

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

تحية طيبة،

أود أن أعبر عن شكري العميق وتقديري لجهودكم في البحث المهم. فقد قدمت دراسة قيمة ومفيدة حول هذا الموضوع الحيوي، وأظهرتم بمهارة كيف يمكن تعزيز رضا العملاء من خلال تحسين جودة الخدمات. شكرًا لأسلوبكم الدقيق والمنهجي في إجراء البحث، واستخدام أدوات التحليل المناسبة للوصول إلى نتائج قيمة. توصلتم إلى استنتاجات هامة تتعلق بأهمية توفير جودة الخدمات وتأثيرها على رضا العملاء. هذا يسهم في إثراء فهمنا للعلاقة بين العملاء والخدمات التي يتلقونها. أشكركم على هذا العمل الرائع وعلى جهودكم المستمرة في تطوير المعرفة في مجال جودة الخدمات ورضا العملاء.

مع خالص التقدير،

هبة حامد الشيخ

الإهداء

إلى فريق البحث المتميز،

أتوجه بأصدق التهاني والتقدير لكم على الجهود الجبارة التي بذلتموها في إنجاز البحث القيم. بفضل تفانيكم وتفاعلكم المستمر، استطعتم تسليط الضوء على الدور الحاسم الذي تلعبه جودة الخدمات في تحقيق رضا العملاء.

أشكركم على العمل الجاد والمثابرة في تنفيذ البحث وتحليل البيانات بدقة واحترافية. من خلال جهودكم، تم إبراز أهمية تقديم خدمات عالية الجودة في تعزيز رضا العملاء وبناء علاقات قوية ومستدامة معهم.

إن إنجاز هذا البحث يعكس الالتزام العميق الذي أظهرتموه تجاه استكشاف التحديات وتطوير المعرفة في مجال جودة الخدمات ورضا العملاء. أنا واثق بأن هذا البحث سيسهم في تحسين ممارسات الخدمات وتعزيز تجربة العملاء في مختلف الصناعات والقطاعات.

أود أن أعبر عن امتناني العميق لكم على تفانيكم وشغفكم في هذا المجال المهم. قدمتم إسهامًا قيمًا ومبتكرًا، وأتطلع إلى رؤية المزيد من الأبحاث والمساهمات المستقبلية من جانبكم في هذا المجال المتطور.

مع أطيب التمنيات والتقدير،

هبة حامد الشيخ

جدول المحتويات

1		صفحة الغلاف
2		الشكر والتقدير
3		الإهداء
7		المقدمة:
9		مشكلة البحث:
9		❖ الفجوات النظرية
9		❖ الفجوات التطبيقية
10		أهمية البحث:
10		❖ الأهمية النظرية
10		❖ الأهمية العلمية
11		أسئلة البحث:
11		أهداف البحث:
11		فرضيات البحث:
12		نموذج البحث:
13		منهجية البحث:
14		الدراسات الميدانية:
15		مخطط المشروع:
17		الدراسات السابقة والإطار النظري:
17		1.2 مقدمة:
17		2.2 جودة الخدمات:
18		3.2 رضا العملاء:
19		4.2 العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء:
23		5.2 خاتمة:
24		المراجع:

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
12	النموذج المقدم للمشروع المصدر له الطالب	1
13	منهجية البحث للمشروع المصدر له الطالب	2
20	العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون. المصدر (بكر اوي، 2022)	3
21	نموذج كانون لرضا العملاء. المصدر (الغزالي، 2014)	4
21	العلاقة التفاعلية بين رضا الزبون وجودة الخدمة. المصدر (خنير ومرايمي، 2017)	5
22	مفهوم الجودة. المصدر (عيشوني، 2019)	6
22	العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء. المصدر (مبارك، 2023)	7

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

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 التمييز 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 كافٍ للسكان المستهدفين، مما يؤدي إلى 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 أن 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 أن العينة غير ممثلة لأنها صغيرة مما يقلل من قدرتها على التعميم لجميع العملاء بالسوق. (أندرسون، 1994)

وكذلك تتماثل مع جودة الخدمة أنها تعتمد على التقييمات الذاتية للعملاء فتعتمد بشكل كبير على الاستبيانات دون مراعاة جوانب أخرى مثل السلوك الفعلي للعميل أو 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)

وأيضًا 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 أيضًا 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)

وأيضًا هناك فجوة بين تسليم الخدمة والتواصل العلني الذي يحدث من خلال عدم توافق الاتصالات العامة أو الإعلانات للخدمة بنفس الطريقة المعلن عنها أي أن الخدمة الفعلية التي يتم تقديمها مختلفة تمامًا 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 استنادًا إلى التواصل العلني المعلن عنه وما تم الحصول عليه بالفعل في أرض الواقع. (زايتامل، 1990)

فإن الفجوات في جودة خدمة العملاء تشير إلى 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 الأمل وعدم رضاهم عما تم تقديمه لهم. (زايتامل، 1990)

وتؤدي هذه الفجوات إلى تدهور العلاقة القائمة بين العميل والشركة المقدمة للخدمة ويمكن أن تؤدي بشكل كبير إلى انتقال العميل من الشركة إلى المنافسين لها وخسارة العميل وأيضًا 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 إلى 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 الأمر مثير للشكوك حول صحة هذه الاستنتاجات والتوصيات المستخلصة من هذه الدراسات. (باراسورامان، 1988)

لذا يهدف هذا البحث إلى 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 وربح 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 أيضا فجوات تطبيقية ينبغي أن يتم التطرق لها وتبسيط 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 لتعزيز 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:

سؤال البحث الرئيسي " ماهو تأثير جودة الخدمات على رضا العملاء؟ "

- (1) كيف يمكن تحسين دقة واعتمادية تقديم الخدمة؟
- (2) كيف يمكن تحسين استجابة مقدم الخدمة لاحتياجات العملاء؟
- (3) كيف يمكن تشجيع الموظفين على تقديم خدمة شخصية وحلول مخصصة لكل عميل؟
- (4) كيف يمكن بناء الثقة بين العملاء ومقدم الخدمة؟
- (5) ماهي الأدوات أو التقنيات التي يمكن استخدامها لتعزيز المظاهر الملموسة؟
- (6) كيف يمكن تقديم توقعات واقعية للعملاء بشأن جودة الخدمات المقدمة؟

أهداف البحث:

- (1) تحسين دقة واعتمادية تقديم الخدمة.
- (2) تحسين استجابة مقدم الخدمة لاحتياجات العملاء.
- (3) تشجيع الموظفين على تقديم خدمة شخصية وحلول مخصصة لكل عميل.
- (4) بناء الثقة بين العملاء ومقدم الخدمة.
- (5) استخدام الأدوات أو التقنيات لتعزيز المظاهر الملموسة.
- (6) تقديم توقعات واقعية للعملاء بشأن جودة الخدمات المقدمة.

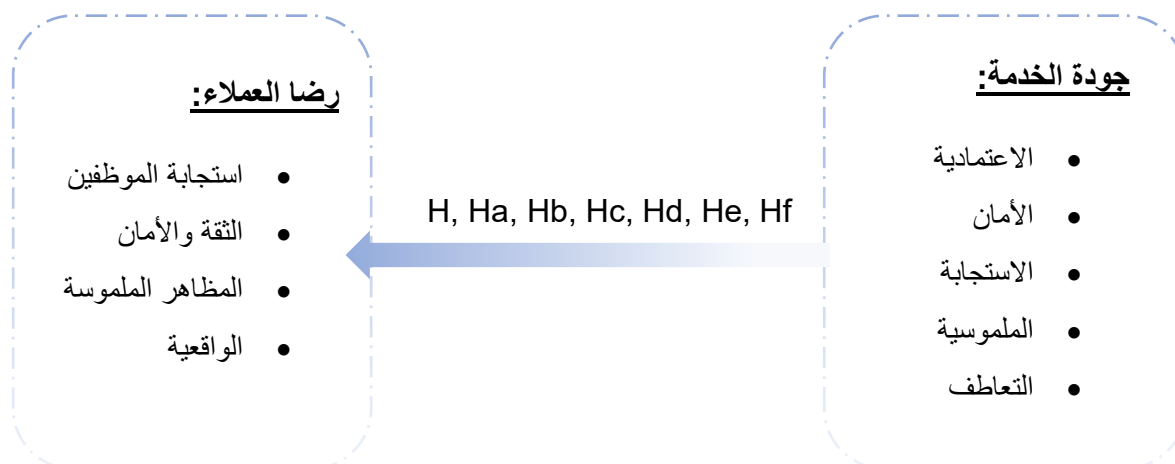
فرضيات البحث:

H توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء.

- Ha توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تحسين الدقة واعتمادية تقديم الخدمة.
- Hb توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تحسين استجابة مقدم الخدمة واحتياجات العملاء.
- Hc توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تشجيع الموظفين وتقديم خدمة شخصية وحلول مخصصة لكل عميل.
- Hd توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين بناء الثقة بين العملاء ومقدم الخدمة.
- He توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأدوات أو التقنيات لتعزيز المظاهر الملموسة.
- Hf توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تقديم توقعات واقعية للعملاء وجودة الخدمات المقدمة.

نموذج البحث:

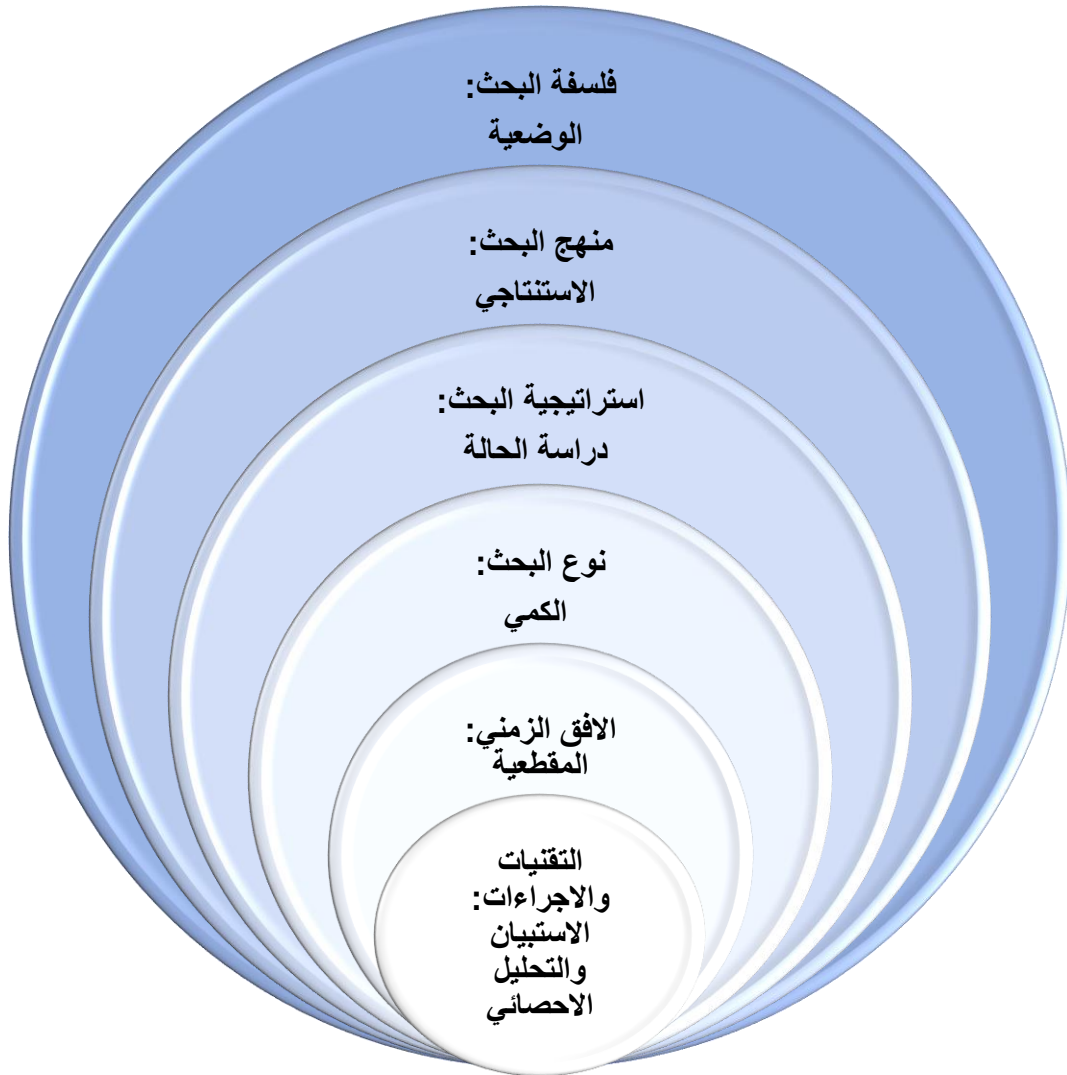
يوضح الشكل التالي بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي:



الشكل 1: النموذج المقدم للمشروع المصدر له الطالب

منهجية البحث:

1. فلسفة البحث: الوضعية.
2. منهج البحث: الاستنتاجي.
3. استراتيجية البحث: دراسة الحالة.
4. نوع البحث: الكمي.
5. الأفق الزمني: المقطعية.
6. التقنيات والاجراءات: الاستبيان والتحليل الاحصائي.



الشكل 2: منهجية البحث للمشروع المصدر له الطالب

الدراسات الميدانية:

مستشفى السعودي الألماني في جدة هو مرفق صحي متخصص في علاج ورعاية الأورام. يهدف المستشفى إلى توفير رعاية شاملة وعالية الجودة للمرضى المصابين بالأمراض السرطانية.

يتمتع المستشفى بالعديد من الميزات والخدمات التي تجعله واحدًا من المرافق الطبية المرموقة في المنطقة. يتوفر في المستشفى فريق طبي متخصص ومؤهّل يتعامل مع مختلف أنواع الأورام ويقدم العلاج اللازم للمرضى.

ويضم المستشفى أحدث التقنيات والتجهيزات الطبية اللازمة لتشخيص وعلاج الأورام. يتوفر في القسم الخاص بالأورام فريق متكامل من أطباء الأورام والمرضى المتخصصين والمساعدین الطبيين الذين يعملون معًا لتقديم الرعاية الشاملة للمرضى.

تشمل الخدمات التي يقدمها قسم الأورام في المستشفى التشخيص المبكر والفحوصات اللازمة للاشتباه في وجود الأورام، بالإضافة إلى العلاج الكيميائي والإشعاعي والجراحي. يتم تنفيذ هذه الخدمات باستخدام أحدث التقنيات والإجراءات الطبية المتاحة.

بالإضافة إلى الرعاية الطبية، يهتم المستشفى بتوفير الدعم النفسي والاجتماعي للمرضى وعائلاتهم، حيث يتم توفير خدمات الاستشارة والدعم النفسي للمساعدة في التعامل مع التحديات النفسية والعاطفية المرتبطة بمرض السرطان.

يعمل المستشفى بنظام متكامل للرعاية المركزة، حيث يوفر راحة للمرضى أثناء فترة علاجهم. كما يتوفر في المستشفى تجهيزات حديثة للراحة والاسترخاء، بما في ذلك غرف الانتظار المريحة والمرافق الطبية المتطورة.

باختصار، يقدم مستشفى السعودي الألماني في جدة قسم الأورام رعاية متخصصة وشاملة للمرضى المصابين بالأورام، باستخدام أحدث التقنيات والإجراءات الطبية. يهتم المستشفى بتوفير الرعاية الشاملة والدعم النفسي للمرضى وعائلاتهم، مما يجعله واحدًا من المرافق الطبية المرموقة في المنطقة.

مخطط المشروع:

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الاحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الدراسات السابقة والإطار النظري:

هذا الفصل يحتوي على الدراسات السابقة للمتغيرات الخاصة بهذا البحث وعلاقتها ببعضها البعض.

1.2 مقدمة:

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)

2.2 جودة الخدمات:

وفقاً للأبحاث السابقة فقد تم التطرق إلى جودة الخدمات من عدة جوانب:

يعتبر مفهوم الجودة في التعليم العالي -وفقاً لما تم الاتفاق عليه في مؤتمر اليونسكو للتعليم الذي أُقيم في باريس (1998م) - مفهوماً متعدد الأبعاد ينبغي أن يشمل جميع وظائف التعليم وأنشطته مثل: المناهج الدراسية، والبرامج التعليمية، والبحوث العلمية، والطالب، والمباني، والمرافق والأدوات، وتوفير الخدمات للمجتمع المحلي، والتعليم الذاتي الداخلي، وتحديد معايير مقارنة للجودة معترف بها دولية (عبد المجيد وآخرون، 2012، 182).

ويرى الصرايرة والعساف (2008) أن الجودة في مؤسسات التعليم العالي ما هي إلا فلسفة إدارية تسعى للتكامل في خصائص المنتج (الطالب)، وإحداث تغييرات إيجابية داخل المؤسسة التعليمية، لتشمل مجموعة من القيم والمعتقدات التنظيمية، والمفاهيم الإدارية، والفكر والسلوك والنمط القيادي، وأنظمة العمل والإجراءات، ونظم التقييم والمتابعة، للوصول إلى مستوى الجودة التي تلبي احتياجات المجتمع ومتطلباته وتكون عملية التحسين والتطوير مستمرتين (الصرايرة والعساف، 2008، 10).

وبالتالي فإن مفهوم الجودة في التعليم -وبالأخص في مجال التعليم العالي- مفهوماً واسعاً، يتطرق إلى الجهود المبذولة من المؤسسات التعليمية المعنية والأفراد العاملين بها لإيجاد بيئة تعليمية تفوق التوقعات الخاصة لكافة المستفيدين، وتتفق مع المعايير والأسس المحددة بصورة مسبقة لكفاءة النظام التعليمي وفاعليته. (الشهراني، 2022)

وكشفت دراسة الحدابي وقشوه (2009) عن مستوى جودة الخدمة التعليمية بكلية التربية بحجة جامعة عمران من وجهة نظر طلبة الأقسام العلمية، وتم استخدام المنهج الوصفي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الأقسام العلمية (فيزياء- كيمياء - أحياء) بالمستويين الأول والرابع، والبالغ عددهم (300) طالباً وطالبة وتم تبني أداة مقننة لهذه الدراسة (الحدابي و عكاشة، 2007)، وهي استبيان يحوي تسعة محاور (المادة العلمية، أعضاء هيئة التدريس، المكتبة، الموظفون، القبول والتسجيل، والأنشطة الطلابية، والصورة الذهنية للجامعة، والتوظيف،

والبنية التحتية)؛ وقد أظهرت النتائج أن مستوى جودة الخدمة التعليمية بكلية التربية بحجة جامعة عمران دون المستوى المطلوب.

دراسة (إدريس 1996): استهدفت تطبيق مقياس الفجوة SERVQUAL لتقييم الخدمة المقدمة من المستشفيات الحكومية بدولة الكويت ومن نتائجها عجز الإدارة عن معرفة توقعات العملاء نحو الخدمة الصحية وذلك بالنسبة للمظاهر التي تمثل التعاطف وخاصة ملائمة ساعات العمل والوقت المخصص لتقديم الخدمة الصحية للمريض وكذا المظاهر التي تمثل الاستجابة وخاصة الرد الفوري على استفسارات وشكاوى المريض وإخباره بميعاد تقديم الخدمة والانتهاز منها بطريقة دقيقة.

دراسة (جماعة، 1998): استهدفت تحديد إدراك العملاء للأهمية النسبية لمحددات جودة الخدمة الصحية بالتطبيق على عشر (10) مستشفيات خاصة بالقاهرة، وتوصلت إلى أن أهم العوامل المؤثرة في تقييم الخدمة الصحية، هي: كفاءة الأطباء بالمستشفى سرعة أداء الخدمة وأداء الخدمة الصحية بدون أخطاء.

دراسة (عبد الرحمن، 2000): استهدفت قياس الخدمة المقدمة من المستشفيات الجامعية بأسبوط وسوهاج والمينا بالتطبيق على عينة بلغت (384) مفردة من المرضى وتوصلت نتائج الدراسة إلى عجز الإدارة عن الوفاء بتوقعات العملاء لمستوى الخدمة الصحية.

دراسة (ذياب 2012): استهدفت تقييم أبعاد جودة الخدمات الطبية المقدمة من المستشفيات الحكومية الأردنية بالتطبيق على عينة من المرضى والموظفين، وتوصلت إلى وجود تقارب بين عيني الدراسة بشأن مستوي تطبيق أبعاد جودة الخدمات الطبية (الاعتمادية، الملموسية، التعاطف والأمان) باستثناء بعد الاستجابة وذلك وفق آراء الموظفين، وباستثناء بعدي الاستجابة والتعاطف من وجهة نظر المرضى.

دراسة (ضوء الكوفي 2016): اختبرت أثر تطبيق معايير جودة الخدمات على تحسين الأداء الصحي بالتطبيق على عينة من المرضى بمستشفى العيون بدولة ليبيا، وتوصلت إلى التزام الإدارة بالتحسين المستمر وتوافر الأجهزة الحديثة وأكدت على وجود تأثير معنوي لمستوي تطبيق معايير الجودة علي تطوير الخدمات الصحية وتحسين رضا العملاء.

3.2 رضا العملاء:

وفقاً للأبحاث السابقة فقد تم التطرق الى رضا العملاء من عدة جوانب:

دراسة (إدريس المرسي، 1993) استهدفت تحديد نوع ودرجة تأثير جودة الخدمة علي رضا العميل وميوله الشرائية وكذا المقارنة بين مقياس الفجوة SERVQUAL ومقياس الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF من حيث القدرة علي تفسير التباين في جودة الخدمة الكلية وذلك بالتطبيق علي عينة بلغت (383) مفردة من العملاء المنتفعين بالخدمات المقدمة من قطاعي البنوك التجارية والنقل الجوي بدولة الكويت ولقد توصلت إلي

وجود تأثير معنوي لجودة الخدمة علي شعور العميل بالرضا عن الخدمة المقدمة له، وأن مقياس الأداء الفعلي له مقدرة أكبر علي تفسير التباين الإجمالي نحو إدراك العملاء للجودة الكلية للخدمة وذلك قياساً بمقياس الفجوة.

دراسة (محمود، 2002): استهدفت تحديد أثر الجودة المدركة للخدمة على رضا العميل عن الخدمة وولائه للخدمة المقدمة من مطاعم الوجبات السريعة بمنطقة القاهرة الكبرى، وبلغت عينة العملاء (375) مفردة، ولقد تم قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الأداء الفعلي، وقد توصلت إلى وجود تأثير معنوي لجودة الخدمة على كل من رضا العميل عن الخدمة وولائه للخدمة وكذا وجود علاقة طردية قوية بين رضا العميل عن الخدمة وولائه للخدمة وعدم وجود اختلافات معنوية في مستويات رضا العميل عن الخدمة بين المطاعم محل الدراسة.

دراسة (الإمام 2003): استهدفت تحديد أثر الخدمة الصحية للمستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الدقهلية علي رضا العملاء، وقد بلغت عينة المرضى (480) مفردة، وتم قياس الخدمة باستخدام مقياس الفجوة ومقياس الأداء الفعلي، وقد أشارت إلى وجود تأثير معنوي للخدمة الصحية على رضا العملاء، وأن مقياس الأداء الفعلي يمنح نتائج أفضل من مقياس الفجوة، وأن إدراك عملاء المستشفيات الخاصة للجودة الكلية الصحية بدرجة أكبر من إدراك عملاء المستشفيات الجامعية للجودة الكلية الصحية.

دراسة (أبو بكر، 2004): استهدفت تطبيق منهج الإدارة الاستراتيجية ومبادئ سنة سيجم Six Sigma لتحسين جودة الخدمة الصحية وتحقيق رضا العملاء بالتطبيق على عينة بلغت (201) مفردة من شاغلي الوظائف القيادية والإشرافية بالمستشفيات الجامعية والمستشفى التعليمي العام بمحافظة المنوفية. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى غياب المعايير المهنية اللازمة لقياس وتقييم الأداء وضعف الثقافة والمعرفة المهنية وتكرار الأخطاء والهدر في الوقت والموارد نتيجة عدم تحديد الأعمال والمسؤوليات وضعف الرقابة والتوجيه الإداري وغياب المناخ الصحي اللازم لتطوير الخدمة الصحية.

4.2 العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء:

- دراسة (عبد المرضي، 2019): فحصت العلاقة بين محددات جودة الخدمات الصحية ورضا العملاء بالتطبيق علي ست (6) مستشفيات حكومية تابعة لمؤسسة حمد الطبية بدولة قطر، وقد بلغت عينة المرضى وعينة الإخصائيين الاجتماعيين (200) مفردة و (17) مفردة وذلك على التوالي، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
- 1) ارتفاع مستوي تطبيق أبعاد جودة الخدمة الصحية وقد حظي بعد الأمان بالمرتبة الأولى يليه بعد الاعتمادية ثم الاستجابة ثم التعاطف ثم الملموسية.
 - 2) قوة العلاقة الإحصائية بين جودة الخدمة الصحية ورضا العملاء حيث يرتفع مستوي رضا العملاء مع زيادة مستوي تطبيق أبعاد جودة الخدمة الصحية
 - 3) عدم وجود فروق معنوية في مستوي رضا العملاء يعري إلى متغيراتهم الديموغرافية.

دراسة (Spreng and Mackoy, 1996): بحثت الدراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل وكذا تحليل أثر المتغيرات التالية على رضا العميل:

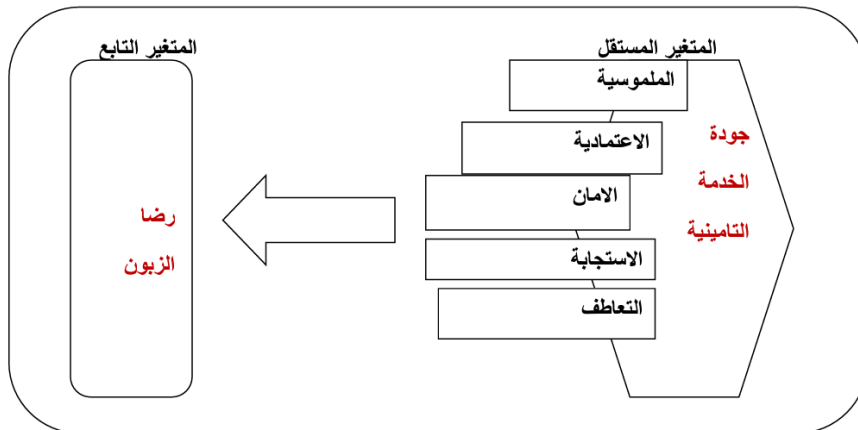
- (1) التوقعات،
- (2) الاداء المدرك،
- (3) الاداء المرغوب،
- (4) التطابق

عدم تطابق التوقعات نحو جودة الخدمة الكلية واقترحت الدراسة ضرورة تقييم جودة الخدمة وفق عشر خصائص وهي ملائمة المكان والاثاث المودة من جانب مقدمي الخدمة الإنصات لأسئلة العملاء موظف الخدمة يقدم النصح للعميل (البعد الاستشاري)، منح المعلومات الصحيحة والدقيقة للعميل (المعرفة المهنية مقدم الخدمة المتماذك المنسجم المتكيف مع العملاء، مقدم الخدمة الذي يساعد العميل في التخطيط طويل المدي مقدم الخدمة الاستشاري يساعد في اختيار التصرفات الصحيحة للعميل الاستشاري المهتم بحياتي الشخصية كعميل، والمكتب المهني الاحترافي).

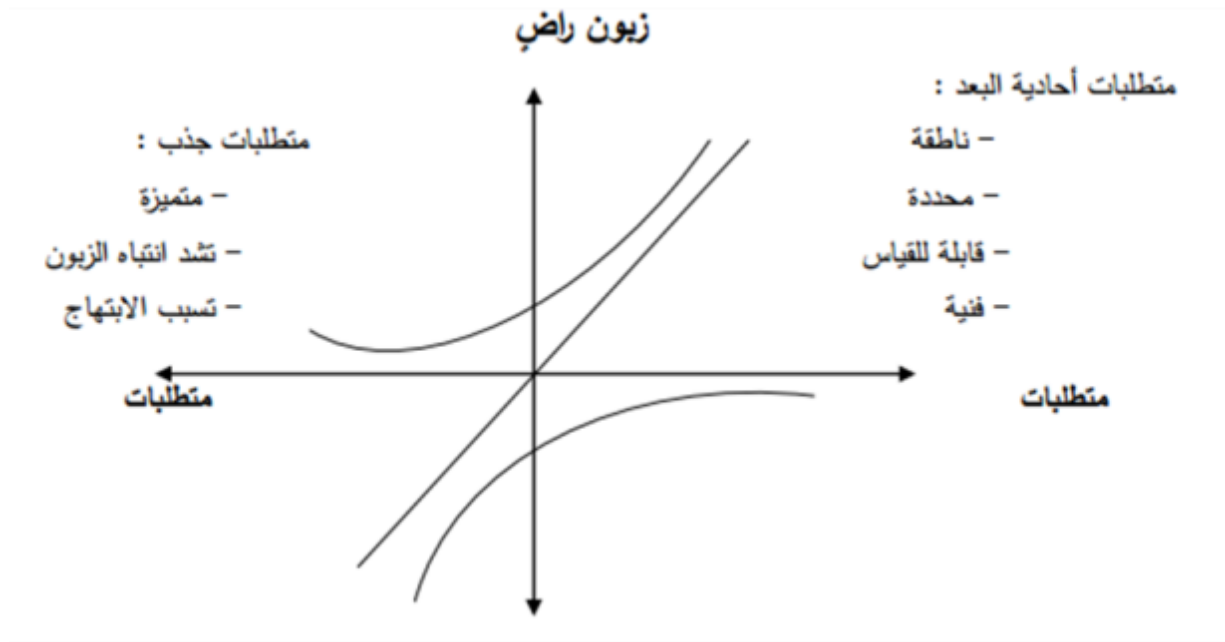
دراسة (oh,1999): قدمت الدراسة نموذج متكامل يربط جودة الخدمة بمتغيرات رئيسة، وهي:

- (1) الإدراك،
- (2) رضا العميل
- (3) قيمة العميل customer value
- (4) نوايا إعادة الشراء
- (5) والاتصال الشفوي

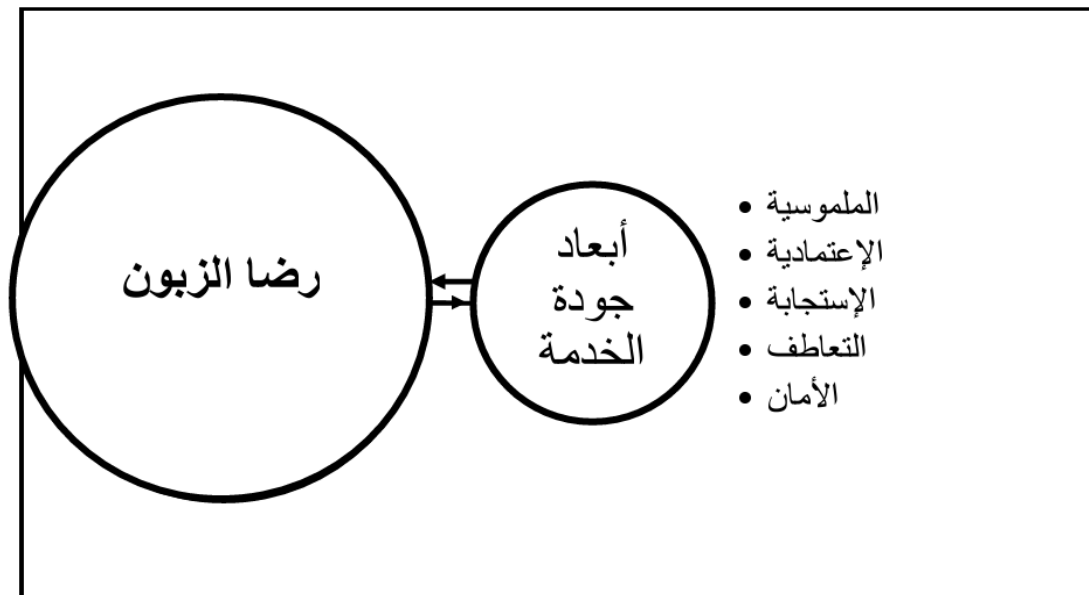
ودمجت تلك المتغيرات معا بشكل مباشر كوظيفة إدراكية وحددت تأثيرها على القيمة، الرضا، ونوايا إعادة الشراء وركز النموذج على عملية القرار المسبق لشراء الخدمة وأثر التوجيهات السببية causal directions على نوايا إعادة الشراء، واكدت نتائج الدراسة على أن قيمة العميل كأداة تلعب دور جوهري في عملية اتخاذ قراره الشرائي المسبق وذلك كمتغير سابق ومباشر في رضا العميل ونوايا إعادة الشراء وأن السعر المدرك له تأثير سلبي على قيمة العميل المدركة.



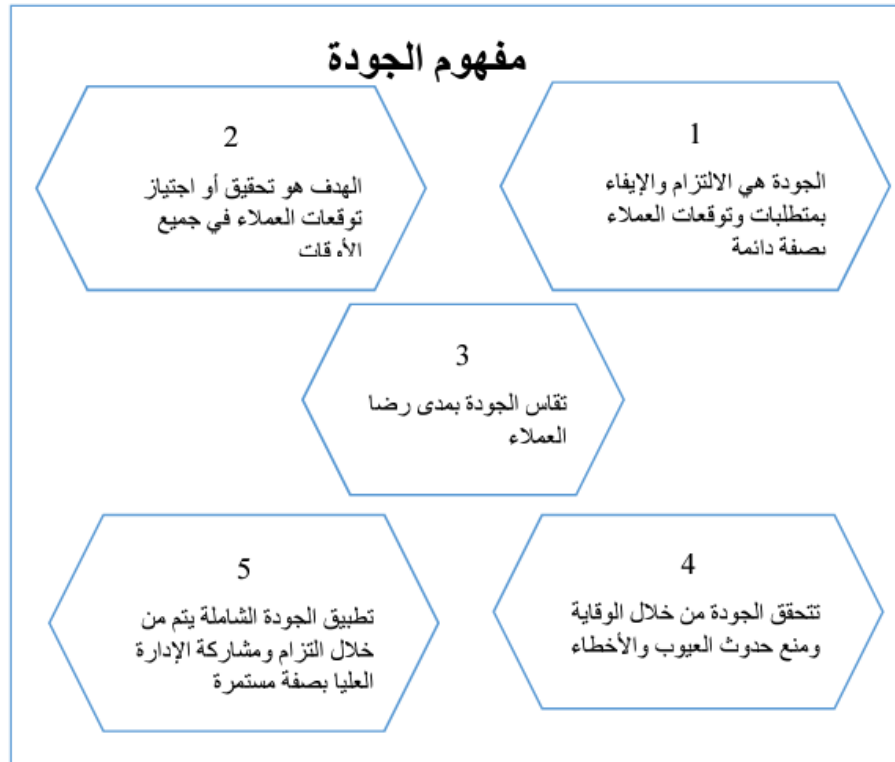
الشكل 3: العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون. المصدر (بكرابي، 2022)



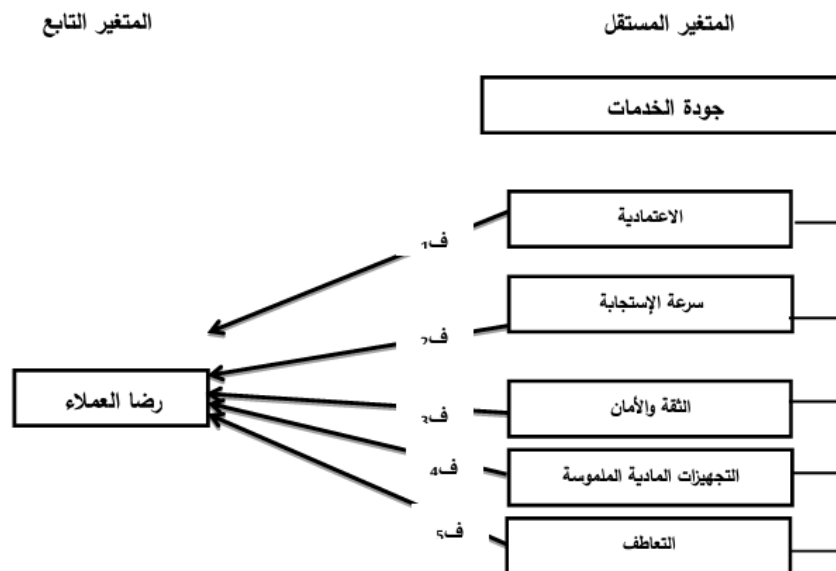
الشكل 4: نموذج كانون لرضا العملاء. المصدر (الغزالي، 2014)



الشكل 5: العلاقة التفاعلية بين رضا الزبون وجودة الخدمة. المصدر (خثير ومرايمي، 2017)



الشكل 6: مفهوم الجودة. المصدر (عيشوني، 2019)



الشكل 7: العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء. المصدر (مبارك، 2023)

5.2 خاتمة:

تم استكشاف وتحليل تأثير جودة الخدمات على رضا العملاء من خلال مراجعة الدراسات السابقة في هذا المجال. تبين أن جودة الخدمات تعد عاملاً حاسماً ومؤثراً بشكل كبير على رضا العملاء في المنظمات والشركات المختلفة. تشير النتائج إلى أن العملاء يرتبطون بشكل وثيق بجودة الخدمات التي يتلقونها، حيث يعتبرونها مؤشراً رئيسياً للتقييم والتقدير للمنظمات.

تشمل الدراسات السابقة أيضاً عوامل مثل الاعتمادية، الثقة والامان، الاستجابة السريعة، الاحترافية والتعاطف كمؤشرات لجودة الخدمات. تبين أن تحسين هذه العوامل يؤدي إلى تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم وولائهم للمنظمة.

علاوة على ذلك، توصلت الدراسات السابقة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين جودة الخدمات والرضا العام للعملاء، وهذا يؤثر بشكل مباشر على الأداء المالي والنجاح التنظيمي للمنظمة. وبالتالي، توصي هذه الدراسات بأهمية الاهتمام بتحسين جودة الخدمات وتلبية احتياجات العملاء كوسيلة لتحقيق التميز التنافسي وتعزيز نجاح المنظمات.

لخلق قيمة للعملاء، يجب على المنظمات أن تركز على تحسين عوامل جودة الخدمات وتوفير تجربة ممتازة للعملاء. من المهم أيضاً إجراء دراسات مستقبلية للاستكشاف العملي والتطبيق الفعلي لتلك العوامل وتطوير استراتيجيات فعالة لتحقيق رضا العملاء وتحسين الأداء التنظيمي.

في النهاية، تعد جودة الخدمات عاملاً أساسياً لنجاح المنظمات واستمرارها في سوق الأعمال المنافس. يجب على الشركات أن تستثمر في تحسين جودة الخدمات وتلبية توقعات العملاء من أجل الحفاظ على رضاهم وولائهم وتحقيق النجاح المستدام.

المراجع: الأبحاث:

أبو بكر مصطفى محمود (2004) استخدام منهج الإدارة الاستراتيجية ومبادئ Six Sigma لتحسين جودة الخدمة وتحقيق رضا العملاء في المستشفيات الحكومية. مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية كلية التجارة جامعة الإسكندرية، العدد الثاني، ص ص 239-296.

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

إدريس ثابت عبد الرحمن (1996). قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات: دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت المجلة العربية للعلوم الإدارية، جامعة الكويت، العدد الأول، المجلد الرابع ص ص 9-41.

<https://yarab.yabesh.ir/yarab/handle/yad/150048>

إدريس ثابت عبد الرحمن المرسي، جمال الدين محمد (1993). قياس جودة الخدمة وتحليل العلاقة بينها وبين كل من الشعور بالرضا العميل والميل للشراء مدخل منهجي تطبيقي). مجلة التجارة والتمويل كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الأول، ص ص 150-196.

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

الإمام وفقى السيد (2003). محددات جودة الخدمة الصحية وأثرها علي رضا العملاء في المستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الدقهلية، المجلة المصرية للدراسات التجارية كلية التجارة جامعة المنصورة ، العدد (4)، ص ص 1-36.

<https://dx.doi.org/10.21608/alat.2003.218236>

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>

بكر اوي، محمد الأمين، عوماري، & عائشة/مؤطر. (2022). أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبائن

(Doctoral dissertation, جامعة احمد دراية-ادرار). [https://dspace.univ-](https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/7183)

[adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/7183](https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/7183)

بولا، الزهراء، مسعودي، & عبد الكريم/مؤطر. (2019). تأثير إدارة علاقات الزبائن في تحقيق جودة الخدمة (Doctoral dissertation, جامعة احمد دراية-ادرار). [https://dspace.univ-](https://dspace.univ-adrar.edu.dz/xmlui/handle/123456789/2007)

[adrar.edu.dz/xmlui/handle/123456789/2007](https://dspace.univ-adrar.edu.dz/xmlui/handle/123456789/2007)

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

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

جماعة، عبد الله أمين محمود (1998). المتغيرات المؤثرة على إدراك المستهلكين لجودة الخدمة الصحية وأثارها التسويقية مجلة الدراسات والبحوث التجارية، كلية التجارة جامعة الزقازيق فرع بنها العدد (1)، ص

ص 232-272. <https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

الحداي، داود عبد الملك؛ وقشوه، هدى عبد الله (2009). جودة الخدمة التعليمية بكلية التربية بحجة من وجهة نظر طلبة الأقسام العلمية. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 4(2)، 92-108.

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

ذياب صلاح محمود (2012) قياس أبعاد جودة الخدمات الطبية المقدمة في المستشفيات الحكومية الأردنية من منظور المرضى والموظفين مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية شؤون البحث العلمي والدراسات العليا، الجامعة الإسلامية، المجلد (20)، فلسطين.

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

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>

الشهراني، & محمد. (2022). مؤشرات جودة الخدمات الطلابية بجامعة الملك خالد. مجلة العلوم النفسية

والتربوية، 8(2)، 120-139. <https://www.asjp.cerist.dz/index.php/en/article/188158>

الصرابرة، خالد أحمد والعساف، ليلي (2008). إدارة الجودة في مؤسسات التعليم العالي بين النظرية

والتطبيق. المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، 1(1)، 46-

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

ضوء الكوفي وداد محمد (2016). تطبيق معايير جودة الخدمات لتحسين أداء الخدمات الصحية في مستشفى العيون بليبيا المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة كلية التجارة، جامعة عين شمس، العدد (1).

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

عبد الرحمن أحمد عبد الكريم (2000). قياس جودة الخدمة في المنظمات الحكومية بالتطبيق على الخدمات الصحية مجلة البحوث التجارية المعاصرة، كلية التجارة بسوهاج، جامعة جنوب الوادي العدد الأول، ص 213

<https://yarab.yabesh.ir/yarab/handle/yad/287386>

عبد المجيد، ممدوح محمد؛ والربعي، محمد عبد العزيز؛ وعبد الرحمن، أسامة عثمان (2012). دراسة تقييمية لجودة الدراسات العليا بكلية التربية جامعة القصيم في ضوء معايير الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي. مجلة التربية العلمية 15، (4)، 171-209.

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

عبد المرضي عبد المنعم، أ. (2019). محددات جودة الخدمات الصحية وعلاقتها برضا العملاء في المستشفيات الحكومية. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، 17(17)، 85-55.

<https://dx.doi.org/10.21608/jfss.2019.61833>

علي الغزالي، & علي عبد الجليل. (2014). جودة الخدمات الصحية وعلاقتها برضا المرضى" دراسة ميدانية على المستشفيات العامة الواقعة في نطاق مدينة بنغازي". [http://dspace.univ-](http://dspace.univ-tebessa.dz:8080/xmlui/handle/123456789/http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/9798)

<http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/9798>

عيد لبيب، ح.، & حسن. (2021). تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضا العملاء. مجلة البحوث المالية والتجارية، 22(العدد الثاني-الجزء الثاني)، 716-787.

<https://dx.doi.org/10.21608/jsst.2021.65097.1228>

عيشوني، م. (2019). مفاهيم أساسية عن الضبط الشامل للجودة وإدارة الجودة الشاملة.

<http://hctmetrology.tripod.com/quality/chap8.pdf>

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 ، وبرابنت ، بي إي (1996). مؤثر رضا العملاء الأمريكي: الطبيعة والغرض والنتائج. مجلة التسويق ، 60 (4) ، 7-18.

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

كرونين، جي جي ، وتايلور ، س. أ. (1992). قياس جودة الخدمة: إعادة الفحص والتمديد. مجلة التسويق ،

<https://doi.org/10.1177/002224299205600304> 68-55 ، (3) 56

محمد خثير وأسماء مرايمي، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الرياضة لاقتصاديات الاعمال العدد 03، جانفي 2017، ص: 38. [http://dspace.univ-](http://dspace.univ-tebessa.dz:8080/xmlui/handle/123456789/http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/9798)

[tebessa.dz:8080/xmlui/handle/123456789/http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/9798](http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/http://localhost:8080/jspui/handle/123456789/9798)

محمود علاء الدين عبد الغني (2002). دراسة تحليلية لاثـر الجودة المدركة للخدمة على كل من رضا العميل عن الخدمة وولاء العميل للخدمة بالتطبيق على سلاسل من مطاعم الوجبات السريعة. مجلة الدراسات المالية والتجارية، كلية التجارة جامعة بني سويف، العدد الأول، ص ص 257-311.

<https://dx.doi.org/10.21608/jst.2021.65097.1228>

المقدم، & حفصية. جودة الخدمات الصحية وأثرها على رضا الزبون دراسة حالة المستشفى العمومي سليمان عميرات-تقرت (Doctoral dissertation). [https://dspace.univ-](https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/9767/3/El_Mokadem.pdf)

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

نعيم علي عباس مبارك، ا.، امير، سمير رشدي، & احمد. (2023). أثر جودة الخدمات على رضا العملاء بمراكز خدمات المستثمرين: دراسة ميدانية. مجلة البحوث الإدارية، 41(1).

<https://doi.org/10.21608/iso.2022.151620.1019>

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-](https://doi.org/10.1002/1520-6643(200101)18:1%3C43::AID-MAR3%3E3.0.CO;2-I)

[6793\(200101\)18:1%3C43::AID-MAR3%3E3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6643(200101)18:1%3C43::AID-MAR3%3E3.0.CO;2-I)

Oh,H.(1999).Service quality, customer satisfaction and customer value: a holistic perspective. International Journal of Hospitality Management, Vol. 18, pp. 67-82. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(98\)00047-4](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(98)00047-4)

Spreng, R.A. and Mackoy, R.D.(1996).An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction", Journal of retailing, Vol. 7, pp. 201-14. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(96\)90014-7](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(96)90014-7)

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)

المواقع:

<https://jeddah.saudigermanhealth.com/ar>

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.

فنظرًا 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
الملموسية	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				

Midocean University

Management college

Project management specialization



The impact of quality services on Reda’s clients in various clinics, a case of application to the Saudi German Hospital in the Kingdom of Saudi Arabia in Jeddah Governorate “study”

student name:

Heba Hamed Al-Sheikh

2021205029

Graduation project - 1

Faculty of Management - Midocean University

Supervisor:

Dr. Mona Mustafa Elashry

Faculty Member – Faculty of Management - Midocean University

First semester - 2024