

تأثير جودة الخدمة الصحية على رضا الزبون

دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن في عيادة ابن سينا، باتنة

*The impact of service quality on customer satisfaction
Case study the opinions that customers at Ibn Sina in Batna*

أ/ توبي عبد المالك

Toubi05@yahoo.fr

جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل

تاريخ الاستلام: 2017/10/20 تاريخ التعديل: 2017/12/20 تاريخ قبول النشر: 2017/12/28

الملخص :

يهدف هذا البحث إلى التعرف على تأثير جودة الخدمات الصحية على رضا الزبائن للوقوف على واقع ممارستها، وقد أشارت مشكلة البحث إلى وجود قصور واضح في اعتماد أبعاد جودة الخدمات والاستفادة من مزاياها في تنمية رضا الزبون، وقد تم اعتماد الاستبانة كأداة للحصول على بيانات البحث، والتي تم إعدادها بالاستناد إلى عدد من المقاييس الجاهزة، واختيرت عيادة ابن سينا ميدان للتطبيق، وتم اختيار عدد من الزبائن في العيادة كعينة للبحث بقوام 64 فرداً .

لتحليل بيانات البحث تم استخدام البرنامج الإحصائي الجاهز في إدخال وتحليل البيانات (SPSS)، وقد أسفرت الأدوات الإحصائية عن مجموعة من النتائج أكدت معظمها على وجود علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية بين أبعاد جودة الخدمات الصحية ورضا الزبائن في العيادة المبحوثة، وعليه أوصى البحث على ضرورة زيادة اهتمام العيادة المبحوثة بجودة الخدمات المقدمة من خلال زيادة الاهتمام بأبعادها المتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الأمان، التعاطف)، والنظر إلى جودة الخدمات على أنها خيار استراتيجي لاكتساب الميزة التنافسية في سوق الخدمات الصحية.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات، الرضا، الزبائن، العيادة.

Abstract:

The aim of this research to identify the impact of the quality of the health services to the satisfaction of the clients to stand on the reality of the exercise, the problem to the existence of clear shortcomings in the adoption of the dimensions of the quality of services and the use of its advantages in the development of consumer satisfaction, and has been the adoption of the resolution as a tool for data search, which had been prepared on the basis of a number of standards of ready-made clothes, clinic were selected to Ibn Sina field of application, and the selection of a number of customers in the sample clinic to search the strength of 64 individuals.

For analysis statements of the searching statistical use the program ready in entering and analysis was complete the statements (SPSS), and leads the statistical instruments about group from the results resulted confirmed most of her on presence relationship connection and impact of self of evidence moral between distances goodness of the services healthy and bruises of the customers in the visit the researched, his ibexes the represented in (the reliability entrusted the searching on necessity increase interest of the visit the researched as best as the offered services through increase of the interest in her distances, the response, the tangibility, the safety, the sympathy), and the sight to goodness the services on that she strategic choice for competitive acquisition the characteristic in market of the services healthy.

Keywords: Goodness of the services, the satisfaction, the

المقدمة:

تعتبر الرعاية الصحية من أهم الموارد للحفاظ على الإنسان كما تعتبر الخدمات الصحية من الموارد التي تخفف أعباء الدولة وتجذب المداخل من العملة الصعبة لها، ولكن يشترط لنجاح هذه الخدمات توفر عنصر الجودة فيها، نظرا لكثرة المؤسسات التي تنشط في قطاع الصحة إضافة إلى دراسة آراء الزبائن عن مدى جودة الخدمات المقدمة لهم وكذا معرفة رضاهم عنها لبناء الاستراتيجية المناسبة للحفاظ على رضاهم.

الدراسات السابقة: لقد قامت الباحثة (واله عائشة سنة 2010-2011) بإنجاز دراسة لمذكرة ماجستير موسومة بأهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون مع دراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية لعين طاية- الجزائر، والتي كان الغرض منها هو التعرف على أهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون في المؤسسة السابقة الذكر، ولقد توصلت من خلالها إلى النتائج التالية:

- اهتمام مستشفى عين طاية اهتماما خاصا للخدمة الصحية وجودتها، باعتبارها المعيار الأهم لرضا الزبون، وتحتل الخدمة الصحية مركز الصدارة ضمن عناصر المزيج التسويقي للمستشفى.
- أغلب المرضى كانوا راضين عن الاستقبال على مستوى القبول على الرغم من شكوى إدارة المصالح الاستشفائية الداخلية، التي أكدت أن عملية الاستقبال يتكفل بها رجال أمن وليس مختصون في المجال.
- الضغط الكبير الذي تعرفه المصالح الاستشفائية للمؤسسة، خاصة مصلحة التوليد وأمراض النساء، هذا ما أدى إلى سوء التحكم والتسيير على مستوى هذه المصلحة.
- عدم اعتماد مستشفى عين طاية لنظام إدارة الجودة الشاملة انعكس على مستوى التناسق بين المستويات الإدارية.

ودرستنا هذه تختلف عن الدراسة السابقة باهتمامه لدراسة تأثير جودة الخدمة الصحية على رضا الزبون بمؤسسة تابعة للخواص.

كما قام الباحث (دبون عبد القادر سنة 2012) بإجراء دراسة أخرى في شكل مقال بمجلة الباحث في العدد 11 سنة 2012م بعنوان دور التحسين المستمر في تفعيل جودة الخدمات الصحية حالة المؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف بورقلة، حيث توصل منها إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

- أظهر ثلثي العينة رضاهم عن وظائفهم في المؤسسة محل الدراسة، لكنهم غير راضين عن حصولهم على التكوين المستمر فأغلب الحوافز الممنوحة للموظفين مادية.
 - كما توصل الباحث أيضا إلى أن درجة تحسين الخدمات تعتبر مقبولة مع الإمكانيات المتاحة للمؤسسة والضغط المتواصل على إمكانياته وباعتباره يمثل خدمة عمومية تؤدي بأسعار رمزية ومجانا في أغلب الأحيان.
- وعليه فدراستنا أيضا تختلف عنه بتركيزها على جودة الخدمة الصحية من وجهة نظر الزبون.

مشكلة الدراسة:

ما مدى تأثير جودة الخدمات على رضا الزبائن بعيادة ابن سينا؟. ويتفرع من هذا التساؤل الأسئلة التالية:

- ما هي المحددات التي يعتمد عليها زبائن عيادة ابن سينا في تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة لهم؟
- كيف يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماتها؟
- هل توجد علاقة بين كل محدد من محددات جودة الخدمات ورضا الزبون على مستوى عيادة ابن سينا؟

فرضيات الدراسة:

- للإجابة على التساؤلات على السابقة الذكر تم صياغة الفرضيات التالية:
- يعتمد زبائن عيادة ابن سينا في تقييمهم لجودة الخدمات على كل من الاعتمادية، الاستجابة.
- يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماتها تقييما سلبيا من حيث الأبعاد الخمسة لها.

- توجد علاقة بين كل محدد من محددات جودة الخدمات ورضا الزبون على مستوى مصحة ابن سينا.

أهمية الدراسة:

إن أهمية هذه الدراسة تبرز من خلال كشفها عن حقيقة جودة الخدمات المقدمة للزبائن وتبيان مدى توافقها مع توقعاتهم مما يساعد العيادة على الكشف عن رضا الزبائن عنما تقدمه لهم من خدمات لمواصلة نشاطها بنفس الأساليب السابقة أو تعديل ما كانت تستخدمه من طرق وأساليب في حالة عدم رضا الزبائن عن جودة خدماتها، وخاصة لأن هذه العيادة تنشط في محيط تنافسي يستدعي ضرورة الاهتمام بجودة الخدمات الصحية والعمل على ترقيتها مما يساهم في توفير خدمات تفوق توقعات الزبون وبالتالي تعطي لها مكانة مهمة في هذا القطاع.

أهداف الدراسة:

يهدف من خلال دراستنا هذه إلى تحقيق ما يلي:

- التعرف على نظرة الزبائن لخدمات عيادة ابن سينا.
- إظهار أهم المحددات التي يعتمد عليها الزبائن في تقييم جودة الخدمات المقدمة في عيادة ابن سينا.
- تحليل العلاقة بين جودة الخدمات ورضا الزبائن في عيادة ابن سينا.

منهج الدراسة:

لقد تم الاعتماد في معالجة هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي إضافة إلى استخدام الأسلوب الإحصائي لتحليل آراء المستفيدين من خدمات عيادة ابن سينا وتفسيرها قصد الوصول إلى نتائج تساهم في تحسين وتطوير جودة الخدمات الصحية.

حدود الدراسة:

لقد تم إنجاز هذه الدراسة في حدود ما يلي:

- الحدود الزمنية: لقد تمت عملية الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 20 جوان -25 جويلية 2016.

- الحدود المكانية: لقد اقتصرنا هذه الدراسة على مجموعة من زبائن عيادة ابن سينا بولاية باتنة بسبب قربها من مكان الإقامة وكذا كون موقعها استراتيجي وكثرة عدد المرضى الذين تم معالجتهم بها.

تقسيمات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات السابقة الذكر تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور أساسية على النحو التالي:

- المحور الأول: جودة الخدمة الصحية وأبعادها وأساليب تحسينها.
- المحور الثاني: تحليل أثر جودة الخدمة الصحية على رضا الزبون.
- المحور الثالث: الدراسة الميدانية.

المحور الأول جودة الخدمة الصحية وأبعادها وأساليب تحسينها

أولا تعريف جودة الخدمة الصحية لقد عرفت جودة الخدمة على أنها "هي الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة" (السلمي، 1995، ص 18)

ولقد اختلف الباحثون في مجال جودة الخدمات الصحية فمنهم من عرفها من زاوية المالك والطبيب والإدارة ومنهم من عرفها من وجهة نظر الزبون إلا أن هذه التعاريف لها مسعى وأحد وهو خدمة الزبون على أحسن وجه لتحقيق رضاه، ووفق لما سبق يعرف (David, 1999): الجودة في الخدمة الصحية وفق لوجهات النظر المختلفة كما يلي: (ذياب، 2010، ص 39)

- من وجهة نظر الطبيب: هي وضع المعارف والعلوم الأكثر تقدما والمهارات الطبية في خدمة المريض.
- من وجهة نظر إدارة المستشفى: هي تحقيق الكفاءة في تقديم الخدمة الطبية والرعاية الصحية.

- من وجهة نظر المريض: على أنها الخدمات التي يوفرها المستشفى وتتسم بالعطف والاحترام.

كما عرفت جودة الخدمة الصحية أيضا بأنها "تلك الدرجة التي يراها المريض في الخدمة الصحية المقدمة إليه وما يمكن أن يفيض عنها قياسا بما هو متوقع" (البكري، 1999، ص 199) . وبناء على ما سبق ذكره يمكننا تعريف جودة الخدمة الصحية على أنها هي الفجوة ما بين توقعات الزبون للخدمة الصحية وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة الصحية المقدمة له.

ثانيا أبعاد جودة الخدمات الصحية: لقد اختلف الكتاب في مجال الخدمات حول تحديد أبعاد الجودة فنجد كل من مثلا الباحثة Payane ترى بأن جودة الخدمة لها بعدان أساسيان وهما: (العجارمة، 1995، ص 331)

الجودة الفنية والجودة الوظيفية، في حين نجد أن (Lehtinen 1982) يرى بأن الجودة تتكون من ثلاثة أبعاد أساسية وهي: الجودة المادية، جودة المنظمة الجودة التفاعلية. (Parasuraman et al, 1985, P 43)

كما توصل بعض الباحثين (Parasuraman et al.,) و في دراسة أجراها سنة 1985 م إلى وجود عشرة أبعاد رئيسية للخدمة وهي: (Tapiero, 1996, pp. 37-38)

(1) الاعتمادية: وتعني الاتساق في الأداء وإنجاز الخدمة الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه.

(2) الاستجابة: وهي القدرة على تلبية الاحتياجات الجديدة أو الطارئة للزبائن من خلال المرونة في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة.

(3) الجدارة: وتبين مدى الكفاءة التي يتمتع بها القائمون على تقديم الخدمة من حيث المهارات والقدرات التحليلية والاستنتاجية والمعلومات التي تساعد هم على أداء مهامهم على أحسن وجه ممكن وفي حالة التعامل مع مقدم الخدمة لأول مرة فإن الزبون يلجأ إلى معايير كالكفاءات العملية أو عضوية جمعيات معينة لتقييم جدارة مقدم الخدمة وجودة الخدمات التي يقدمها له.

- 4) الوصول للخدمة:** أي تسهيل وصول الخدمة للزبون سواء من حيث ملائمة ساعات العمل أو توفر كافي لمنافذ توزيع الخدمة أو ملائمة موقع المؤسسة.
- 5) المصداقية:** ويقصد بها مدى التزام الإدارة بما تقدمه من مواعيد لزيائنها فيما يخص الخدمات المقدمة لهم وتحسيناتها، مما ينتج ثقة متبادلة بينهما.
- 6) الأمان:** ويقصد به خلو الخدمة المقدمة للزيائن من الشك والأخطار.
- 7) الاتصال:** أي وجود قنوات اتصال واضحة وإجراءات لنقل المعلومات من الزبائن إلى الإدارة حول الاقتراحات أو الاعتراضات المقدمة لإجراء التعديلات المطلوبة، وإبلاغ الزبائن عن أساليب الإخفاق والتغيير في الخدمة للمستفيد.
- 8) درجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون:** أي مدى قدرة مقدم الخدمة على تفهم احتياجات الزبون وتزويدهم بالعناية اللازمة لذلك لمعرفة مدى تفهم إدارة المؤسسة لمشاعر الزبون وتعاطفه مع مشكلته، إضافة إلى مدى تعرف مقدم الخدمة على الوقت والجهد اللازم للتعرف على حاجات الزبون وإدراكها.
- 9) الأشياء المادية الملموسة:** وهي الدليل المادي للخدمة كالمرافق والتسهيلات المادية من آلات ومعدات ومباني وملابس العاملين، وكافة عناصر البيئة المادية التي تقدم من خلالها الخدمة.
- 10) اللباقة:** ويقصد بها كون مقدم الخدمة يتسم بالمعاملة الودية مع الزبائن ومن ثم فإن هذا الجانب يشير إلى الصداقة والاحترام والود المتبادل بين مقدم الخدمة والمستفيد منها.

وفي دراسة أخرى تمكنت الباحثة Parasuraman وزملاؤها في سنة 1988 من تلخيص المؤشرات السابقة الذكر إلى خمسة أبعاد أساسية لجودة الخدمات وهي: الاعتمادية والاستجابة والضمآن والتعاطف والجوانب المادية الملموسة. (Parasuraman et al, 1985, p. 47)

ثالثاً أساليب تحسين جودة الخدمات الصحية: إن جودة الخدمة الصحية تحتاج لإستمراريتها القيام بعملية التحسين المستمر والتجديد لأنها لها دورة حياة معينة، تبدأ بمرحلة الانطلاق وتنتهي بمرحلة التدهور، وعليه فمعظمهم يلجأ إلى استخدام مجموعة من الأدوات للحفاظ على قيمة جودة خدمات المؤسسة أهمها ما يلي:

1) المقارنة المرجعية (البينية): حيث تعرف على أنها "هي عملية تقييم مستمرة للمنتجات والخدمات والمناهج مقارنة بالمنافسين أو ما يعرف بالمؤسسات الرائدة (Ladwein, 1999, p. 9). حيث تمكن هذه الأداة من كشف التقنيات التي يستخدمها منافسو المؤسسة والتي مكنتهم من النجاح لكي تطور في هذه التقنيات أو تغير فيها مستقبلا ويتميز هذا الأسلوب بتنوع مجالاته مما يساعد المصحة في اكتساب الميزة التنافسية على خلاف منافسيها مستقبلا. والمقارنة المرجعية تصنف إلى نوعين أساسيين وهما:

(Hamadouche, 1997, p. 92)

أ - المقارنة المرجعية الداخلية: وتتم بين وحدات تابعة لمؤسسة واحدة.

ب- المقارنة المرجعية الخارجية: وتتضمن إجراء المقارنة مع منظمات أخرى رائدة في مجال عملها.

2) طريقة العصف الذهني: وهي أسلوب للتفكير الجماعي لمجموعة من العاملين حيث يجتمعون لاقتراح الحلول لمجموعة من المشاكل دون قيود ثم يختارون الحل المثلى لتلك المشاكل.

3) حلقات النوعية (دوائر الجودة): وهي عبارة عن مجموعة من العاملين يتراوح عددهم بين 6-12 عاملا يعملون طواعية في تحمل مسؤولية معينة في حدود اختصاصاتهم الخدمية ويلتقون أسبوعيا لمناقشة واقتراح الحلول الملائمة لمجابهة المشكلات النوعية لديهم في الفندق باستخدام بحوث التسويق، ويرى الباحث بأن طريقة المقارنة المرجعية أفضل طريقة لتحسين جودة خدمات العيادة.

المحور الثاني تأثير جودة الخدمة الصحية على رضا الزبون

أولا تعريف الرضا: لقد عرف الباحث Goodman الرضا بأنه "الحالة التي يتم فيها مقابلة احتياجات ورغبات وتوقعات العميل أو التفوق عليها مما يؤدي إلى إعادة شراء العميل لنفس المنتج والولاء المستمر للمنظمة" (باشيوة، 2011، ص 306). ويرى الباحثين محمد فريد الصحن وطارق طه أحمد بأن الرضا هو دالة للفرق بين الأداء والتوقعات وبالتالي يمكن القول بأن هناك 3 مستويات يمكن أن تتحقق وهي: (نوري، 2013، ص 315)

أ - أداء العيادة أقل من توقعات زبائنها : المستهلك غير راضي.

ب- أداء العيادة يساوي توقعات زبائنها : المستهلك يكون راضي.

ج- أداء العيادة أكبر من توقعات زبائنها: المستهلك يكون راضي وسعيد للغاية.

ثانيا تحليل أثر جودة الخدمة الصحية على رضا الزبون

إن العيادة الناجحة تتميز عن غيرها من العيادات المنافسة لها في نفس المجال من نقطتين أساسيتين وهما، الأولى تتمثل في كونها تتضمن تنظيما فعالا يفي باحتياجات العاملين فيها ومن ثمة فهي تمثل مصدرا لاستقطاب أفضل الأطباء والإطارات والعمال كفاءة ويتمتع العاملون فيها بمستويات عالية من الرضا الوظيفي، أما النقطة الثانية فتتمثل في قدرتها على الوفاء باحتياجات ورغبات زبائنها.

ويؤكد بعض الباحثين على أن جودة الخدمة هي الأساس في الجهود المبذولة للوصول إلى إرضاء الزبائن وخدمتهم بمصداقية عالية (أحمد، 2007، ص 123)، وعليه فإن الزبائن يحملون توقعات اتجاه الخدمة التي يجب تحقيقها، ويحكمون على جودة الخدمات من خلال مقارنة ما يريدون أو ما يتوقعون بما يحصلون عليه فعلا، وتشير الأبحاث والدراسات إلى أن توقعات الزبائن توجد على مستويين مختلفين: (إدريس، 2006، ص 310)

- **المستوى المرغوب:** ويتمثل في المستوى الذي يتمنى الزبون الحصول عليه من الخدمة، فهو مزيج بين ما يعتقد الزبون أنه من الممكن حدوثه وما الذي ينبغي حدوثه فعلا.

- **المستوى الملائم من التوقعات:** فهو يمثل ذلك المستوى من الخدمة الذي يجده الزبون مقبولا و يتكون جزئيا من تقدير الزبون مقدما لما سيكون عليه مستوى تلك الخدمة و يوجد بين هذين المستويين منطقة تعرف باسم "منطقة التحمل" أو التسامح"، ويقصد به ذلك الفرق من مستوى أداء الخدمات الذي يجده الزبون مرضيا، فإذا ما وجد الأداء الفعلي أقل من منطقة التحمل فإنه سيشعر بالإحباط والندم مما سيؤدي إلى حدوث بعض السلوكات الناتجة عن عدم رضا الزبون أهمها ما يلي:-

1) تحول الزبائن عن التعامل مع المؤسسة الصحية إلى المنافسين: يعد تحول الزبون إلى عيادة منافسة لها رد فعل سلوكي ناتج عن حدوث عدم الرضا عن المنتج أو الخدمة مما ينتج عنه تسرب الزبائن لذا يجب على العيادة محاولة تقليص أسباب التحول إلى منافسيها للحفاظ على حصتها السوقية.

2) اتصال من الفم إلى الأذن السلبي: إن الزبون الغير راضي سوف يعبر عن تجربته الفاشلة للأشخاص المحيطين به وينقل تجربته إليهم، هذا يتسبب في فقدان المؤسسة لزبائن محتملين بسبب تأثرهم بهذه التجربة الفاشلة (الضمور، 2005، ص 518). إن حجج الزبون الغير الراضي في الامتناع عن التعبير كثيرة منها: (Ray, 2000, p. 10)

- يعتبر أن الشكاوى هي مصدر إزعاج ونزاع شديد بين الزبون والعيادة.
- رؤية الزبائن بعدم اهتمام الإدارة بشكاويهم، وتتنخفض درجة ولائه للعيادة، أما إذا وجد الأداء الفعلي أعلى من التحمل فإنه سيشعر بالسعادة والرضا فتحدث عنها الآثار (التصرفات) التالية:

أ- **تكرار عملية شراء الخدمات الطبية:** يختلف سلوك تكرار الشراء عن سلوك الولاء، فسلوك تكرار الشراء لخدمات العيادة لا يشترط أن تكون الشراءات متتالية، في حين أن الولاء يتطلب ذلك إضافة إلى أن الدراسات أثبتت انه يوجد ارتباط كبير بين مستوى الرضا وظهور نوايا تكرار الشراء لدى الزبون لاحقا. يعتبر تأثير الرضا على تكرار الشراء أكبر من تأثير الجودة لان إدراك جودة مرتفعة لا يقود بالضرورة إلى تكرار الشراء إن لم تؤدي هذه الجودة إلى تحقيق مستوى معين من الرضا، وهذه العلاقة الأخيرة لا تعتبر قطعية، لأن الجودة ليست الضمان الوحيد لرضا الزبون. (Ladwein, 1999, p. 362)

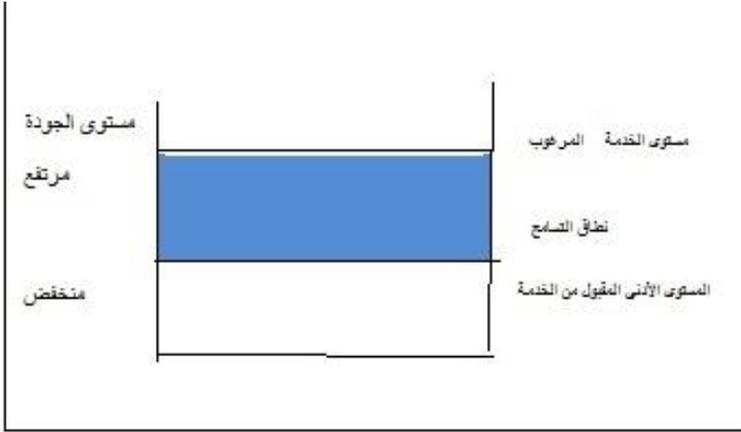
ب- **اتصال من الفم إلى الأذن ايجابي:** يعد سلوك التحدث إيجابيا عن المنتج من أهم السلوكيات الايجابية الناجمة عن الرضا إذا يقوم الزبون بتخزين الشعور والانطباع الايجابي الناتج عن تجربته الاستهلاكية في ذاكرته لينقلها إلى الأفراد الذي من حوله (حبيبة، 2013-2014، ص 91)، يشكل هذا النوع من الاتصال وسيلة إعلامية مجانية وذات فعالية كبيرة في جذب زبائن جدد للمؤسسة لكونه يتحدث عن تجربة زبون معين نتجت عنها صورة إيجابية تنقل من الفم إلى أذن الأشخاص الآخرين مباشرة،

إضافة إلى كونه يؤدي إلى حدوث إعطاء مصداقية أكبر للمعلومات الإيجابية التي يتحصل عليها حول خدمات المصحة.

وقد أثبتت الأبحاث الأثر الكبير للاتصال الإيجابي كون الزبون الراضي يحدث ثلاثة أفراد على الأقل عن انطباعه الإيجابي، في حين الزبون غير الراضي ينقل استياءه إلى ما لا يقل عن عشر أشخاص (Dubois, 1991, p. 68). من عليه يجب على المؤسسة التي تقدم الخدمات أن تبذل أكبر جهد ممكن لتحقيق رضا زبائنهم مما يساهم في تخفيض التكاليف الترويجية لها.

ج- **السواء للمؤسسة الصحية:** ويقصد به السلوك الصادر عن الزبائن في شكل تكرار لشراء خدمات العيادة بشكل متتالي مع نشوء تعلق الزبون بعلامة تلك الخدمة أو المنتج بشكل مستمر مما يساهم في حفاظ العيادة على حصتها السوقية. وفي ما يلي مثال على ذلك ، فإذا أراد المريض الحصول على الفحص بعد مثلا في مدة معينة لا تتجاوز ساعة مثلا فهذا هو مستوى الخدمة المرغوبة، لكنه ووفقا لخبرته مع العيادات الأخرى ووفقا لعوامل أخرى) مثل الزبائن الموجودين في قاعة الانتظار (فإنه يمكن أن يتحمل ساعة وربع ساعة وهذا ما يعرف بالمستوى المناسب للخدمة الصحية فإذا استغرقت الخدمة الفعلية له وقتا ما بين ساعة إلى ساعة وخمسة دقائق (منطقة التسامح/التحمل)، فإن المريض سيكون راضيا عن خدماتها، أما إذا تجاوزت ساعة ونصف، فإنه سيشعر بعدم الرضا لأن الخدمة أخذت منه وقتا أكبر مما اعتبره الحد المناسب (عائشة، 2010-2011، ص 130). ويمكننا توضيح مستويات توقعات الزبائن من خلال الشكل التالي:

الشكل (1) : مستويات توقعات الزبائن



المصدر: من إعداد الباحث

وتختلف منطقة التحمل من زبون إلى آخر، كما قد تختلف باختلاف المؤشرات الخمسة المستخدمة في تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون، وكلما زادت أهمية المؤشر كلما قلت منطقة التحمل والذي يعني الاستعداد المحدود لدى الزبون للتنازل عن المعايير الخاصة بالجودة التي يرغب فيها وقد تم التوصل من البحوث المتعددة خلال السنوات الماضية إلى تحديد عناصر الخدمة الأكثر ملائمة لإدراك الزبون لجودة الخدمة، وحدد "واير" بعض الأبعاد لرضا الزبون والمتمثلة أساسا في سلوك مقدم الخدمة في توفيرها، الاستمرارية، الثقة، الكفاءة، والنتائج الملموسة لها ويمكن ضم مفهوم وقت الانتظار إلى عامل سهولة الحصول على الخدمة، إذ أكدت الدراسات أن الوقت المنقضي من قبل الزبون في انتظار مقدم الخدمة يؤثر عكسيا على رضا الزبون. (عائشة، 2010-2011، ص 131)

ولقد أجمع كل من لارسن ورومان (1976)، هولودورتان (1988)، سينج (1990) بأن العوامل الآتية مجتمعة تؤثر إلى حد كبير على مدى رضا الزبون هي: (عائشة، 2010-2011، ص 132)

- أسلوب مقدم الخدمة في التعامل مع الزبائن وجودة المعلومات.
- كفاءة مقدم الخدمة المهنية والتقنية إضافة إلى طبيعة مشكلات الزبائن في الخدمات الصحية.

- مهارات مقدم الخدمة وعلاقاته الداخلية والشخصية.
- البيئة الديموغرافية للزبائن وخلفياتها.

المحور الثالث الدراسة الميدانية

أولا : مجتمع و عينة الدراسة

يتكون مجتمع دراستنا من مجموعة زبائن عيادة ابن سينا الموجود بولاية باتنة، ونظرا للوقت المحدود فانه لا يمكننا إجراء مسح شامل عليه، لذلك تم اللجوء إلى سحب عينة عشوائية بسيطة، وذلك لما تتميز به في إعطاء كل وحدة من المجتمع فرصة متساوية في الظهور، ثم إجراء الدراسة عليها وتعميم النتائج. ولقد تم حصر العينة في 64 مفردة وتم جمع بيانات الاستقصاء عن طريق المقابلة الشخصية، حيث تم توزيع الاستبيان وجها لوجه بالتوجه إلى عيادة ابن سينا المتواجد بباتنة، وقد أعطي للمستقضي منهم الخيار بين الإجابة وجها لوجه أو أخذ الاستبيان وإرجاعه إلى العيادة في وقت لاحق. بعد استرجاع قوائم الاستقصاء قمنا بمراجعتها للتأكد من صلاحيتها للتحليل، حيث حذفنا البعض منها بسبب عدم إتمام الإجابات وبالتالي كان العدد الإجمالي للقوائم هو 64 قائمة استقصاء صالحة من بين 90 قائمة موزعة.

ثانيا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

1. النسب والتكرارات وذلك لأجل توزيع خصائص الزبائن في المؤسسة الصحية فضلا عن بيان مواقف الزبائن حول جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة الصحية.
2. الوسط الحسابي لأجل التعرف على آراء الزبائن حيال مدى مطابقة جودة الخدمات الصحية مع متطلبات الزبائن والمتمثلة بالجوانب المادية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف.
3. كما استخدم الانحراف المعياري لقياس درجة تشتت قيم استجابات الزبائن عن الوسط الحسابي.

4. معامل التحديد ومعامل الارتباط يستخدم هذا الأسلوب لأجل تحديد مدى العلاقة بين جودة الخدمات الصحية التي تقدمها المؤسسات الصحية كمتغير مستقل وحالة الرضا والارتياح للزبائن كمتغير تابع.

ثالثا : أداة الدراسة

يعتبر الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما في البحث العلمي، وهو الأداة الأكثر ملائمة وفعالية لتحقيق أهداف الدراسة. لذلك فقد تم الاعتماد عليه لجمع المعلومات، حيث تم تصميم قائمة أسئلة بالاعتماد على بعض الكتب العلمية والدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع الدراسة وبعض الأساتذة المختصين. في هذا المجال ويتكون الاستبيان من جزئين:

- الجزء الأول: يحتوي على معلومات متعلقة بالخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة.
- الجزء الثاني: يحتوي على أسئلة تقيس أبعاد جودة الخدمة الصحية ورضا الزبائن عن تقديمها.

وتم الاعتماد على مقياس ليكارت للتعرف على وجهة نظر مفردات العينة حول واقع استخدام جودة الخدمات في عيادة ابن سينا، ودرجة رضاهم عنها. ويتكون هذا المقياس من 5 درجات تتراوح بين 1 وحيث تشير الدرجة 1 إلى عدم الموافقة المطلقة، 2 إلى عدم الموافقة، 3 إلى الحياد، 4 إلى الموافقة و 5 إلى الموافقة المطلقة.

وتم حساب المدى لتحديد طول الخلايا أو الفئات لتحديد درجة التقييم كما يلي: تم تحديد طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي المستخدمة في الجزء الثاني من الاستبيان، ثم حساب المدى بين أكبر وأصغر $5-4=1$ ثم تقسيمه أي 5 على 4 تساوي 0.8 ثم يتم إضافة واحد لتحديد الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا أو الفئات كما يلي:

- من 1 إلى 2.60 يمثل مجال التقييم السلبي.
- من 2.61 إلى 3.40 يمثل مجال التقييم المتوسط أو المقبول.
- من 3.41 إلى 5 يمثل مجال التقييم الجيد أو الإيجابي.

رابعاً : ثبات أداة الدراسة وصدقها

قبل أن تخرج قائمة الاستبيان في شكلها النهائي مرت بمراحل عديدة لاختبار صدقها وثباتها. بدءاً بعملية التحقق من صدق الأداة، حيث تم عرض قائمة أولية للأسئلة على بعض الأساتذة والخبراء، وتم تزويدهم بأهداف البحث للتأكد من مدى صدقها وتحقيقها لأغراض وأهداف البحث، وقد أبدوا آراءهم واقتراحاتهم والتي على أساسها تم تعديل القائمة. ثم تم توزيع قائمة الأسئلة على 30 مفردة من عينة الدراسة للتحقق من مدى فهم الأسئلة وعدم وجود أي غموض فيها، وقد تم حصر الأسئلة غير المفهومة وإعادة صياغتها، كما وقد تم التحقق من ثبات الاستبيان من خلال طريقة معامل ألفا كرونباخ. حيث يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف. ولقد بلغ معامل ألفا كرونباخ 0,994، ويتضح لنا أن قيمة المعامل ألفا كرونباخ جيدة.

خامساً: تحليل البيانات واختبار الفرضيات

أ- وصف خصائص عينة الدراسة:

بغرض التعرف على الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، تناول الجزء الأول من الاستبيان بعض البيانات الشخصية لأفراد العينة، وهي:

1-الجنس والسن: لقد أظهرت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة هم من الذكور بنسبة 62.5%، أما عدد الإناث فهو قليل حيث بلغت نسبتهن 37.5%. كما كشفت الدراسة أيضاً بأن معظم أفراد العينة هم من الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة بنسبة مقدارها 56.3%، ثم تليها الفئة العمرية من 36-50 بنسبة 20.3% ثم تليها الفئة العمرية أقل من 20 سنة بنسبة مقدارها 12.5%، وتبقى الفئة العمرية أكبر من 50 سنة بنسبة مقدارها 10.9% في المرتبة الأخيرة، وهنا نلاحظ تنوع الزبائن من فئات عمرية مختلفة وهذا شيء إيجابي للعيادة في الترويج لخدماتها.

2-المهنة: لقد بينت الدراسة بأن غالبية أفراد عينة الدراسة من حيث المهنة هم من ذوي الأعمال الحرة بنسبة مقدارها 50.0%، ثم تليها فئة الموظفين بنسبة مقدارها 31.3% والمتقاعدين بنسبة مقدارها 12.5%، وتبقى النسبة الضعيفة للبطالين بنسبة 6.3%.

ب- تحليل البيانات المتعلقة باختبار الفرضيات الأولى والثانية

1) تقييم جودة الخدمات الصحية بالنسبة لمؤشر الاعتمادية: ويتم ذلك بتحليل بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (4): جودة الخدمات الصحية من حيث مؤشر الاعتمادية لزبائن عيادة ابن سينا

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		1	2	3	4	5			
1	يهتم موظفو العيادة التي تتعامل معها بتقديم الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى.	5	8	13	15	23	3.67	1.298	عالية
2	يقدم موظفوا العيادة التي تتعامل معها نصائح وإرشادات كافية للزبون لاختيار الخدمة الملائمة له.	5	9	3	32	15	3.59	1.342	عالية
3	يحرص موظفو العيادة التي تتعامل معها على تقديم الخدمات في الأوقات المحددة لها ودون تأخير.	3	5	7	9	40	4.22	1.201	عالية
عالية	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام						3.82	1.247	عالية

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان

يتبين من الجدول رقم 4، أن اتجاهات زبائن عيادة ابن سينا نحو الفقرات 1 و 2 و 3 المتعلقة بعدد الاعتمادية تقع ضمن مجال التقييم الإيجابي، وبلغت متوسطاتها الحسابية على التوالي كما هو موضح في الجدول أعلاه 3.67 و 3.59 و 4.22، وبلغت الانحرافات المعيارية 1.298 و 1.342 و 1.201 أي أن تقديم الإرشادات والنصائح للزبائن يتطلب إعادة النظر فيه من قبل العيادة لتحسين خدماتها، وعموما فإن مؤشر الاعتمادية يقع ضمن مجال التقييم الإيجابي بمتوسط حسابي قدره 3.82 وانحراف معياري مقداره 1.247 وهذا ما يؤكد نفي الفرضية الصفرية لزبائن عيادة ابن سينا يقيمون جودة خدماته تقييما سلبيا من حيث بعد الاعتمادية. وقبول الفرضية البديلة لها أي أن زبائن عيادة ابن سينا يقيمون جودة خدماته تقييما إيجابيا من حيث بعد الاعتمادية.

2) تقييم جودة الخدمات الصحية بالنسبة لمؤشر الاستجابة: ويتم ذلك بتحليل البيانات الواردة فيما يلي:

الجدول رقم(5): تقييم جودة الخدمات الصحية من حيث مؤشر الاستجابة لزبائن

عيادة ابن سينا

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		1	2	3	4	5			
4	إن موظفو العيادة التي تتعامل معها على استعداد تام لتقديم المساعدة لك	4	8	10	19	23	3.77	1.244	عالية
5	يهتم موظفو العيادة التي تتعامل معها بمساعدتك في حل المشاكل التي تواجهك في تقديم الخدمة دائما	18	18	0	19	9	3.27	1.493	مقبولة
6	يتوفر لدى العيادة التي تتعامل معها عدد كافي من مقدمي الخدمات	7	11	17	22	7	3.17	1.176	مقبولة
7	تهتم إدارة العيادة التي تتعامل معها بالرد على استفسارات الزبائن والاستجابة السريعة لشكاويهم	13	7	9	20	15	3.27	1.461	مقبولة
مقبولة	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام						3.36	1.302	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان

تشير العبارات 4 و5 و6 و7 إلى أن موظفو العيادة يهتمون بتقديم المساعدة لزبائنهم كما يهتمون أيضا بحل المشاكل التي تواجه الزبائن عند تقديم الخدمات لهم، كما يوجد بالعيادة عدد كافي من مقدمي الخدمات إضافة إلى اهتمام إدارة المصحة بالرد على استفسارات الزبائن والاستجابة السريعة لشكاويهم وهذا ما يساهم في تقييمهم لجودة خدماتها تقييما مقبولا وهذا ما تبين لنا من خلال بلوغ المتوسطات الحسابية على التوالي 3.77 و3.27 و3.17 و3.27 كما بلغ الانحراف المعياري لها على التوالي 1.244 و1.493 و1.176 و1.461 أما المتوسط الحسابي العام لهذا البعد فبلغ 3.36 وانحراف معياري 1.302 مقداره فهو يقع ضمن مجال التقييم المقبول عموما لجودة خدمات عيادة ابن سينا وهذا ما يساهم في نفي الفرضية الصفرية بقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماتها تقييما سلبيا من حيث بعد الاستجابة وقبول الفرضية البديلة التالية: يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماته تقييما مقبولا من حيث بعد الاستجابة.

3) تقييم جودة الخدمات الصحية بالنسبة لمؤشر الملموسية: ويتم ذلك بتحليل بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (6): تقييم جودة الخدمات الصحية من حيث مؤشر الملموسية لزبائن عيادة ابن سينا

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		5	4	3	2	1			
8	يتوفر لدى العيادة الذي تتعامل معها تجهيزات حديثة	4	9	10	14	27	3.80	1.299	عالية
9	موظفو العيادة التي تتعامل معها يهتمون بمظهرهم وأناقتهم	12	0	10	16	26	3.69	1.479	عالية
10	المظهر الخارجي للعيادة التي تتعامل معها يتلاءم مع نوع الخدمات المقدمة للزبون	7	13	7	11	26	3.56	1.468	عالية
11	التصميم الداخلي للعيادة التي تتعامل معها يوفر جوا مريحا للزبون	3	5	7	28	21	3.92	1.088	عالية
12	قاعة الاستقبال مكيفة ونظيفة	6	6	9	19	24	3.77	1.306	عالية
		المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام					3.75	1.293	عالية

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان

تشير العبارات رقم 8 و9 و10 و11 و12 إلى وجود تجهيزات حديثة بالعيادة كما يهتم موظفوه بمظهرهم وأناقتهم إضافة إلى تلاءم المظهر الخارجي للعيادة مع نوع الخدمات المقدمة للزبون، كما أن التصميم الداخلي للعيادة يوفر جوا مريحا للزبون، إضافة إلى تضمنه لقاعة استقبال مكيفة ونظيفة حيث نلاحظ بأن هذه العبارات تقع ضمن مجال التقييم الإيجابي لجودة الخدمات حيث كانت متوسطاتها الحسابية على التوالي 3.80 و3.69 و3.56 و3.92 و3.77 كما كانت انحرافات المعيارية على التوالي 1.299 و1.479 و1.468 و1.088 و1.306، أما المتوسط الحسابي العام لبعد الملموسية فلقد وقع ضمن مجال التقييم الإيجابي بمتوسط حسابي مقداره 3.75 وانحراف معياري مقداره 1.293 وهذا ما ينفي الفرضية الصفرية يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماته تقييما سلبيا من حيث بعد الملموسية وبالتالي قبول الفرضية البديلة التالية: يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماته تقييما إيجابيا من حيث بعد الملموسية.

4) تقييم جودة الخدمات الصحية بالنسبة لمؤشر التعاطف: ويتم ذلك بتحليل البيانات الواردة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (7): تقييم جودة الخدمات الصحية من حيث مؤشر التعاطف لزبائن

عيادة ابن سينا

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		5	4	3	2	1			
13	يتحلى مقدموا الخدمات بالعبادة التي تتعامل معه بالأدب والأخلاق الطبية	9	47	4	3	1	3.94	0.732	عالية
14	يشعر الزبون بالاهتمام الشخصي من قبل مقدم الخدمة الذي يتعامل معه	35	9	11	7	2	4.06	1.207	عالية
15	مقدموا الخدمات بالعبادة التي تتعامل معه لا يميزون بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام	23	12	13	12	4	3.59	1.318	عالية
16	إدارة العيادة تعلم الزبائن بخدماتها الجديدة	22	12	14	4	12	3.44	1.489	عالية
	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام						3.75	1.120	عالية

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان

من خلال العبارات رقم 13 و 14 و 15 و 16 نجد بأن مقدمو الخدمات يتحلون بالأدب والأخلاق الطبية كما يشعرون الزبون بالاهتمام الشخصي من قبل مقدم الخدمة الذي يتعامل معها إضافة إلى كونهم لا يميزون بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام وهذا إضافة إلى إعلام إدارة العيادة بخدماتها الجديدة حيث نجد جميع هذه العبارات تقع ضمن مجال التقييم الإيجابي وهذا ما يتجلى لنا من خلال متوسطاتها على التوالي 3.94 و 4.06 و 3.59 و 3.44 بينما كانت انحرافاتها المعيارية على التوالي 0.732 و 1.207 و 1.318 و 1.489، أما بالنسبة للمتوسط العام لبعد التعاطف فكان مقداره 3.75 وانحرافه المعياري 1.120 فهو يقع ضمن مجال التقييم الإيجابي مما ينفي الفرضية الصفرية التي تنص على أنه يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماتها تقييما سلبيا ويؤكد الفرضية البديلة لها وهي يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماته تقييما إيجابيا من حيث بعد التعاطف.

(5) تقييم جودة الخدمات الصحية بالنسبة لمؤشر الأمان: ويتم ذلك بتحليل بيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (8) تقييم جودة الخدمات الصحية من حيث مؤشر الأمان لزبائن عيادة ابن سينا

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		5	4	3	2	1		
17	تشعر بالاطمئنان عند تعاملك مع موظفو العيادة	16	18	20	6	4	1.153	عالية
18	يقدم موظفو العيادة التي تتعامل معه العيادة لك خدمات خالية من المخاطر	13	22	16	5	8	1.257	عالية
19	موظفو العيادة التي تتعامل معه يشعرونك بالأمان في معاملتهم لك	12	33	7	5	7	1.205	عالية
عالية	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام						1.163	3.52

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان

تشير العبارات رقم 17 و18 و19 إلى وجود شعور لدى الزبائن بالاطمئنان عند تعاملهم مع موظفو العيادة كما يقدم لهم موظفو العيادة خدمات خالية من المخاطر بالإضافة إلى تحسيس الزبائن بالأمان عند تعاملهم معهم حيث نجدها جميعا تقع ضمن مجال التقييم الإيجابي وفقا للمتوسطات الحسابية التالية 3.56 و3.42 و3.59 على التوالي كما كانت انحرافات المعيارية على التوالي 1.153 و1.257 و1.205، أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام لبعده الأمان فلقد كان مقداره 3.52 وانحراف معياري مقداره 1.163 وهو يقع عموما ضمن مجال التقييم الإيجابي مما ينفي الفرضية الصفرية التي تنص على أنه يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماته تقييما سلبيا من حيث بعد الأمان وتؤكد الفرضية البديلة يقيم زبائن عيادة ابن سينا جودة خدماته تقييما إيجابيا من حيث بعد الأمان.

(6) تقييم مدى تأثير جودة الخدمات الصحية لعيادة ابن سينا على رضا زبائنها: وسيتم ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (9): تقييم أثر جودة خدمات عيادة ابن سينا على رضا زبائنها

رقم العبارة	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		1	2	3	4	5			
20	ما مدى رضاك عن جودة الخدمات التي يقدمها لك عيادة ابن سينا	7	15	5	23	14	3.34	1.347	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان

من خلال العبارة رقم 20 نجد بأن رضا الزبائن عن جودة خدمات عيادة ابن سينا يقع ضمن مجال التقييم المقبول بمتوسط حسابي مقداره 3.34 وانحراف معياري مقداره 1.347 أي أن هذه العيادة يقدم خدماته لزيائنه في المستوى المطلوب.

ج- تحليل البيانات المتعلقة باختبار الفرضية الثالثة وسيتم اختبارها بتحليل البيانات الواردة بالجدول التالي:

الجدول رقم (10): معاملات ارتباط أبعاد الجودة برضا الزبائن

أبعاد الجودة	الاعتمادية	الاستجابة	الملموسية	التعاطف	الأمان
معامل ارتباطها بالرضا	0.937	0.957	0.975	0.960	0.943
SIG	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
معامل التحديد	0.976				
معامل الارتباط الكلي	0.952				
الخطأ المقدر	0.306				

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج الاستبيان

يتبين لنا من خلال الجدول السابق ما يلي:

بما أن قيمة $\text{sig} = 0.00$ وهي أقل من 0.005 يعني وجود تأثير لأبعاد الجودة على رضا الزبائن، كما نلاحظ بوجود علاقة ارتباط قوية بين رضا الزبائن وجميع أبعاد جودة الخدمات الصحية الخمسة حيث بلغ معامل ارتباط بعد الملموسية برضا الزبائن 0.975 ثم يليه بعد التعاطف 0.960 ثم يليه بعدي الاستجابة والأمان بالمعاملين 0.957 و 0.943 ويبقى بعد الاعتمادية في المرتبة الأخيرة بمعامل ارتباط قدره 0.937.

وبما أن معامل التحديد يقدر بـ 0.976 فهذا يدل على أن نسبة 97.6 بالمئة من مجموع الانحرافات موضحة بواسطة المتغيرات المستقلة أي بأبعاد جودة الخدمة الصحية الخمسة (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الأمان) أما نسبة 2.4 بالمئة فتعود إلى العوامل الأخرى.

خاتمة:

إن جودة الخدمات الصحية تساهم في التأثير على رضا الزبائن بطريقة إيجابية إذا أحسن المصحة تقديمها والعكس صحيح، وعليه تم إجراء دراسة بمصحة ابن سينا بولاية باتنة لإثبات وجود ذلك ولقد تم التوصل منه إلى مجموعة من النتائج ثم اقتراح بعض الاقتراحات لها.

أولا النتائج: من خلال الدراسة السابقة تم التوصل إلى ما يلي:

- إن مفهوم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون يتعلق بمدى قدرة العيادة على تقديم خدمة تتطابق مع توقعات الزبون أو تتجاوزها، فتقديم خدمة ذات جودة عالية يعني هنا تطابق مستوى جودة الخدمة الصحية الفعلي الذي يعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة الصحية مع توقعات زبائن تلك العيادة لهذه الأبعاد، ولقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى ما يلي:
- نفي الفرضية الأولى لأن زبائن عيادة ابن سينا يعتمدون على أبعاد الجودة الخمسة بدون استثناء ولكن بطريقة نسبية كما تم نفي الفرضية الثانية حيث أثبتت هذه الدراسة بأن زبائن عيادة ابن سينا يقيمون أبعاد الجودة تقييما إيجابيا.
- ولقد تم إثبات الفرضية الأخيرة حيث وجدنا علاقة ارتباط قوية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبائن في عيادة ابن سينا.

ثانيا التوصيات: بناء على النتائج السابقة يمكن لنا اقتراح ما يلي:

- ضرورة اهتمام عيادة ابن سينا بعملية التحسين المستمر لخدماتها.

- ضرورة إنشاء نظم معلوماتي للعيادة لدراسة السوق التي ينشط بها للمحافظة على رضا زبائنها مستقبلا.
- ضرورة إعادة النظر فيما يتعلق بمؤشر الاستجابة في هذه العيادة لكي لا يؤثر سلبا على حصتها السوقية مستقبلا.

قائمة المراجع:

- Ahmed Hamadouche (1997). *Méthodes et outils d'analyse stratégiques*. Alger :Chiheb éditions.
- Daniel Ray (2000). *Mesurer et développer la satisfaction clients*. Paris: Editions d'organisation.
- Jean-Jacques daudin et Charles Tapiero (1996). *les qualités et le contrôle qualité*. Paris :Economica.
- P. Kotler et B. Dubois (1991). *Marketing Management* (ed 11). Paris: Delphine Monceau.
- A., Zeithaml, Valarie A., and Berry, Leonard L Parasuraman . (1985)A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research *Journal of Marketing*.49 ،
- Richard Ladwein (1999). *Le comportement du consommateur et de l'acheteur*. Paris: Economica.
- تيسير العجارمة. (1995). *التسويق المصرفي* (ط1). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- ثابت عبد الرحمن إدريس. (2006). *كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم*. الإسكندرية: الدار الجامعية.
- ثامر ياسر البكري. (1999). *تسويق الخدمات الصحية*. عمان: دار اليازوري.
- صلاح محمود ذياب. (2010). *إدارة خدمات الرعاية الصحية* (ط1). عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.

- علي السلمي. (1995). إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للإيزو 9000. دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- كشيده حبيبة. (2014-2013). آليات تدعيم الميزة التنافسية من خلال تحقيق رضا الزبون دراسة حالة المؤسسة الوطنية للصناعات الإليكترونية. أطروحة دكتوراه. الجزائر، جامعة الجزائر.
- محمد فريد الصحن، طارق طه أحمد. (2007). إدارة التسويق في بيئة الانترنت. الإسكندرية: دار الجامعة.
- منير نوري. (2013). سلوك المستهلك المعاصر. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- نزار عبد المجيد البرواري ولحسن عبد الله باشيوة. (2011). إدارة الجودة مدخل للتميز والريادة (مفاهيم وأسس وتطبيقات) (ط 11). الوراق للنشر والتوزيع.
- هاني حامد الضمور. (2005). تسويق الخدمات (ط3). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- واله عائشة. (2011-2010). أهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون. رسالة ماجستير غير منشورة. الجزائر، جامعة الجزائر.