع العيادات • فمعظم الأبحاث تركز على العيادات العامة أو العيادات المتخصصة بشكل منفصل، .على ولاء العملاء في أنواع مختلفة من العيادات دون دراسة كيفية تأثير جودة الخدمة في كل نوع من هذه العيادات. وهذا يترك فجوة في المعرفة حول كيفية تكيف استراتيجيات الخدمة بما يتناسب مع طبيعة العيادة، سواء كانت عيادة عامة أو متخصصة. على سبيل المثال، قد تكون العوامل المؤثرة في ولاء المرضى في العيادات المتخصصة مثل عيادات الأسنان أو الجلدية تختلف عن تلك في العيادات العامة، وهو ما يستدعي الحاجة إلى دراسات مقارنة تقدم حلولاً مبتكرة بناءً على نوع العيادة ونوعية الخدمات المقدمة فيها

الفجوات العملية: ١,٣

رغم أن استراتيجيات الجودة تعد من العوامل الأساسية التي تساهم في تحسين مستوى :ضعف التطبيق العملي لاستراتيجيات الجودة • الخدمة في العيادات الطبية، فإن تطبيق هذه الاستراتيجيات على أرض الواقع يواجه العديد من التحديات. العديد من العيادات الطبية تعتمد بشكل أساسي على إجراءات عمل غير مرنة أو نهج تقليدية قد لا تكون متوافقة مع الأبحاث أو الأدلة العلمية المتاحة. بعض العيادات قد تفتقر إلى الرؤية الشاملة حول كيفية تنفيذ هذه الاستراتيجيات، مما يؤدي إلى تباين في الأداء بين العيادات في نفس المجال. في بعض الحالات، قد تنفذ العيادات استراتيجيات جزئية أو موسمية مثل حملات توعية متفرقة أو تحسينات مؤقتة، بدلاً من اعتماد إلى جانب ذلك، قد تواجه العيادات تحديات مثل نقص التمويل، الذي يحد من . ممارسات شاملة ومستدامة تركز على معايير جودة دقيقة القدرة على استثمار التقنيات الحديثة أو التوسع في البرامج التدريبية، مما يعوق القدرة على تحقيق التحسين المستدام في جودة الخدمة وبالتالي في ولاء المرضى.

العديد من العيادات الطبية تفتقر إلى نظم تقييم متكاملة و مؤشرات أداء واضحة لقياس جودة الخدمة : عدم كفاية الممارسات الإدارية • بعض العيادات تعتمد على أساليب تقليدية وغير علمية مثل الاستبيانات الورقية أو الملاحظات العشوائية من . و رضا العملاء المرضى، دون وجود آليات تقييم منتظمة ودقيقة. كما أن غياب الأدوات التكنولوجية المساعدة في جمع البيانات وتحليلها يُصعّب من عملية تتبع المشاكل التي قد تواجه المرضى في العيادة. في ظل عدم وجود بيانات دقيقة، يصعب على العيادات تحديد نقاط الضعف في أيضاً، تفتقر بعض العيادات إلى فرق عمل مختصة في إدارة الجودة أو التقييم المستمر، مما يعني أن أي . الخدمة والعمل على تحسينها مشاكل تتعلق بجودة الخدمة قد تُكتشف متأخرة ولا يتم التعامل معها بشكل سريع وفعال. هذا يؤدي إلى تراجع مستوى الخدمة في بعض الأحيان وبالتالي انخفاض ولاء المرضى.

نقص التدريب المستمر هو أحد العوامل العملية الهامة التي تؤثر على جودة الخدمة في : غياب البرامج التدريبية المتخصصة • العيادات الطبية. قد لا تمتلك بعض العيادات برامج تدريبية محدثة أو منهجيات تدريبية متكاملة للكوادر الطبية والإدارية، ما ينعكس على مستوى الخدمة المقدمة. في العديد من العيادات، قد يتم تدريب الموظفين عند توظيفهم لأول مرة فقط، دون توفر فرص تدريب منتظم يواكب أحدث الأساليب الطبية والإدارية. هذا يؤدي إلى افتقار بعض الأطباء والممرضين والإداريين إلى المهارات الحديثة في التعامل مع المرضى، مما ينعكس على جودة التواصل بين المريض والطبيب وعلى تجربة المريض بشكل عام. علاوة على ذلك، قد تتجاهل بعض العيادات تدريب الطاقم الإداري على تحسين إجراءات العمل أو إدارة شكاوى المرضى، مما يعوق قدرة العيادة على تحسين التفاعل مع المرضى وحل المشاكل بسرعة وفعالية. ولذلك، من الضروري أن يكون هناك برامج تدريبية شاملة ومستمرة تُركّز على تحسين جودة الخدمة في جميع الجوانب الطبية والإدارية لضمان تقديم خدمات طبية ذات مستوى عالٍ من الجودة.

أهمية البحث : ٢,١

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة في سياق تحسين جودة الخدمة في العيادات الطبية، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة في القطاع الصحي وضرورة تلبية توقعات المرضى. تقدم جودة الخدمة في العيادات الطبية دورًا أساسيًا في تحقيق رضا المرضى وولائهم، مما ينعكس بشكل مباشر على قدرة العيادة على الحفاظ على قاعدة عملائها واستدامتها على المدى الطويل.

من خلال استكشاف العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤى علمية دقيقة حول العوامل التي تؤثر في هذه العلاقة. حيث يتم التركيز على العوامل الأساسية مثل التواصل الفعال مع المرضى، الاحترافية الطبية، والبيئة الصحية، والتي المرضى الذين يشعرون بالراحة والثقة في الخدمة المقدمة يكون لديهم ميل أكبر للعودة مرة . تؤثر بشكل مباشر على تجربة المريض أخرى، بالإضافة إلى إحالة الآخرين للعيادة، مما يعزز السمعة ويسهم في نمو العيادة.

في الواقع، العيادات التي لا . أهمية البحث لا تقتصر فقط على تحسين جودة الخدمة، بل تمتد أيضًا إلى تعزيز استدامة العيادات الطبية تحرص على تقديم خدمة متميزة يمكن أن تواجه صعوبة في جذب المرضى الجدد، خاصة في بيئة تنافسية. أما العيادات التي تستثمر في تحسين تجربة المرضى، فإنها تتمتع بقدرة أكبر على الحفاظ على المرضى الحاليين وجذب مرضى جدد، مما يزيد من الإيرادات ويحقق نموًا مستدامًا.

علاوة على ذلك، يساعد هذا البحث في تقديم استراتيجيات قابلة للتطبيق تمكن العيادات من تحسين ممارساتها اليومية، مثل التفاعل مع من خلال تحسين هذه الجوانب، يمكن للعيادات . المرضى، إدارة المواعيد، الاستجابة السريعة لشكاوى المرضى، وتحسين بيئة العيادة تحقيق مستويات أعلى من الرضا والولاء، مما يعزز العلاقات مع المرضى ويوفر مزايا تنافسية في السوق.

أخيرًا، هذا البحث يسهم في إثراء المعرفة الأكاديمية في مجال إدارة الخدمات الصحية، ويعد مرجعًا للعيادات الطبية والمهنيين في القطاع الصحي الذين يسعون لتحسين خدماتهم، بما يعود بالنفع على المرضى والمجتمع بشكل عام.

تسهم هذه الدراسة بشكل كبير في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بـ جودة الخدمة وولاء العملاء في القطاع :توسيع نطاق المعرفة على الرغم من أن هناك العديد من الدراسات التي تناولت هذه الموضوعات في قطاعات أخرى، إلا أن البحث في .الصحي السياق الطبي لا يزال محدودًا نسبيًا. من خلال التركيز على العوامل التي تؤثر في تجربة المريض، مثل التواصل مع المرضى، الاحترافية الطبية، والبيئة الصحية، يساهم هذا البحث في توسيع الفهم النظري لكيفية تأثير هذه العوامل على ولاء العملاء علاوة على ذلك، فإنه يساعد في فحص العوامل النفسية والاجتماعية التي تلعب دورًا في تجربة المرضى، مثل الثقة، الراحة، والرضا الشخصي، مما يساهم في تطوير المعرفة حول كيفية تحسين التجربة الشاملة للمرضى في العيادات الطبية.

على سبيل المثال، .تقدم هذه الدراسة نماذج نظرية جديدة تفسر العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء :تطوير النماذج النظرية قد يتضمن النموذج المقترح تفسير كيفية تأثير التفاعل البشري بين المرضى والأطباء، وكذلك الاستجابة لاحتياجات المرضى، هذه النماذج يمكن أن تقدم إطار عمل قويًا يمكن للباحثين في المستقبل الاعتماد عليه لتوسيع وتطوير .في تحسين مستوى الولاء الأبحاث المتعلقة بالجودة الطبية وولاء المرضى. كما تساهم هذه النماذج في إثراء النقاش العلمي حول الاستراتيجيات الفعالة التي يمكن أن تعزز رضا المرضى وولائهم في العيادات الطبية.

يُعد البحث الحالي مساهمة قيمة في تحديد الفجوات البحثية الموجودة في الأدبيات الحالية، :تسليط الضوء على الفجوات البحثية خاصة في المجال الطبي. على الرغم من وجود دراسات عديدة تناولت جودة الخدمة في المجالات الأخرى، إلا أن هناك قصورًا في الفهم حول كيفية تأثير هذه الجودة على ولاء المرضى في السياق الطبي. من خلال تحديد هذه الفجوات، يشجع البحث الباحثين .على استكشاف مواضيع جديدة وغير مستكشفة بعد، مثل تأثير العوامل البيئية أو التكنولوجية الصحية في تحسين ولاء المرضى هذا يساعد في فتح مجالات جديدة للبحث العلمي ويؤدي إلى المزيد من الدراسات المستقبلية التي يمكن أن تساهم في تطوير .النظريات الحالية وتوفير حلول مبتكرة لتحسين خدمات الرعاية الصحية

بالتالي، تُعد الأهمية النظرية لهذه الدراسة متزايدة لأنها تساهم في توسيع الفهم الأكاديمي حول العلاقة بين جودة الخدمة و ولاء العملاء في العيادات الطبية، وتوفر نظريات جديدة يمكن أن تُستخدم في البحث العلمي المستقبلي في هذا المجال.

الأهمية العملية : ٢,٣

توفر نتائج هذه الدراسة رؤى عملية قيمة للعيادات الطبية حول كيفية تحسين جودة الخدمة المقدمة :تحسين استراتيجيات الخدمة للمرضى. من خلال استكشاف العوامل التي تؤثر على تجربة المريض ورضاه، يمكن للعيادات تحديد المجالات التي تتطلب هذه الرؤى تساهم في تطوير .تحسينات، مثل التواصل مع المرضى، توفير بيئة صحية ومريحة، وتعزيز الاحترافية الطبية استراتيجيات فعالة تلبي احتياجات المرضى بشكل أفضل، مما يؤدي إلى تحسين تجربة المريض بشكل عام. كما يمكن أن تساعد هذه الاستراتيجيات العيادات في تحديد أولويات تحسين الخدمة وضمان تلبية توقعات المرضى في مختلف مراحل الرعاية الصحية.

تسهم هذه الدراسة في تطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز التواصل بين العيادة والمرضى، مما :تعزيز العلاقات مع المرضى يسهم في بناء علاقات مستدامة وقوية مع المرضى. من خلال فحص كيفية تأثير التفاعل الإنساني بين الأطباء والمرضى على ولائهم، يمكن للعيادات تحسين طرق التواصل وتقديم خدمة مخصصة تركز على احتياجات المرضى. تعزز هذه العلاقة المستدامة من ولاء المرضى، مما يساهم في تشجيعهم على العودة للعيادة مرة أخرى وتوصية الآخرين بالخدمات، مما يحقق زيادة في عدد المرضى المخلصين.

تساعد نتائج هذه الدراسة في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين في التدريب والتطوير :توجيه التدريب والتطوير المهني المهني للموظفين العاملين في العيادة. على سبيل المثال، قد تكشف الدراسة عن ضرورة تعزيز مهارات التواصل الفعال مع المرضى أو تحسين مستوى الاحترافية الطبية، بما يساهم في رفع كفاءة الفريق الطبي والإداري. تحسين التدريب يعزز من جودة الخدمة بشكل عام، حيث يصبح الموظفون أكثر قدرة على تلبية احتياجات المرضى بطريقة احترافية وفعالة، مما يرفع مستوى رضا المرضى ويزيد من ولائهم.

من خلال تحسين جودة الخدمة، تستطيع العيادات زيادة مستوى رضا المرضى بشكل ملحوظ. رضا :زيادة رضا المرضى المرضى هو عنصر رئيسي في بناء علاقات طويلة الأمد معهم، حيث أن المرضى الراضين يكونون أكثر استعدادًا للعودة لتلقي المزيد من الخدمات وتوصية الآخرين بها. رضا المرضى يعزز أيضًا السمعة الجيدة للعيادة في المجتمع، مما يساهم في زيادة الطلب على الخدمات وزيادة عدد المرضى الجدد. هذا بدوره يساعد العيادة على النمو المستدام.

يمكن أن يساهم تحسين جودة الخدمة في تحقيق استدامة اقتصادية للعيادات الطبية من خلال تعزيز :تحقيق الاستدامة الاقتصادية المرضى المخلصون يساهمون في زيادة الإيرادات بفضل تكرار زياراتهم واستمرارهم في استخدام خدمات .ولاء العملاء العيادة على المدى الطويل. كما أن هؤلاء المرضى يقللون من الحاجة إلى التكاليف المرتفعة للتسويق، حيث أن التوصيات الشفهية والتجارب الإيجابية التي يشاركها المرضى الراضون تؤدي إلى جذب مرضى جدد بشكل طبيعي. هذا يساهم في تقليل تكاليف الترويج وزيادة الربحية العامة للعيادة.

بالتالي، تساهم هذه الدراسة بشكل فعال في تحسين العمليات اليومية للعيادات الطبية، مما يؤدي إلى زيادة كفاءة الخدمة وتحقيق استدامة اقتصادية طويلة الأمد.

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 تسهم في تعزيز هذا الولاء؟"

لسؤال الفرعي ١: ما هو تأثير سرعة الاستجابة للمواعيد واستجابة الكادر الطبي على ولاء العملاء؟

السؤال الفرعي ٢: كيف يؤثر مستوى الرعاية الصحية المقدمة على رضا المرضى وولائهم؟

السؤال الفرعي ٣: كيف يؤثر التعامل الشخصي مع المرضى على رضاهم وولائهم؟

اهداف البحث :

هدف البحث الرئيسي: استكشاف تأثير جودة الخدمة المقدمة في العيادات الطبية على ولاء العملاء

الهدف الفرعي: ١ تحليل دور الأطباء وموظفي العيادة في تحسين جودة الخدمة وولاء العملاء

الهدف الفرعي: ٢ تحليل تأثير السرعة في تقديم الخدمة، مثل مواعيد الاستجابة والاستشارات، على رضا المرضى وولائهم

الهدف الفرعي: ٣ تحليل تأثير الشفافية في تقديم المعلومات الطبية (مثل تشخيص الحالة والعلاج والتكاليف) على ولاء العملاء

الهدف الفرعي: ٤ تحديد تأثير الأسعار وسياسات التأمين الصحي على قرار المرضى بالاستمرار في زيارة العيادة وزيادة ولائهم

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية : هناك علاقة إيجابية قوية بين جودة الخدمة المقدمة في العيادات الطبية وولاء العملاء

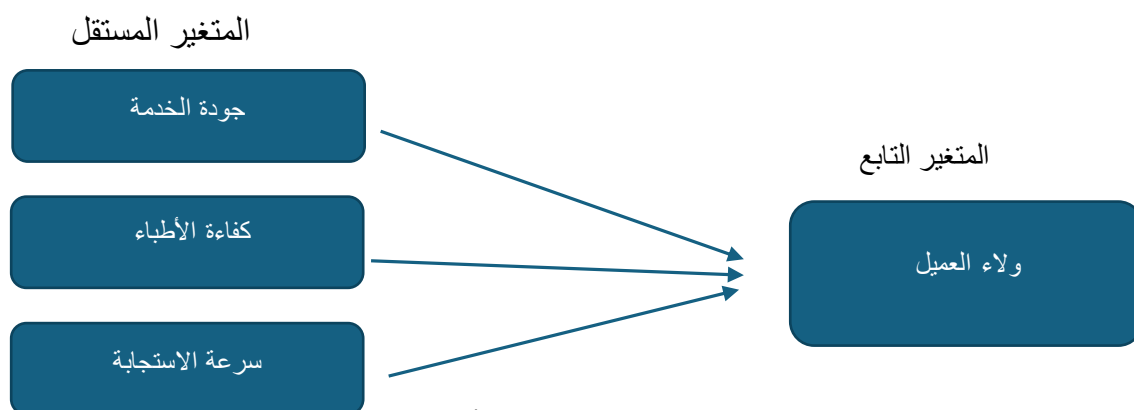
الفرضية الأولى Ha : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المقدمة في العيادات الطبية وولاء العملاء

الفرضية الثانية Hb : توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كفاءة الأطباء والتفاعل الإنساني مع المرضى وولاء العملاء في العيادات الطبية

الفرضية الثالثة Hc : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين سرعة استجابة العيادة لمواعيد المرضى وشكاواهم وولاء العملاء

نموذج البحث:

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات البحث وفرضيات البحث:



.H, Ha, Hb, Hc

الشكل ١: تم تصميمها بواسطة الباحث

منهجية البحث:

فلسفة البحث: الوضعية

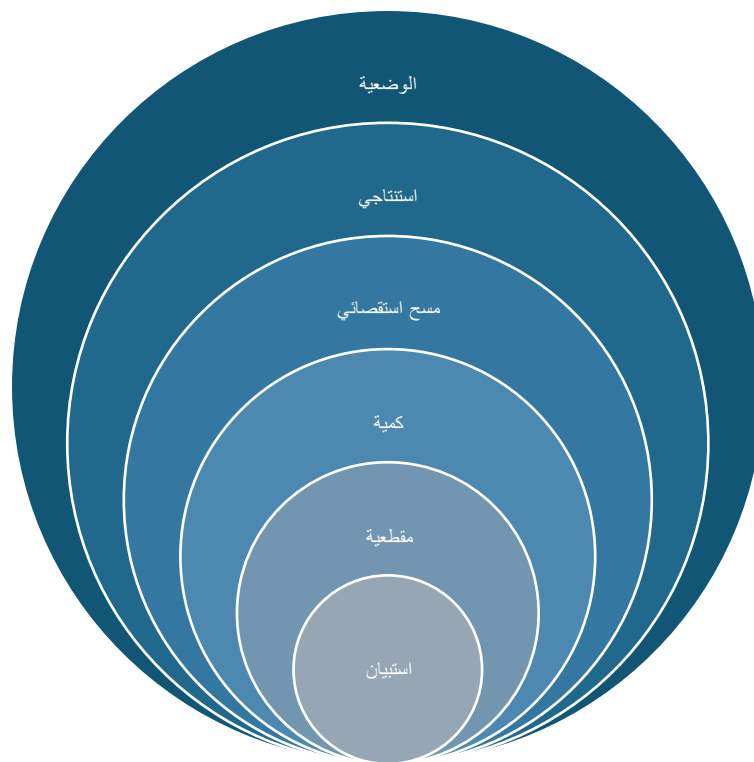
منهج البحث: الاستنتاجي

استراتيجية البحث: " مسح استقصائي " لجمع البيانات من عينة المرضى

نوع البحث: كمي

الأفق الزمني: مقطعي

التقنيات والاستراتيجيات: الاستبيان والتحليل الإحصائي



الشكل ٢: تم تصميمها بواسطة الباحث

الدراسة الميدانية:

تهدف عيادة بيرل الطبية في جده إلى تقييم العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في مجالات الأسنان، الجلدية، والتجميل حيث يتم التركيز على كفاءة الأطباء، التفاعل البشري، واستجابة العيادة للمواعيد والشكاوى وأظهرت النتائج أن جودة الخدمة تؤثر بشكل كبير في رضا العملاء وولائهم، مع تأثير إيجابي لكفاءة الأطباء والتفاعل الجيد، كما أظهرت الدراسة أهمية استجابة العيادة السريعة للمواعيد والشكاوى في تعزيز الولاء.

الفصل الثاني : الدراسات السابقة

المقدمة 1.2 :

تعد جودة الخدمة و ولاء العملاء من المواضيع الحيوية التي حظيت باهتمام واسع في الأدبيات العلمية، لا سيما في مجال الرعاية الصحية. وقد أظهرت الدراسات أن العلاقة بين جودة الخدمة و ولاء العملاء تعد من المحاور الأساسية التي تحدد نجاح المؤسسات في القطاع الطبي بشكل عام و العيادات الطبية بشكل خاص. على الرغم من التقدم الكبير الذي حققته العديد من المؤسسات الطبية في تحسين مستويات الخدمة التي تقدمها، لا تزال بعض العيادات تواجه تحديات في تحقيق ولاء المرضى على المدى الطويل. ويعود ذلك في كثير من الأحيان إلى عدم وضوح العلاقة بين جودة الخدمة و ولاء المرضى وكيفية تأثير العوامل المختلفة مثل الاحترافية الطبية، البيئة الصحية، و التواصل الفعال مع المرضى على هذا الولاء

تشير العديد من الأبحاث إلى أن جودة الخدمة في العيادات الطبية تتضمن مجموعة من العوامل التي تؤثر في تجربة المريض، مثل سرعة الاستجابة لاحتياجات المرضى، احترافية الطاقم الطبي، التقنيات المستخدمة، بالإضافة إلى البيئة التي تحيط بالمريض أثناء تلقي العلاج. ومن خلال هذه العوامل، يمكن تقييم مدى تلبية العيادة لاحتياجات المرضى، ومن ثم تحديد تأثيرها على ولاء المرضى واستمرارهم في التعامل مع العيادة. تشير بعض الدراسات إلى أن التواصل الجيد بين الطبيب والمريض يلعب دوراً كبيراً في تعزيز ثقة المرضى في العلاج المقدم، بينما تركز دراسات أخرى على البيئة الصحية المريحة والنظيفة في تحسين الشعور العام للمريض بالراحة

ومع ذلك، تظل هناك العديد من الفجوات في الأدبيات المتعلقة بتحديد العوامل المحددة التي تؤثر في ولاء المرضى في العيادات الطبية كما أن قلة الدراسات التي تتناول العلاقة بين هذه العوامل من جهة، وبين تأثيرها على استدامة العيادات من جهة أخرى، تشكل تحدياً في تُظهر الدراسات السابقة تبايناً في نتائجها بشأن كيفية تفاعل تطوير استراتيجيات فعالة من شأنها أن تعزز تجربة المريض و ولائه عوامل جودة الخدمة المختلفة مع ولاء المرضى، مما يستدعي ضرورة إجراء المزيد من الأبحاث المتخصصة في هذا المجال لضمان تطبيق ممارسات أفضل في إدارة العيادات الطبية

في هذا السياق، ستستعرض هذه الدراسة الأدبيات الحالية المتعلقة ب جودة الخدمة و ولاء العملاء في العيادات الطبية، مع التركيز على كما ستتطرق الدراسة إلى الفجوات .العوامل التي تم تحديدها من خلال الأبحاث السابقة والتي تؤثر بشكل مباشر في تجربة المريض التي تعاني منها الأدبيات العلمية في هذا المجال، مما يساهم في تقديم إسهامات جديدة تساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين جودة الخدمة في العيادات الطبية وبالتالي تعزيز ولاء المرضى

المبحث الأول : مفاهيم جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية:

تعريفه :

جودة الخدمة هي درجة التميز التي يتمتع بها المنتج أو الخدمة، ويشمل ذلك كل ما يقدمه مزود الخدمة من حيث التفاعل مع العملاء، المحتوى، التسليم، و التجربة العامة التي يحصل عليها العميل عند التعامل مع المؤسسة. في السياق الطبي، تشير جودة الخدمة إلى مدى تلبية احتياجات المرضى وتوقعاتهم في جميع جوانب العلاج، بدءاً من تقديم الرعاية الصحية وصولاً إلى التعامل البشري، البيئة المحيطة، و التجربة العامة للمريض في العيادة.

تطوره :

بدأ مفهوم جودة الخدمة في التطور بشكل ملحوظ منذ السبعينات، حيث كانت الشركات والمستشفيات تبحث عن طرق لتحسين الأداء وتعزيز رضا العملاء. في البداية، كانت الجودة تُقاس من خلال الإنتاجية والكفاءة. ومع مرور الوقت، ظهرت عدة نظريات ومفاهيم تسعى إلى تحديد الجودة من منظور العميل وليس فقط من خلال المعايير الفنية.

في السبعينات، بدأ التركيز على رضا العميل كعنصر أساسي لتحديد جودة الخدمة.

الذي قدمه باراسورامان وأيدن وجوزوليسكي، الذي يحدد فجوة الخدمة بين SERVQUAL في الثمانينات، تم تطوير نموذج التوقعات و التجربة الفعلية للعميل. هذا النموذج وضع الأساس لفهم العلاقة بين جودة الخدمة و رضا العميل.

TQM في التسعينات، تطورت الفكرة لتشمل التحسين المستمر، وبدأت المؤسسات في تطبيق أنظمة إدارة الجودة الشاملة مثل الـ (إدارة الجودة الشاملة).

في الألفية الجديدة، توسع مفهوم الجودة ليشمل إدارة العلاقات مع العملاء و تجربة العميل، مما يربط بين جودة الخدمة و ولاء العملاء.

أبعاده :

يختلف تعريف جودة الخدمة حسب الأبعاد التي يتم التركيز عليها في كل صناعة، وفي السياق الطبي، تتعدد الأبعاد الأساسية التي تُعتبر من مقومات جودة الخدمة:

- (Technical Quality) الكفاءة الفنية:
 - في العيادات الطبية، يتضمن هذا الاحترافية الطبية. تشمل المهارات الطبية و القدرة على تقديم العلاج المناسب للأطباء و الجودة العالية للأدوات و التقنيات المستخدمة.
- (Functional Quality) القدرة على التعامل:
 - هذا يشمل التعامل الجيد مع المرضى، مثل التواصل الفعال، الاستماع لاحتياجات. تشير إلى كيفية تقديم الخدمة للمريض، و القدرة على تقديم الإرشادات والتوجيه المناسب.
- الاستجابة:
 - قدرة العيادة على الاستجابة لاحتياجات المرضى بشكل سريع وفعال. في العيادات الطبية، يتضمن ذلك إدارة مواعيد المرضى، الرد السريع على الاستفسارات، و حل المشكلات المتعلقة بالخدمة.
- البيئة المادية:

- تلعب هذه الأبعاد دورًا. تشمل البيئة المحيطة بالمريض مثل نظافة العيادة، التصميم الداخلي، و الراحة العامة كبيرًا في تعزيز تجربة المريض.
- الثقة:
- العلاقة بين الطبيب والمريض التي تعتمد على الاحترافية و الخبرة، مما يعزز من شعور المريض بالثقة في الخدمات المقدمة.

نظرياته :

● نظرية الفجوة (SERVQUAL):

- طُورت هذه النظرية من قبل باراسورامان و أيدن و جوزوليسكي عام ١٩٨٥، وهي واحدة من أشهر النماذج في قياس جودة تتناول الفجوة بين توقعات العملاء و التجربة الفعلية التي يحصلون عليها من الخدمة. تنطوي على خمسة أبعاد. الخدمة. الملاءمة، الاستجابة، الثقة، التعاطف، و القدرة على الوصول: رئيسية

● نظرية إدارة الجودة الشاملة (TQM):

- هذه النظرية تركز على تحسين جودة الخدمة بشكل مستمر من خلال التعاون بين جميع الأطراف المعنية في المؤسسة. أهمية القياس المستمر والتطوير المستمر في كل جوانب تقديم الخدمة TQM تتضمن فلسفة

● نظرية القيمة المضافة:

- تشدد هذه النظرية على أهمية القيمة المضافة للعملاء من خلال تحسين تجربة العميل بشكل عام، وتؤكد على ضرورة تقديم خدمة شاملة ذات قيمة للعميل في مختلف جوانب الخدمة

● نظرية التجربة الشاملة:

- تركز هذه النظرية على تجربة العميل بشكل كامل وليس فقط على جودة الخدمة بشكل جزئي. تعترف بأن تجربة المريض تتأثر بكل التفاعلات مع العيادة، بداية من التفاعل الأول مع الاستقبال وحتى المغادرة

المبحث الثاني : لعلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية

تعريفه :

ولاء العملاء في العيادات الطبية يُعرَّف على أنه التزام المريض باستمرار استخدام الخدمات الصحية التي تقدمها العيادة أو المؤسسة الطبية، بسبب تجربته الإيجابية مع الخدمات المقدمة. يعكس ولاء العملاء في هذا السياق درجة الرضا التي يشعر بها المرضى من جراء جودة الخدمة، وتفاعل الأطباء مع المرضى، واستجابة العيادة لاحتياجاتهم ومتطلباتهم

الولاء في العيادات الطبية لا يعني فقط العودة لتلقي العلاج في المستقبل، بل يتضمن أيضاً التوصية بالعيادة للأصدقاء والعائلة، وكذلك تفضيل العيادة على غيرها من المنافسين في السوق. ولذلك، يُعتبر ولاء العملاء من الأهداف الأساسية التي تسعى العيادات الطبية لتحقيقها لضمان استمراريتها وزيادة قاعدة مرضاها

تطوره :

تطور مفهوم ولاء العملاء في العيادات الطبية مع مرور الوقت، خاصة مع تطور معايير الخدمة الصحية والاهتمام المتزايد بتجربة المريض. في الماضي، كان التركيز في العيادات الطبية على تقديم العلاج فقط، وكان الولاء يُبنى على أساس نجاح العلاج. ومع تطور القطاع الصحي، أصبح الولاء يعتمد على عوامل متعددة مثل تعامل الأطباء مع المرضى، وجودة الرعاية الصحية، وراحة المرضى أثناء زيارتهم

في العصر الحالي، تُعد تجربة المريض الشاملة هي المحرك الأساسي للولاء في العيادات الطبية، ويشمل ذلك بيئة العيادة، والتواصل مع المرضى، وكذلك كيفية الاستجابة لمطالبهم واحتياجاتهم. أصبحت العيادات الطبية تدرك أن جودة الخدمة لا تقتصر على العلاج فقط، بل تشمل جميع جوانب التفاعل مع المرضى

أبعاده :

تتعدد أبعاد ولاء العملاء في العيادات الطبية، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

١. **الولاء العاطفي**: وهو الولاء الذي ينشأ نتيجة لتجربة مرضية استثنائية أو اتصال إنساني قوي بين الطبيب والمريض. المرضى الذين يشعرون براحة عاطفية في العيادة يكونون أكثر ميلاً للعودة إليها.
٢. **الولاء السلوكي**: يتعلق بالسلوك الفعلي للمريض، مثل تكرار زيارة العيادة أو توصيته بها للآخرين. هذا النوع من الولاء يُظهر التزام المريض باستخدام الخدمات بانتظام.
٣. **الولاء التفضيلي**: يتمثل في تفضيل المريض للعيادة المعينة على غيرها من العيادات المنافسة، حتى وإن كان السعر أو العوامل الأخرى متشابهة.
٤. **الولاء التوصيبي**: يظهر عندما يوصي المريض بأفراد آخرين بزيارة نفس العيادة، ما يدل على ثقته العالية في الخدمة التي يتلقاها.

نظرياته :

تعد نظريات ولاء العملاء من الأسس التي تفسر كيفية بناء وتعزيز الولاء في العيادات الطبية. من أبرز هذه النظريات:

١. **نظرية التبادل الاجتماعي**: تقترح هذه النظرية أن العلاقة بين العميل (المريض) والعيادة تشبه العلاقة التبادلية بين طرفين. المريض يتوقع من العيادة تقديم خدمة عالية الجودة، والعيادة تتوقع من المريض الولاء. بناءً على ذلك، يكون الولاء نتيجة لتبادل المنافع بين الطرفين، حيث يحصل المريض على رعاية طبية متميزة في مقابل الاستمرار في استخدام خدمات العيادة.
٢. **نظرية الرضا والولاء**: تفترض هذه النظرية أن الولاء يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالرضا عن الخدمة. عندما تكون الخدمة التي يتلقاها المريض مرضية، يصبح أكثر ولاءً للمؤسسة الطبية. وبالعكس، فإن انخفاض الرضا يؤدي إلى انخفاض الولاء. فكلما كانت العيادة قادرة على تلبية توقعات المرضى بشكل جيد، زادت فرصة بناء ولاء مستدام.
٣. **نظرية التوقعات والواقع**: وفقاً لهذه النظرية، يُبنى ولاء العملاء على التوقعات التي يكون لدى العميل عند زيارة العيادة مقارنة بالتجربة الفعلية التي مر بها. إذا كانت التجربة الفعلية تفوق التوقعات، فسيؤدي ذلك إلى تعزيز الولاء. أما إذا كانت أقل من التوقعات، فقد يؤدي ذلك إلى انخفاض الولاء وربما خسارة العميل.
٤. **نظرية القيمة المدركة**: تشير هذه النظرية إلى أن المريض يوازن بين الفوائد التي يتلقاها من العيادة (مثل العلاج الجيد والخدمات المريحة) والتكاليف (مثل الأسعار أو الانتظار). إذا كانت القيمة المدركة للمريض عالية، فإنه يصبح أكثر ولاءً للعيادة.

٥. ..خامساً: أهمية ولاء العملاء في العيادات الطبية

ولاء العملاء في العيادات الطبية يعد من العوامل الأساسية التي تساهم في استدامة العيادة وزيادة رضا المرضى. العيادات التي تتمكن من بناء علاقة مستدامة مع مرضاها تتمتع بسمعة جيدة، مما يعزز من قدرتها التنافسية. كما أن الولاء يؤدي إلى زيادة التوصيات الشخصية، وبالتالي يمكن أن يساعد في جذب مرضى جدد وتحقيق نمو طويل الأمد.

٥.

العلاقة بين المتغيرات : العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية

تحليل العلاقات بين المتغيرات

عند تحليل العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية ، يتضح ان هناك تأثيرات متبادلة و معقدة بين هذين المتغيرين بناء على الدراسات السابقة ، يمكن تلخيص التحليل في النقاط التالية :

الأنماط :

١ . تتعدد الأنماط التي تناولتها الدراسات السابقة فيما يتعلق بالعلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية، ويمكن تلخيص أهم الأنماط كالتالي:

٢ . **الأنماط الإيجابية (التربط القوي بين جودة الخدمة وولاء العملاء):**

a. الدراسات التي أكدت العلاقة الإيجابية المباشرة بين جودة الخدمة وولاء العملاء: أشارت العديد من الدراسات إلى أن تحسين جودة الخدمة في العيادات الطبية يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء. فكلما تحسن مستوى الخدمة المقدمة من حيث الرعاية الطبية، التعامل الإنساني مع المرضى، استجابة العيادة لملاحظات المرضى، كانت العلاقة بين العيادة ومرضاها أقوى، مما يعزز الولاء.

b. مثال من دراسة (اسم الباحثين، سنة): أظهرت الدراسة أن المرضى الذين شعروا بتلبية احتياجاتهم الطبية والعاطفية في العيادة كانوا أكثر ولاءً، وأبدوا رغبتهم في العودة مجددًا واستخدام الخدمات المستقبلية.

٣ . **الأنماط المركبة (العوامل المتداخلة المؤثرة على العلاقة بين الجودة والولاء):**

a. دراسات تطرقت إلى تأثير عوامل متعددة على العلاقة: بعض الدراسات أظهرت أن جودة الخدمة وحدها لا تضمن الولاء، بل هناك عوامل أخرى مثل كفاءة الأطباء، استجابة العيادة للشكاوى، وتوافر مواعيد مرضية تلعب دورًا مهمًا في تعزيز الولاء. وهذا يعكس أن العلاقة بين الجودة والولاء ليست مباشرة دائمًا، بل قد تتداخل مع عوامل أخرى.

٤ . **الأنماط التفاعلية (العلاقة المتبادلة بين جودة الخدمة وولاء العملاء):**

a. الدراسات التي تطرقت إلى التفاعل بين المرضى والأطباء: أظهرت بعض الدراسات أن العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء قد تتأثر بتفاعل المرضى مع الأطباء، حيث يعتبر التعامل الإنساني والاحترافية في التواصل أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر في رضا المرضى وبالتالي في ولائهم للعيادة.

الصراعات :

بالرغم من التوافق العام في الدراسات حول أهمية جودة الخدمة في تعزيز ولاء العملاء، إلا أن هناك بعض الصراعات أو التباين في النتائج بين الدراسات. أبرز هذه الصراعات تشمل:

١ . **تباين مفهوم جودة الخدمة:**

○ بعض الدراسات ترى أن جودة الخدمة تقتصر على الجوانب التقنية فقط (مثل العلاج الطبي الدقيق)، بينما ترى دراسات أخرى أن جودة الخدمة تشمل أيضًا الجوانب غير الطبية مثل الراحة النفسية للمريض، بيئة العيادة، وأسلوب تعامل الأطباء مع المرضى. هذا الاختلاف قد يسبب صراعًا في تحديد المدى الكامل لمفهوم جودة الخدمة.

٢ . **الاختلاف في تأثير العوامل الأخرى:**

○ على الرغم من أن معظم الدراسات تتفق على أن هناك علاقة قوية بين جودة الخدمة وولاء العملاء، إلا أن بعضها يرى أن العوامل مثل استجابة العيادة لمشاكل المرضى والشكاوى قد تكون أكثر أهمية من جودة الخدمة نفسها في تعزيز الولاء. هذا الصراع يعكس التحدي في تحديد أولويات العوامل المؤثرة في الولاء.

٣. التفاوت في نتائج الدراسات بسبب الفروق الثقافية:

- تختلف بعض الدراسات في نتائجها بناءً على البيئة الثقافية التي تم إجراؤها فيها. على سبيل المثال، قد يكون مفهوم الولاء لدى المرضى في الدول الغربية مختلفاً عنه في الدول العربية، مما قد يسبب اختلافات في كيفية تأثير جودة الخدمة على الولاء.

الفجوات :

رغم الدراسات العديدة التي تناولت العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء، إلا أن هناك العديد من الفجوات البحثية التي تحتاج إلى مزيد من الاستكشاف في المستقبل:

١. دراسات تتعلق بالعوامل النفسية للمريض:

- معظم الدراسات تركز على الجوانب العملية لجودة الخدمة، مثل الكفاءة الطبية والوقت المخصص للمريض، لكن قلة من الدراسات تناولت الأبعاد النفسية مثل الشعور بالأمان والراحة العاطفية للمريض ومدى تأثيرها على الولاء. يمكن لدراسة هذه الأبعاد النفسية أن تقدم رؤى أعمق حول كيفية تعزيز الولاء في العيادات الطبية.

٢. تأثير الولاء العاطفي مقابل الولاء السلوكي:

- تحتاج الدراسات إلى استكشاف الفرق بين الولاء العاطفي (الذي يعتمد على التجربة النفسية والمشاعر تجاه العيادة) والولاء السلوكي (الذي يظهر من خلال تكرار الزيارة أو التوصية بالعيادة). هذا الجانب يمكن أن يساعد في تحديد العوامل التي تؤدي إلى تحول الولاء العاطفي إلى سلوك فعلي.

٣. دراسات مقارنة بين مختلف أنواع العيادات:

- لم يتم التركيز بشكل كافٍ على مقارنة العيادات ذات التخصصات المختلفة (مثل عيادات الأسنان، الجلدية، العيادات العامة) فيما يتعلق بتأثير جودة الخدمة على الولاء. قد تكون هناك فروقات ملحوظة في كيفية تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء باختلاف التخصصات الطبية.

٤. دراسات على المدى الطويل:

- معظم الدراسات تركز على تأثير جودة الخدمة على الولاء على المدى القصير. الفجوة تكمن في الحاجة لدراسات طويلة المدى لفهم كيف يمكن لجودة الخدمة أن تؤثر في الولاء عبر الزمن، خاصة عندما يتعرض المرضى لتجارب متكررة أو يتعاملون مع فرق طبية مختلفة.

الخاتمة :

في ختام هذا البحث، يمكننا التأكيد على أن جودة الخدمة في العيادات الطبية تلعب دوراً محورياً في تعزيز ولاء العملاء. من خلال تحليل العلاقة بين هذين المتغيرين، تبين أن توفير رعاية صحية متميزة لا يقتصر فقط على الكفاءة العلاجية، بل يشمل أيضاً جوانب عديدة مثل التعامل الإنساني مع المرضى، بيئة العيادة، والقدرة على الاستجابة لملاحظات المرضى. هذه العوامل مجتمعة تسهم في خلق تجربة إيجابية تعزز من رضا المرضى وبالتالي ولائهم المستدام للعيادة. علاوة على ذلك، أظهرت الدراسات السابقة تنوعاً في الآراء حول تأثير العوامل المختلفة على العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء، مما يبرز الحاجة إلى المزيد من البحث لفهم هذا التأثير بشكل أعمق. كما أظهرت الفجوات البحثية في هذا المجال ضرورة تناول الجوانب النفسية للمرضى وتأثيرها على الولاء، بالإضافة إلى دراسة العلاقة على المدى الطويل والاختلافات بين التخصصات الطبية المختلفة. من المهم أن تستمر العيادات الطبية في تبني استراتيجيات مبتكرة لتحسين جودة الخدمة من خلال تحسين كفاءة الأطباء وتقديم بيئة مرضية للمرضى. ومن خلال الاستفادة من نتائج هذا البحث، يمكن للعيادات الطبية تعزيز قدرتها على جذب والاحتفاظ بالمرضى، مما يساهم في تعزيز مكانتها التنافسية في السوق الطبي.

تلخيص النتائج من الدراسات السابقة :

تتعدد الدراسات التي تناولت العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية، وقد خلصت هذه الدراسات إلى عدة نتائج رئيسية يمكن تلخيصها على النحو التالي:

١. علاقة إيجابية بين جودة الخدمة وولاء العملاء:

- أظهرت معظم الدراسات أن هناك علاقة قوية وإيجابية بين جودة الخدمة وولاء العملاء. عندما تكون الخدمة عالية الجودة، سواء من حيث الكفاءة العلاجية أو التعامل الإنساني مع المرضى، يزيد رضا المرضى، مما يعزز ولاءهم ويشجعهم على العودة إلى العيادة واستخدام خدماتها مجدداً. كما أكدت بعض الدراسات أن المرضى الذين شعروا بتلبية احتياجاتهم الشخصية والعاطفية في العيادة أصبحوا أكثر استعداداً للتوصية بها للآخرين.

٢. أثر كفاءة الأطباء والتفاعل الإنساني:

- كشفت بعض الدراسات أن كفاءة الأطباء والتفاعل الإنساني مع المرضى هما من أبرز العوامل التي تؤثر في ولاء العملاء. التعامل الجيد من قبل الأطباء، والاستماع إلى احتياجات المرضى، وتوفير رعاية طبية متكاملة، كلها تؤدي إلى تحسين العلاقة بين الطبيب والمريض، مما يعزز من ولاء المريض للعيادة. كما أن احترام المريض وتقديره يزيد من شعوره بالراحة، مما يساهم في زيادة الولاء.

٣. استجابة العيادة لملاحظات المرضى:

- وجدت دراسات أخرى أن استجابة العيادة لملاحظات المرضى تعد من العوامل الهامة في تعزيز الولاء. حيث أشارت هذه الدراسات إلى أن العيادات التي تستجيب بسرعة وفعالية لمشاكل المرضى أو شكاواهم، وتحسن من خدماتها بناءً على تعليقاتهم، تعزز من ثقة المرضى في العيادة وتزيد من ولائهم. وقد أظهرت هذه الدراسات أن استجابة العيادة تعكس مستوى عالٍ من الاحترافية والعناية.

٤. الاختلافات الثقافية وأثرها على الولاء:

- كما أظهرت بعض الدراسات الاختلافات الثقافية في فهم وقياس ولاء العملاء. حيث أن الولاء قد يختلف بين ثقافات مختلفة بناءً على المعايير الاجتماعية والتوقعات الثقافية. في بعض الثقافات، قد يكون الولاء أقوى بناءً على تعامل الأطباء والموظفين مع المرضى، بينما في ثقافات أخرى قد يكون العامل الرئيس هو جودة العلاج فقط.

٥. الفجوات في دراسة العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء:

- على الرغم من التوافق العام في الدراسات حول وجود علاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء، إلا أن هناك فجوات بحثية تحتاج إلى المزيد من الاستكشاف. من بين هذه الفجوات دراسة تأثير الجوانب النفسية مثل الراحة النفسية والأمان العاطفي على الولاء، وكذلك دراسة الولاء العاطفي مقابل الولاء السلوكي (أي تكرار الزيارة مقابل

التوصية بالعيادة). بالإضافة إلى ذلك، هناك حاجة لمزيد من الدراسات التي تركز على دراسات طويلة المدى لفهم العلاقة بين هذه المتغيرات عبر الزمن.

٦. التركيز على جودة الخدمة الشاملة:

- وجدت بعض الدراسات أن الجودة لا تتعلق فقط بالجوانب الطبية والتقنية، بل تشمل أيضاً جوانب مثل البيئة الجسدية للعيادة (مثل النظافة وراحة المريض) و التعامل مع المرضى من حيث احترام وقتهم وتلبية احتياجاتهم. كانت هذه العوامل تؤثر بشكل كبير في رضى المرضى وبالتالي في ولائهم للعيادة.

المساهمة الإجمالية للبحث :

يقدم هذا البحث مساهمات هامة تساهم في إثراء المعرفة العلمية حول العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية. تتمثل المساهمات الإجمالية في النقاط التالية:

١. تحليل معمق للعلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء:

- يساهم البحث في تقديم تحليل شامل للعلاقة المتبادلة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في العيادات الطبية، حيث يوضح كيفية تأثير كل من الكفاءة الطبية، التعامل الإنساني، واستجابة العيادة على ولاء المرضى. هذا التحليل يساهم في توجيه العيادات الطبية إلى استراتيجيات لتحسين جودة الخدمة بما ينعكس إيجاباً على الولاء.

٢. تسليط الضوء على العوامل المؤثرة في تعزيز الولاء:

- أتاح البحث الفرصة لفهم العوامل المتداخلة التي تؤثر في ولاء العملاء بشكل أعمق، مثل بيئة العيادة، التفاعل الإنساني بين الأطباء والمرضى، والاستجابة الفعالة لشكاوى المرضى. تساهم هذه المساهمة في توجيه العيادات الطبية إلى تعزيز هذه الجوانب لتحقيق ولاء طويل الأمد من المرضى.

٣. تحديد الفجوات البحثية والفرص المستقبلية:

- من خلال استعراض الدراسات السابقة، ساعد البحث في تحديد الفجوات البحثية التي تحتاج إلى المزيد من الاستكشاف، مثل تأثير الجوانب النفسية على ولاء المرضى، ودراسة العلاقة بين الولاء العاطفي والولاء السلوكي. هذه المساهمة تفتح مجالاً للأبحاث المستقبلية التي تساهم في تقديم رؤية شاملة حول كيفية بناء وتعزيز الولاء في العيادات الطبية.

٤. إثراء مفهوم "جودة الخدمة" في القطاع الطبي:

- يساهم البحث في توسيع مفهوم جودة الخدمة في العيادات الطبية ليشمل جوانب متعددة مثل الراحة النفسية للمريض و التعامل الإنساني، مما يساهم في توفير صورة متكاملة لمدى تأثير هذه العوامل على رضا المريض وولائه. هذه الإضافة يمكن أن تساعد في تطوير نماذج تقييم جودة الخدمة التي تراعي جميع الأبعاد النفسية والطبية للمريض.

٥. تقديم توصيات عملية للعيادات الطبية:

- يتضمن البحث مجموعة من التوصيات العملية التي يمكن أن تستفيد منها العيادات الطبية لتحسين جودة الخدمة وتعزيز ولاء المرضى. هذه التوصيات تستند إلى نتائج البحث التي توضح أهمية تحسين العوامل الإنسانية والطبية في العيادات.

٦. مساهمة في تحسين السياسات التسويقية في العيادات الطبية:

- من خلال فهم العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء، يساهم البحث في دعم العيادات في وضع استراتيجيات تسويقية فعالة تعتمد على تعزيز الولاء. يمكن للعيادات بناء حملات تسويقية تعتمد على تحسين تجربة المريض وتعزيز الثقة والارتباط العاطفي مع المرضى.

قائمة المراجع :

١. زغوان & أحمد. دور جودة الخدمات الالكترونية في زيادة ولاء الزبائن دراسة حالة مؤسسة الاتصالات "اوريدو" وكالة السوادي. (Doctoral dissertation).
٢. بن عليوش & توفيق. (2018). دور التوجه السوقي في تعزيز ولاء العميل: دراسة حالة شركة جازي. (Doctoral dissertation).
٣. جيني هايز، فرانسيس دريدج، إدارة خدمة العملاء، القاهرة: دار الفاروق.
٤. للإستثمارات الففافية، ٢٠١٩.
٥. د/ مدحت محمد أبو النصر، أسس الخدمة المتميزة للعملاء، القاهرة:
٦. المجموعة العربية للتدريب والنشر، ٢٠٢٠.
٧. مصطفى محمد بطور، قياس جودة خدمة التليفون المحمول دراسة تطبيقية على شركتي موبينيل وفودافون"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة طنطا: كلية التجارة، ٢٠٢٠.
٨. محمد سعد السمرائي، دراسة للعوامل المؤثرة على القدرة التنافسية للخطوط الجوية العربية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس: كلية لتجارة، ٢٠١٦.
٩. عفاف عبد المنعم النطاوي، دور الإستراتيجيات التسويقية في تضيق الفجوة بين توقعات العملاء وتقييمهم لجودة الخدمة وتأثير ذلك على مؤشرات الأداء : دراسة ميدانية بالتطبيق على محطات الخدمة وشركات البترول، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة قناة السويس: كلية التجارة، ٢٠٠٩.
١٠. عمرو وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة - بعد إستراتيجي، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.
١١. جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية، مدخل لتحقيق ميزة تنافسية القرن ٢١، الإسكندرية: الدار الجامعية، ٢٠١٦.
١٢. شير العلاق وحמיד الطالي، تسويق الخدمات، مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي، دار زهران،
١٣. الاردن، ١٩٩٩.
١٤. نعيب رحب، دراسة السوق، دار العلوم والاستراتيجيات، ديران المطبوعات
١٥. الجامعية، الجزائر ٢٠٠٧.
١٦. ثامر البكري، التسويق أسس و المفاهيم المعاصرة، الطبعة ٠٤، اليازوري، الاردن، ٢٠٠٦.
١٧. جيل غيرفن، طرق كسب الزبائن وزيادة الأرباح ، كيف تكسب ولانهم وكيف تحافظ عليهم، تعريب أيمن الأرمنازي، مكتبة العبيكان، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠١.
١٨. علاء عباس، ولاء المستهلك، كيفية تحقيقه والحفاظ عليه، الدار الجامعية، مصر، ٢٠٠٩.
١٩. معراج هوارى، دريان أمينة، أحمد محدل، سياسات وبرامج ولاء الزبون وأثرها على سلوك المستهلك، دار الكنور المعرفة، الأردن، ٢٠١٣.
٢٠. بشير عباس العلاق، الخدمات الالكترونية بين النظرية والتطبيق، المنظمة العربية للشمية الإدارية، القاهرة ،مصر ،٢٠٠٤.
٢١. نجم عبود بحم، الجودة الالكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨.
٢٢. أحمد محمد سمير ،التسويق الالكتروني، ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠٠٩.