

Syrian Arab Republic

الجمهورية العربية السورية

Ministry of Higher Education

وزارة التعليم العالي

Syrian Virtual University

الجامعة الافتراضية السورية

دراسة العوامل المؤثرة في رضا المرضى في عيادة الأسنان في محافظة طرطوس

**A study to define factors affecting dental clinic patients' satisfaction in
Tartous**

بحث مُقدّم لنيل درجة ماجستير إدارة الأعمال التخصصي MBA

إعداد الطالب: عيد محمد شهلا

eid_91143

إشراف الدكتور محمد الخضر

الإهداء

مرّت قاطرة البحث بكثيرٍ من العوائق، ومع ذلك حاولتُ أن أتخطّها بثبات بفضل من الله ومنه.

إلى أبويّ وأخوتي وأصدقائي، فلقد كانوا بمثابة العُضد والسند في سبيل استكمال البحث.

إلى جميع أساتذتي الكرام ممن لم يتوانوا في مد يد العون لي والذين كان لهم الدور الأكبر في مُساندتي ومدّي بالمعلومات القيّمة...

أهدي لكم بحث تخرّجي

شكر وتقدير

يطيب لي عرفاناً بالجميل أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من وقف إلى جانبي خلال فترة دراستي هذه، وأخص بالذكر أستاذي الكريم المشرف على الدراسة الدكتور محمد الخضر الذي قدم لي الدعم والتوجيه والإرشاد حتى أبصر هذا العمل النور.

كما أتقدم بالشكر إلى أعضاء هيئة التدريس في ماجستير التأهيل والتخصص في إدارة الأعمال في الجامعة الافتراضية السورية.

وأنتدم بوافر التقدير وعظيم الامتنان للجنة المناقشة الأفاضل الذين شرفوني بمناقشة المشروع وعلى دورهم الكبير في إثرائه بملاحظاتهم وتوجيهاتهم.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساهم من قريب أو بعيد في هذه الدراسة سواء بالخبرة والإرشاد والطباعة والتدقيق والتحكيم وتسهيل مهمتي من خلال توفير المعلومات والبيانات.

شكراً لهم جميعاً

الطالب: عيد محمد شهلا

العنوان: طرطوس الرقمة

الجامعة الافتراضية السورية

إشراف الدكتور: محمد الخضر

عام 2019

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثرة على رضا المرضى في عيادة الأسنان في محافظة طرطوس.

يتألف مجتمع البحث لهذه الدراسة من كل المرضى المراجعين لعيادة الأسنان قيد الدراسة في منطقة طرطوس وتمّ توزيع 121 استبيان على عينة مُيسّرة من المرضى وقد استخدم الباحث في الدراسة عدد من التحاليل الإحصائية في برنامج SPSS منها الانحدار الخطي البسيط والمتعدد والارتباط والتباين الأحادي. وخلصت الدراسة إلى أن الاعتمادية والملموسية والأمان والتعاطف والاستجابة وهي أبعاد الجودة المُدرّكة وأيضاً القيمة المُدرّكة تؤثر إيجابياً على رضا المرضى.

وانتهت الدراسة بتقديم مجموعة من الحلول والاقتراحات منها الشرح الوافي للمريض وتقديم الحلول الممكنة للتأكد من مطابقتها مع توقعاته والعمل على ضمان سرية وخصوصية المعلومات الخاصة بالمرضى وفتح قنوات التواصل وتفعيلها لاستجابة أسرع من مزود الخدمة بالإضافة الى الاهتمام بالمظهر العصري والجذاب للعيادة وتجهيزها بالتقنيات الحديثة.

الكلمات المفتاحية: رضا المرضى، جودة الخدمة، القيمة المُدرّكة، الاعتمادية، الملموسية، الأمان، التعاطف، الاستجابة.

محتويات مشروع التخرج

رقم الصفحة:	الموضوع:
1	مقدمة
2	أولاً: رضا العملاء
3	ثانياً: الدراسة الاستكشافية
3	البحث النوعي عن طريق المقابلات المعمقة
5	الدراسات السابقة
5	جودة الخدمة ورضا العملاء
8	القيمة المدركة ورضا العملاء
9	ثالثاً: نموذج مقترح للبحث
10	رابعاً: طريقة وتصميم البحث
13	خامساً: تحليل البيانات
14	اختبار الارتباط بين أبعاد الجودة المدركة والقيمة المدركة والرضا
15	اختبار الفرضيات
21	نموذج الانحدار المتعدد للبحث
22	اختبار تأثير العمر بالسنوات على الرضا
22	اختبار معنوية الفروق في رضا المرضى بين الذكور والإناث
25	اختبار معنوية الفروق بالرضا باختلاف المستوى التعليمي
26	اختبار معنوية الفروق بالرضا باختلاف الدخل
27	سادساً: النتائج والتوصيات
29	حدود البحث
30	المراجع

قائمة الجداول

رقم الجدول:	رقم الصفحة:
الجدول رقم 1	11
الجدول رقم 2	11
الجدول رقم 3	11
الجدول رقم 4	12
الجدول رقم 5	12
الجدول رقم 6	12
الجدول رقم 7	12
الجدول رقم 8	14
الجدول رقم 9	15
الجدول رقم 10	16
الجدول رقم 11	16
الجدول رقم 12	17
الجدول رقم 13	17
الجدول رقم 14	17
الجدول رقم 15	18
الجدول رقم 16	18
الجدول رقم 17	19
الجدول رقم 18	19
الجدول رقم 19	20
الجدول رقم 20	20
الجدول رقم 21	20
الجدول رقم 22	21
الجدول رقم 23	21
الجدول رقم 24	22
الجدول رقم 25	22
الجدول رقم 26	23
الجدول رقم 27	24_ 23
الجدول رقم 28	25
الجدول رقم 29	26
الجدول رقم 30	26
الجدول رقم 31	26

قائمة الأشكال

رقم الشكل:	رقم الصفحة:
الشكل رقم 1	10
الشكل رقم 2	13
الشكل رقم 3	13

مقدمة:

تزايدت المُتطلبات الصحية والجمالية للمرضى في عالم طب الأسنان مع تقدم المجتمعات وتوافق ذلك بتقدّم التقنيات الطبية والأجهزة والمواد التي أحدثت ثورة وزادت من المستوى الصحي وحسّنت من جودة المعالجات السنية وخلال الأزمة التي مرّت بالبلاد والتي لم توقّف ازدياد المنافسة في القطاع الصحي في سوريا للحصول على رضا المرضى والسمعة الجيدة وتقديم أفضل الخدمات وخاصة في المناطق الهادئة نسبياً كمحافظة طرطوس التي انتقل إليها العديد من الكفاءات الطبية من المناطق الساخنة وزادت من حدة المنافسة فيها وهنا مع ضرورة تقديم جودة عالية للمعالجات يبرز دور العامل التسويقي الجيد الذي يتيح للأطباء الجدد تحقيق سمعة جيدة وكسب محبة المرضى ولفت انتباههم .

ومع تقدّم العلوم الهائل في الآونة الأخيرة وتقدّم التقنيات الطبية في عالم طب الأسنان وانتشار العديد من المراكز الطبية التي تقدم خدمات ذات جودة عالية وتحتوي أجهزة حديثة ومهارات عالية يبقى لزاماً على الأطباء العمل على تقديم الجودة العالية والحرص على زيادة رضا المرضى كون العامل النفسي لدى المريض من أهم العوامل التي تحكم خياره بالتعامل مع طبيب الأسنان. يعتبر رضا المرضى من أهم المتغيرات التي تؤثر في قرار إعادة التعامل مع العيادة أو الطبيب وتؤثر في الكلام المنقول الإيجابي والولاء والتزام العميل.

تأتي أهمية هذا البحث من كون رضا المرضى يلعب دوراً جوهرياً في قرار المريض بالتعامل مع العيادة ويوجّه خياراته ويزيد ثقته بالطبيب وتقبّله للعلاج. وهو أحد المواضيع الهامة جداً والتي تهتم كل أنواع المنظمات. تبعال (Caruana , 2002) فإنّ رضا العملاء هو موضوع جوهري في الفكر والتطبيق التسويقي . ويعتبر الرضا مخرج رئيسي من النشاطات التسويقية ويقوم بربط العمليات من صنع القرار والاستهلاك مع ظواهر ما بعد الشراء مثل تغير الموقف أو الشكاوى أو الكلمة المنقولة الإيجابية أو إعادة الشراء والولاء للعلامة التجارية (Fornell , 1992) . الباحثون وجدوا علاقة موجبة بين الرضا والولاء وهذا يعزز من أهمية الرضا بالنسبة للمنظمة على المدى البعيد (Hansemark and Albinson , 2004)

يعتبر رضا العملاء مفتاح إيجاد التسويق الناجح حيث يلعب دور حيوي وهام في خلق وتنمية تنافسية المنظمة. هذا يعتمد على قدرة المنظمة على تلبية وإشباع حاجات العملاء المستهدفين ورغباتهم عن طريق أداء عالٍ متفوق للخدمة أو المنتج عموماً. الرضا يعتبر كُـمُـرَج مُمـتـع وحالة نهائية مفضّلة للاستهلاك او التعامل مع المنظمة (Oliver , 1997) .

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة في رضا المرضى في عيادة الأسنان محل البحث في محافظة طرطوس بقصد فهم أعمق لحاجات المرضى ومتطلباتهم ومشاعرهم بالإضافة إلى توجيه إمكانيات المنظمة وإدارتها إلى أكثر النشاطات التي تزيد الرضا وتؤدي إلى خلق جو إيجابي بين الطبيب والمريض وزيادة ولاء المرضى.

أولاً: رضا العملاء:

إن كلمة الرضا في اللغة الإنكليزية satisfaction مُشتقة من satis والتي تعني جيد جداً وايضا facio والتي تعني مناسب ووافٍ بالمراد . فهو الموقف الإجمالي الذي ينتج من تقييم العميل بعد الحصول على السلع أو تقديم الخدمة. وهو عملية تقييمية بعد عملية الشراء والخبرة التي نتجت عن التعامل مع المنظمة. نستنتج مما سبق أن الرضا هو موقف أو تقييم أو استجابة عاطفية من قبل العميل بعد التعامل مع المنظمة مقارنةً مع التوقعات أو تقييم المستهلك للأداء المُتوقَّع (Mowen and Minor , 2009) .

بعض العلماء عرّفوا رضا العملاء بأنه مشاعر الشخص سواءً فرحاً أو إحباطاً التي تنتج من مقارنة أداء المنتج أو الخدمة مع التوقعات (Kotler and Keller, 2012) . إذا لم يلتقِ الأداء مع التوقعات فإن العميل غير راضٍ وإذا تلاقى التوقعات مع الأداء فإن العميل راضٍ وإذا فاق الأداء التوقعات فإن العميل يكون مُمتن ومن المُمكن أن يبقى ولائه لفترة أطول. وإذا كان لدى مُزود الخدمة القدرة على خلق رضا العملاء فهو عامل حاسم في تمييز المنتج أو الخدمة ويؤدي إلى تطوير علاقة قوية مع العميل (Deng et al., 2009) . يعتبر رضا العملاء كمجموعة من المعتقدات أو النتيجة المتعلقة بتعامل العميل مع المنتج أو الخدمة المقدمة (Solomon et al , 2006) . وبشكل مشابه في قطاع الخدمات ميّز بعض الباحثون الرضا وعدم الرضا كتقييم لمدى ملاقة الخدمة أو المنتج لحاجات أو توقعات العميل (Zeithmal et al , 2011) . هو ظاهرة تخصّ العميل بعد الشراء تتعلق بالتعبير عن إعجاب العميل أو عدم إعجابه بالخدمة المقدمة بعد تجربتها فعلياً (Woodside et al , 1989) . ونتيجة لذلك الرضا هو مخرج من مجموعة من الإدراكات والتقييمات و ردود الفعل النفسية تجاه عملية استهلاك المنتج أو الخدمة (Kumar , 2014) . عموماً الرضا الإجمالي يعتمد على مقارنة النتائج بين الأداء الفعلي و توقعات العميل من الخدمة فإذا تطابق الأداء الفعلي مع التوقعات كان العميل راضٍ وإذا تفوق الأداء الفعلي على التوقعات سيكون العميل ممتناً (Kotler et al , 2009) .

تعد إدارة والتحكم برضا العملاء اليوم من أهم النشاطات ذات الأهمية الاستراتيجية للمنظمة وهو الجزء الأهم من مبدأ التغذية العكسية للإدارة الفعّالة للمنظمة (Porter, 1985). كل عميل بناء على حاجاته وخبراته والمعلومات المشتقة من البيئة المحيطة يكون مفهوم خيالي يعكس الأداء المتوقع من مزود الخدمة. وكلّما كان الفرق قليلاً بين توقعات العميل والحقيقة تكون درجة الرضا أعلى (Adamska and Minarova, 2014) . الحالة التالية تحدد سلوك العميل تجاه المنظمة إما أن يعاود الشراء أو يقوم بالتحوّل إلى المنافسين. إن التحكم برضا العملاء ليس هاماً فقط لاكتشاف الحقيقة في موقف معين إنما هو بشكل واضح مهم لمقارنة الحاجات والميول حيث أن النتيجة التي نحصل عليها من ذلك يمكن أن تُستعمل من قِبَل الإدارة العليا كمعلومات مفيدة لمراجعة الإجراءات لفعالية وكفاءة أكبر في المنظمة. وهو نظام يجب أن يطبق في ظل ظروف السوق المتغيرة ومتطلبات العملاء المتغيرة بسرعة أيضاً (Mateide and Āad'o, 2002) . فالرضا هو استجابة العميل النهائية فهي حكم العميل على خصائص المنتج أو الخدمة أو على المنتج أو الخدمة بحد ذاتها والذي يحقق مستويات مرضية بعد الاستهلاك (Oliver 1997) .

أهمية الرضا على مستوى المنظمة تأتي من علاقته بالعيد من المتغيرات الهامة فالدراسات السابقة مثل Aaker (2012) وازن بين رضا العميل وولائه حيث وصف الرضا بأنه مقياسٌ مباشر لمدى استعداد العميل للتعامل مع العلامة التجارية . والعلاء الذين كانوا راضين عن الخدمة في الماضي ليس فقط سيعودون لشراء الخدمة مجدداً في المستقبل بل سيكونون أيضاً مستعدين لدفع سعر أعلى كما وجد (Ganiyu

(2012) . والعديد من الباحثين وجدوا تأثير إيجابي للرضا على بعض المتغيرات الهامة مثل ثقة العميل (Omar et al , 2009) والتزام العميل (Gustaffson et al , 2005) ونية إعادة الشراء (Clemes et al , 2008). كما أن للرضا تأثير إيجابي على الكلام المنقول الإيجابي (Saha and Theingi , 2009) وبعض المتغيرات الاقتصادية مثل الربحية والحصة السوقية والعائد على الاستثمار كما وجد (Anderson et al , 1994) .

ثانياً: الدراسة الاستكشافية:

❖ البحث النوعي عن طريق المقابلات المعمقة:

تم إجراء ثلاثة مقابلات معمقة مع مرضى (أحمد: 45 سنة، هالا: 25 سنة، جهينة: 31 سنة) بعد الطلب منهم بلطف التعبير عن أحاسيسهم ومشاعرهم فيما يتعلق بموضوع الخدمة المقدمة وتم شرح موجز الغاية من المقابلة وتراوحت مدة كل مقابلة حوالي نصف ساعة. تم استخدام أسلوب تسلسل الأفكار والأسئلة laddering حيث تم سؤالهم عن محاور وأبعاد جودة الخدمة والقيمة المدركة والرضا. وكانت النتائج هي التالي:

موضوع الاعتمادية والقدرة على تنفيذ الوعود في العيادة هي من الأمور المهمة للمرضى وقد ركز المرضى على موضوع الدقة في العلاج وهذا من الأشياء المهمة لهم:

أحمد: " أنا لما يشتغل سن أو مثلاً داوالي ركبلي فك أو جسر أو سن بتخلق راحة وسعادة عندي أنو مثلاً عم آكل وأشرب عليه بشكل طبيعي ريحني وخلق عندي راحة مستدامة وليس مؤقتة .. إضافة ممكن يدفعني أنو أرجع لعندو وصرت فيني اعتمد عليه " .

هالا: " أول شي انو الشغل كان دقيق وصحيح هي أهم نقطة ... " .

جهينة: " دقيق بالمواعيد وشغلك نضيف وعيادتك كويسة كثير " .

وذكر المستجوبين أيضاً أن للجوانب الملموسة دور هام في وجهة نظرهم تجاه مزود الخدمة فالأثاث الجيد والتجهيزات الجذابة والمظهر الأنيق للطبيب ونظافة هندامه هي من الأمور المهمة والتي تؤثر في تقييم المرضى للطبيب والعيادة:

أحمد: " يكون في تهوية كافية ما تكون مخنوقة . ممكن هيك بعض الجرائد والمجلات يتسلى فيهن الواحد . ويكون في شاشة مثلا انو الواحد يتسلى فيهن إذا الواحد طول شوي يتسلى اذا ماحب يقرأ . بالنسبة الي المزج بالألوان ما كثير بحبو أنا يعني لونين وتكون الألوان زاهية فاتحة شوي مو كثير . " .

هالا: " أهم شي بالنسبة للعيادة النظافة ... انو تكون مرتبة ما تكون الغراض كلها مع بعضها وبالنسبة للطبيب كمان كمظهر عام انو يكون نظيف ويبين انو أنيق .

" .

جهينة: " أول شي كل شي منظم فيها مثلاً والنسبة للألوان اللون الأبيض مريح جداً وأنا بتفانل باللون الأبيض كثير بدرجة مو طبيعية . وطبعاً كان الهدام كثير كثير انيق .. انت كأناقة أناقتك كثير حلوة لابس مريول حلو مكوي نظيف وهالشي مهم كثير .

"

وأيضاً موضوع الثقة بالطبيب ومهارته ومعلوماته كان مهماً وهذا ينتج عنه حفظ وصون أسرار المرضى والتعامل مع حالاتهم بكل الخصوصية فقد ذكر المرضى:

أحمد: " بالنسبة للطبيب لازم يكون عملو سري من ناحية انو يحفظ أسرار المرضى . لانو بعزز الثقة عند مرضاه وبيعزز احترام انو شغلتن ما بيكون فيها بتاتا ... لو هنن أباحو انو شغلتن ممكن بس الطبيب لازم يتكتم عليها بالكامل . "

جهينة: " كان التعامل مريح جداً انت أخذت رقم موبايلي وأنا أخذت كرتك واتصلت فيني كذا مرة لتخبرني عن الشغل وانا احجز مواعيد فتعاملك بسرية وضمان هالخصوصية مثلاً كان بيرحني وبيسدني انا بالنسبة الي مثلاً ما بحب حدا يشوف أسناني أو الصور ..

"

عن مواعيد العلاج الطويلة والمتكررة لبعض الحالات ذكر المستجوبين أهمية الاستجابة في العيادة كالردي على المكالمات الهاتفية التي تخص المرضى والاستماع إلى شكاوهم ومشاعرهم وضرورة تقديم المعلومات الوافية من مزود الخدمة لهم:

أحمد: " برأيي لازم الدكتور يكون عندو وقت منتظم للعيادة بيكون في توقيت للمرضى انو انا رح افتح العيادة بال 8 او 9 مثلاً للواحدة وبالتالي أنا رح احضر بعرف بهالوقت بيتواجد الطبيب بالعيادة وبجي بلاقيه بالتالي برتاح أما إذا كان ما في التزام من جانب الطبيب ممكن يخلق عامل نفور وبيععمل إزعاج عند المرضى لانو ماعم يتواجد بالعيادة وبالتالي الالتزام بالطبيب بالتواجد بالعيادة بيريح المريض وبيسدو .

"

هالا: " أنا بالنسبة للحشوات اتفاجئت بالسرعة انو فكرت انو كل سن بياخذ جليستين ثلاثة ولكن بجلسة خلصتو وهاد الشي أحسنلي مع الجودة طبعاً ... ونحننا هلق بعصرنا انو الواحد انو يستثمر وقتو وعصر السرعة وانو أي دقيقة الواحد بحاجة إليها واي شغلتن تانية مو اجبارية مثلاً بالبيت بشغلك باهلك ... والسرعة مهمة بس مو لازم تكون بحساب الجودة "

جهينة: " اول شي عامل الوقت والسرعة أحياناً الواحد بيجي انا مثلاً اجيت تلت اربع جليسات خلصت وغير هيك الواحد فات عيادة لاقاها حلوة نظيفة ولاقي في تعامل حلو ولطيف وظريف من الطبيب ...

"

كما شددوا على موضوع التعاطف بين الطبيب والمرضى فبعض العلاجات صعبة ومؤلمة وبعض الحالات تتطلب صبراً طويلاً من الطبيب وتعامل إنساني وانتباه عالٍ إلى مشاعر المرضى وهو من أهم الصفات التي يجب أن يتمتع بها الطبيب فالرحمة واللفظ تؤثر كثيراً في نفسية المريض وتشجعه على تقبل العلاج:

أحمد: " حسن تقدير الطبيب للحالة اللي بيكون فيها المريض مهمة وبتشعر المريض انو الطبيب موقف لجنبو عامل كثير مهم بالعلاج يعني وقت مثلاً مريض متالم مريض بتقلو شغلة ماكتير بيتجاوب معك ... بتشعر انو بطريقة تانية بدك تساعدو بتشعر المريض انو الطبيب موقف لجنبو وعم يساعدني لاتجاوز الحالة اللي انا فيها يعني دور مساعد للمريض برأيي وبالتالي ممكن يقدر المريض اذا قرانتو جيدة ... رح يخلق سعادة لدى المريض لأن الطبيب يد معونة براحتي وبتذليل المرض اللي انا عم عاني منو ... "

هالا: " وقت بدي روح لعند دكتور وخايفة انا ... كذا مرة مو شرط بس دكتور اسنان وقت بفوت ممكن هالطبيب ينزع طيب انا جاي لاتعالج شو بدي .. او ليش لفكر مثلا ما اعمل هالحركة ... بالعكس انا شفت تعاملك من اول ضرر قلعتو يعني شفت كانت اول زيارة لعندك قديش تعذبت وانت عادي ... وانا هههه عيط وهيك فكروا انو عاملة شي عملية وهادا اللي دفعني اني ارجع لعندك مرة تانية بصراحة اللطافة وطولة البال كانت نفسيتك مريحة ما عصبت وانزعجت وهيك ... "

جهينة: " لانو مو كل الناس بتتحمل الوجع في ناس ما بتقدر تتحمل الوجع وبهالحالة طولة البال بتفيد وقت ببيكون الواحد عندو طولة بال عالمريض المريض رح يرتاح نفسيا حتى لو عم يتالم ... "

شدد المستجوبين على ضرورة أن يحصل المريض مقابل الوقت والمال الذي يصرفه والذي اعتبره البعض مكلفاً على منفعة عالية تحقق للمريض الرضا والنتيجة المرجوة وهي ما تخلق لديه رضا وقناعة أن القيمة التي كسبها من زيارة الطبيب توازي أو تزيد ما تكبده من عناء وما تحمله من تكلفة:

أحمد: " اذا أحسن الطبيب التشخيص رح ينجح العمل وبالتالي رح يوفر عالمريض كثير أعباء بيوفر الوقت والتكلفة للمريض وبتعطي احساس انو أحسنت الاختيار او اخترت صح بالتعامل مع الطبيب . "

جهينة: " اي طبعا انا مثلا شفت اسناني وتعبانة عليهن وكثير عجبنتي النتيجة و لما الواحد بيشتغل مثلا ما بيهمو التكلفة بيهمو يشتغل شي كويس وأبدي مو كل يومين ثلاثة عند طبيب . "

❖ الدراسات السابقة:

■ جودة الخدمة ورضا العملاء:

جودة الخدمة هي موضوع أساسي يشغل بال الباحثين خلال السنين الأخيرة في العديد من المجالات وذلك نتيجة تأثيرها على إنجاز الأعمال والربحية ورضا المستهلك والمحافظة على العملاء وضمان الخدمة (Suhail, 2003). جودة الخدمة يمكن أن تقاس بالخدمة التي يتلقاها العميل والتي تلاقي توقعات المستهلك (Santos , 2003). التوقعات هي ما يحتاجه العميل وما يشعر أن على مزود الخدمة أن يقدمه. الإدراك يشير الى تقييم العميل لمزود الخدمة. وكنتيجة لذلك إذا تجاوزت إدراكات العميل لتوقعاته فإن مزود الخدمة يقدم خدمة جيدة والفرق بين النقاط هو الذي يحدد مستوى جودة الخدمة. (Zaim et al, 2010) لتقييم وإدارة مستوى جودة الخدمة يتضمن مقاييس إدراك العميل (perception) وتوقعاته (expectation) وجودة الخدمة هي الفرق بين الإدراك والتوقعات. (Sheetal and Harsh , 2004) جودة الخدمة تعرف بأنها مخرج لعملية التقييم الحاصلة لدى العميل بين ما يتوقعه وبين الخدمة التي حصل عليها (Gronroos , 2001).

ينتج من نموذج الفجوة خمس فجوات لجودة الخدمة في المنظمات. (Zeithmal , 2012) الفجوة الأولى فجوة الاستماع هي الفرق بين توقعات العميل من الخدمة وفهم المنظمة لتلك التوقعات. الفجوة الثانية هي تسمى فجوة تصميم الخدمة والمعايير وتنتج عن الفرق بين فهم المنظمة لتوقعات العميل وتطوير معايير وتصميم للخدمة موجه بالعميل. الفجوة الثالثة هي فجوة الأداء التي تحدث عندما يكون هناك تعارض بين معايير الخدمة الموجهة بالعميل والأداء الفعلي للخدمة. الأداء الفعلي للخدمة يتأثر عندما يتم توصيل الخدمة

بمجموعة من المعايير غالباً تنسب الى الأشخاص او الأنظمة او التكنولوجيا. أما الفجوة الرابعة هي فجوة الاتصالات الخارجية لتوصيل الخدمة التي تعتمد على قدرة المنظمة على توصيل الخدمة الموعودة والتواصل الجيد مع العميل. الفجوة الخامسة هي فجوة إدراك الخدمة المتوقعة هي الفرق بين توقعات العميل وإدراكه لجودة الخدمة. (Aaker et al , 2008)

وتعتبر جودة الخدمة كأداة استراتيجية التي تمكن الشركة من تمييز نفسها عن المنافسين وتعتبر كمحدد هام لمدى تنافسية المنظمة (Porter , 1985). تعتبر جودة الخدمة كمؤشر لمدى تفوق الخدمة وتعتبر غير موضوعية (Ziethmal et al , 2011) وبالتالي بناءً على إدراك العميل لمدى مطابفة الخدمة لتوقعاته وحاجاته يُقارن الأداء الفعلي مع الأداء المتوقع. (Ennew and Waite , 2013) بالتحديد بالنسبة لجودة الخدمة يوجد في الادارة مدرستان. الأولى تختص بتقديم نموذج servqual أو نموذج الفجوة الذي يقارن بين توقعات العميل وإدراكه (Parasurman et al , 1985). والآخر هو نموذج servperf النموذج المعتمد على الأداء. (Cronin and Taylor , 1992) يعتمد نموذج الفجوة لباراشورمان على الاختلافات بين توقعات العميل وإدراكه (p – e) من خلال 22 متغيراً ضمن 5 أبعاد استخدمت بشكل كبير لقياس جودة الخدمة في العديد من مجالات الخدمات. هذه الأبعاد هي الملموسية والتعاطف والاعتمادية والأمان والاستجابة. وذكر باراشورمان أن الاعتمادية بشكل أساسي تتعلق بنتائج ومخرجات الخدمة أما التعاطف والأمان والملموسية والاستجابة فهي تتعلق بعملية توصيل الخدمة فالعملاء لا يحكمون فقط على دقة الخدمة واعتمادها (الاعتمادية) بل أيضاً الأبعاد الأخرى التي تتعلق بكيفية توصيل الخدمة.

وعلى الرغم من انتشار النموذج السابق بشكل كبير لكن بعض العلماء نقدوا تطبيقاته العملية وخاصة عندما يتم قياسه سواء قبل أو بعد تلقي الخدمة (George and Kumar , 2014) وأيضاً أن النموذج الفجوة بين الإدراكات والتوقعات كمقياس للجودة (Alhawari , 2015). وبذلك النقد تم تطوير لاحقاً نموذج servperf من قبل العالمان Cronin and Taylor في عام 1994 والذي استثنوا فيه التوقعات وبذلك جودة الخدمة تقيم بإدراكات العميل تبعاً لأداء الخدمة المقدمة. وبالتأكيد في القطاع الصحي فإن رضا المرضى يعتبر عاملاً هاماً كما هو في القطاعات الأخرى (Shabber , 2010). المنظمات الصحية يمكن أن تحقق رضا المرضى من خلال جودة خدماتها بعد الأخذ بالاعتبار توقعات المرضى والتطوير المستمر في الخدمات التي تقدمها (Zinelden , 2006) مالم تتلاقى التوقعات المدركة مع الأداء الفعلي فالعملاء ستكون ردود أفعالهم متباينة او طبيعية. عامةً زيادة رضا العملاء يقود الى مستوى أعلى من الاحتفاظ بالعملاء ويزيد عدد مرات الشراء وبالتالي يقود المنظمة الى ربحية أكثر في النهاية.

الرضا يعرف أنه التقييم العالي عند استيفاء العلاقة مع الشركة (Dwyer and Oh, 1987) أو الحالة المتأثرة الايجابية الناتجة عن تقييم أداء الشركة (Farrelly and Quester, 2005; Gaski and Nevin, 1985). كما أن الرضا هو واحد من أهم العناصر لشرح أي نوع من الصلات بين المتعاملين (Sanzo et al., 2003) ويعتبر رضا العملاء كمخرج لجودة الخدمة وهذا يعني أنه يتعلق بجودة الخدمة المقدمة إلى العميل بطريقة ايجابية ويمكن أيضاً ان يتعزز أو يزيد مع زيادة مستوى الجودة المدركة. يعتبر رضا العميل متغير جوهرى يشرح تكرار التعامل مع المنظمة وسلوك ما بعد الشراء (Oliver, 1980; Lee, 2000; Szymanski, and Henard, 2001) دراسات عدة في قطاع الخدمات أكدت وجود علاقة ايجابية بين جودة الخدمة والرضا (Brady and Robertson, 2001; Cronin and Taylor, 1994; Parasuraman et al., 1994). استنتج الباحثون علاقة قوية بين جودة الخدمة والرضا وأشاروا إلى أن إدراك العميل الخاص بجودة الخدمة يجلب الرضا في عقله (Smith and Swinehart , 2004).

جودة الخدمة كأحد السوابق التي تسبق رضا العملاء توصل إليها في بحثهما العالمان (Mcdougall and Levesque, 2000). وأيضاً تم تأكيد وجود علاقة ايجابية بين جودة الخدمة والرضا (Cao and Chen, 2011). وبالتالي يجب ان تمنح جودة الخدمة الأولوية لتعزيز رضا العملاء (Oliver , 1993).

الباحثون أشاروا إلى أن جودة الخدمة ترتبط إيجابياً مع رضا العملاء وتؤثر به بشدة وهذا ما نجده من عمل (Anderson and Fornell , 1994) و (Brown and Swartz , 1989). بعض الباحثون استنتج وجود علاقة حاسمة بين جودة الخدمة ورضا العملاء (Sureshchander et al , 2002). ووجد Ali et al في عام 2015 في بحثه في الخطوط الجوية الباكستانية أن كل أبعاد جودة الخدمة تؤثر في رضا العملاء كما استنتج Silva and others في بحثه عام 2017 على المشافي الجامعية في دولة البرتغال تأثير معنوي لجودة الخدمة على رضا المرضى وكذلك كانت النتائج النظرية في بحث (Swain and Kar , 2018). وبالتالي نجد من خلال دراسات عدة أن الباحثون وجدوا في قطاعات مختلفة من الخدمات وجود تأثير ايجابي لجودة الخدمة على رضا العملاء وهذا يدل على ضرورة دراسة معنوية تأثير جودة الخدمة على الرضا في هذا البحث.

العلاقة بين أبعاد الجودة المدركة للخدمة ورضا العملاء:

رضا العميل هو إحساس العميل بعد تجربة الخدمة (Yoon, 2010) وكل من جودة الخدمة ورضا العملاء تم تصوّرهم كتركيبتين مستقلتين ولكن متقاربتين والعديد من الباحثين وجد أن جودة الخدمة من السوابق لعملية الرضا كما أن الدرجات العالية من الجودة المدركة ستنتج درجات عالية من رضا العملاء (Cronin and Taylor , 1992). وبعد أن استعرض الباحث عدد من الدراسات السابقة التي استنتجت وجود تأثير لجودة الخدمة على رضا العملاء ذو دلالة إحصائية سيتم تفصيل علاقة أبعاد جودة الخدمة مع الرضا في الفقرات التالية:

■ العلاقة بين الاعتمادية ورضا العملاء:

عرّف باراشورمان الاعتمادية أنها قدرة المنظمة على تزويد الخدمة الموعودة بالدقة والوقت المناسب. كمقياس لجودة الخدمة والاعتمادية هي عامل هام من الأبعاد الهامة المسيطرة في جودة الخدمة وهي أساسية سواء للمنتج أو الخدمة (Liao and Cheung, 2002) ويمكن تعريف الاعتمادية أنها القدرة على تنفيذ الخدمة الموعودة بثقة ودقة وبعض الباحثين وجدها هي أهم مشعر لرضا العميل (Zeithaml et al, 1999). الاعتمادية تؤثر بشكل قوي على رضا العملاء (Parasurman , 1988). وهي تتعلق بدرجة قدرة المنظمة على تنفيذ الوعود بدقة (Ennew and Waite , 2013). وجد الباحثون تأثير إيجابي للاعتمادية على رضا العملاء منهم (Lee & Moghavvemi , 2013) (Elsagher and Nathan , 2013) وبالتالي يضع الباحث الفرضية التالية:

H1: تؤثر الاعتمادية بشكل إيجابي على رضا العملاء.

■ العلاقة بين الملموسية ورضا العملاء:

الملموسية هي المظهر للتسهيلات المادية والتجهيزات والموظفين واجهزة الاتصال (Parasurman et al , 1989). التجهيزات ذات المظهر العصري والموظفون الأنيقون والمنظر الجذاب للمواد والتسهيلات هي تأثيرات ايجابية للملموسية على رضا العملاء (Ananth et al , 2011). مؤخراً العديد من الباحثين

وجد علاقة ايجابية وتأثير ذو دلالة احصائية للموسمية على رضا العملاء منهم (Sanjuq , 2014) (Shanka , 2012) (Krishnamurthy et al , 2010) وبالتالي يمكن ان يضع الباحث الفرضية التالية :

H2: تؤثر الموسمية بشكل إيجابي على رضا العملاء.

■ العلاقة بين الأمان ورضا العملاء:

الأمان يشير إلى معرفة الموظفين وكفاءتهم وحرصهم وقدرتهم على بث الثقة في العملاء فهو مقدار ما يشعر به العميل بالأمان خلال تعامله مع المنظمة. الباحثون وجدوا تأثيراً إيجابياً للأمان على رضا العملاء (Munusamy , 2010) و (Banerjee and Sah , 2012) . الأمان يمكن أن يعرف أنه شكل من الحماية لضمان سلامة المستهلك ومنع الآخرين من اختراق خصوصيته (Dixit and Datta, 2010) وتبعاً ل (Ahmad and Al-Zu' bi (2011) الأمن له تأثير واضح على رضا العميل . وتكون الفرضية التالية للبحث هي:

H3 : الأمان يؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء.

■ العلاقة بين الاستجابة ورضا العملاء:

الاستجابة تعبر عن كيفية استجابة المنظمة للعملاء من خلال موظفيها. وعرفها باراشورمان بأنها استعداد المنظمة لمساعدة عملائها والقدرة على تزويد الخدمة الموعودة كما وجد الباحثون لها تأثير إيجابي على الرضا. (Lau et al , 2013) و (Elsagher and Nathan , 2013) . ومنه الفرضية التالية:

H4 : تؤثر الاستجابة بشكل ايجابي على رضا العملاء.

■ العلاقة بين التعاطف ورضا العملاء:

التعاطف يُشير إلى تقديم الاهتمام والعناية الشخصية والانتباه إلى العملاء. والباحثون وجدوا تأثير إيجابي ودور مهم للتعاطف على رضا العملاء في قطاعات خدمية مختلفة ومنهم (Selvakumar , 2015) و (Navaratnaseelan and Elangkumaran , 2014) وبالتالي يضع الباحث الفرضية التالية:

H5 : يؤثر التعاطف بشكل إيجابي على رضا العملاء.

■ القيمة المُدرَكة ورضا العملاء:

القيمة المُدرَكة تمثل تقييم العميل للفرق بين المنفعة التي حصل عليها مقابل التضحيات التي قدمها (Kotler and Keller , 2011) . القيمة المُدرَكة perceived value هي مبدأ مركزي في تسويق الخدمات وهي مبدأ مناسب لمعرفة هل التعامل بين العميل ومُزوّد الخدمة ذو معنى (Yang and Peterson , 2004) . وأيضاً لاحظ الباحثون أن رضا العملاء يتأثر بالعدالة السعرية المُدرَكة (Lai and

(Chin , 2011) . إدراك القيمة هو العامل السابق على مستوى الرضا بينما الرضا هو العامل النتيجة ولذلك للحصول على الرضا يجب إدراك القيمة من الخدمة المقدمة وبالتالي إدراك القيمة لها تأثير مباشر على رضا العميل (Hwnag and Kim, 2007; Zeithmal, 1988) . وهي من العناصر التي تؤثر على رضا العملاء (Andaleeb and Conway , 2006). فالسعر المُبرَّر الذي على العملاء أن يدفعوه مقابل المنفعة يشار إليه بـ القيمة المدركة أو في بعض المراجع العدالة السعرية المُدركة (Bolton et al , 2003) . العدالة السعرية المدركة يمكن أن تشير الى الاستراتيجيات التي يجب على المدراء إتباعها لتطوير الخطط المستقبلية للمنظمة تبعاً لإدراك العملاء (Shamma and Hassan , 2013) . واختار الباحث تسمية القيمة المدركة بدلاً من العدالة السعرية المدركة كونها تمثل كل التضحيات المبذولة (الجهد والوقت) مع المال المصروف مقابل المنفعة التي يحصل عليها المريض وليس فقط السعر المادي كما في العدالة السعرية المدركة التي تصلح للمنتجات الاستهلاكية عموماً التي تقيّم بشكل عام بالسعر المادي كون الحصول عليها ميسر في معظم الأحيان.

القيمة المُدركة هي عامل سابق لرضا العملاء كما وجد الباحثان (Aurir and N'goala , 2010) بينما تم إثبات تأثير إيجابي للقيمة المُدركة على رضا العملاء في بحث (Wen et al , 2005) . كما أن السعر المُدرك يؤثر وبشكل إحصائي على رضا العملاء في قطاع الخدمات وهذا يتفق مع بحث (Singh and Sirdeshmukh , 2000) وهذا ما تم التوصل إليه أيضاً في البحث الذي تناول الخدمة في قطاع المطاعم للباحثين (Han and Ryu , 2009) . أثبتت النتائج النظرية أن للقيمة المُدركة تأثير على كل من رضا العملاء والنية الشرائية للمستهلك (Jiang and Rosenbloom , 2005). وأيضاً تم استنتاج أن العميل عندما يدرك عدالة السعر المقدم من مزود الخدمة فإن شعوراً إيجابياً داخله سيتطور تجاه مزود الخدمة تدريجياً وسيطور هذا الشعور تدريجياً الى نيته للشراء لاحقاً وهذا ما وجده الباحث (Yieh , 2007) . في دراسة Mayr and Zins في العام 2012 على عملاء الخطوط الجوية وجدوا تأثيراً إيجابياً للقيمة المُدركة على رضا العملاء. وهكذا يجد الباحث من خلال استعراض هذه الدراسات ومن نتائج المقابلات المعمقة التي قام بها الباحث وجود تأثير للقيمة المدركة على رضا العملاء في قطاعات مختلفة من الخدمات ويمكن أن يدرس الباحث معنوية هذا التأثير في هذا البحث وبالتالي يضع الباحث الفرضية التالية:

H6: القيمة المدركة تؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء.

ثالثاً: نموذج مقترح للبحث:

وجد الباحث من خلال استعراض الدراسات السابقة والبحث النوعي عن طريق المقابلات المعمقة التي قام بها مشكلة بحثه وهي دراسة وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لكل من جودة الخدمة بأبعادها الخمسة والقيمة المدركة على رضا العملاء وقام الباحث بوضع ست فرضيات لاختبارها إحصائياً ودراستها وهي تمثل فرضيات الدراسة:

H1: تؤثر الاعتمادية بشكل إيجابي على رضا العملاء.

H2: تؤثر الملموسية بشكل إيجابي على رضا العملاء.

H3: الأمان يؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء.

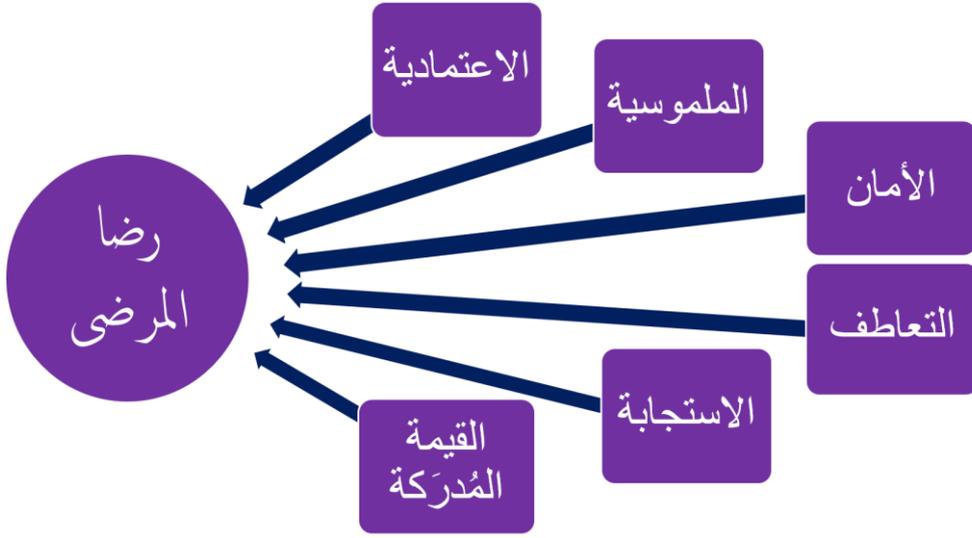
H4: تؤثر الاستجابة بشكل إيجابي على رضا العملاء.

H5: يؤثر التعاطف بشكل إيجابي على رضا العملاء.

H6: القيمة المدركة تؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء.

وهذا يقود الباحث الى النموذج المقترح التالي للبحث في الشكل رقم 1:

الشكل رقم 1



المصدر: نتائج الدراسة الاستكشافية للبحث

رابعاً: طريقة وتصميم البحث:

مجتمع البحث لهذه الدراسة هو كل المرضى المراجعين للعيادة السنوية قيد الدراسة في منطقة طرطوس والبيانات تم جمعها من خلال استبيان إلكتروني باللغة العربية من خلال عينة ميسرة للمرضى التي وزع عليهم الاستبيان أيام الاثنين والخميس والجمعة بعد الطلب منهم المشاركة بالاستبيان وأخذ موافقتهم وتم توزيع نسخ ورقية للكبار بالعمر الذين لم يستطيعوا الإجابة على الاستبيان إلكترونياً ثم إدخالها إلى نتائج الاستبيان. القسم الأول من الاستبيان صمم ليقاس إدراك المرضى لجودة الخدمة المقدمة في العيادة والقسم الثاني ليقاس القيمة المدركة والرضا الإجمالي للمرضى عن الخدمات المقدمة والقسم الأخير يحتوي على المعلومات الديموغرافية التي تتضمن الجنس والعمر والمستوى التعليمي والدخل. تم تجريب الاستبيان بإرساله إلى خمسة مستجوبين وسؤالهم عن المشاكل التي صادفتهم ثم تم توزيع الاستبيان إلى عينة الدراسة مع مراعاة الاعتبارات الأخلاقية حيث قبل موافقة المشاركين بالاستبيان تم الطلب منهم بلطف للإجابة بكل شفافية على الأسئلة المطروحة وتم شرح الغاية من الحصول على المعلومات وجمعها لهم بالإضافة إلى

إعلامهم بضمان سرية الإجابات واستخدامها فقط لأغراض بحثية. أما جمع البيانات فقد استمر لمدة عشرة أيام في شهر تموز من 2019 / 7 / 7 وحتى 2019 / 7 / 17 حيث بلغ عدد المستجوبين 121 مستجوب وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS 25 الإحصائي.

المقاييس:

في العقود الماضية طورت نماذج متعددة لقياس جودة الخدمة. واحد من أهمها وأشهرها هو نموذج القياس لجودة الخدمة (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991) وأطلقوا عليه SERVQUAL model, وقد احتوى النموذج على 5 أبعاد للجودة المدركة وهي الاعتمادية واللموسية والأمان والتعاطف والاستجابة وأحيانا يشار له بنموذج الفجوات. هذا النموذج لتقييم توقعات العميل وإدراكه للجودة المقدمة ويتم فيه تقسيم هذه المقاييس إلى خمس فئات وهي:

- 1- الاعتمادية: هي قدرة مزود الخدمة على تقديم الخدمة الموعودة بالدقة والوقت المحددين وهي من أهم محددات إدراك جودة الخدمة. والعبارات التي استعملت لقياس الاعتمادية هي في الجدول رقم 1:

عندما أواجه مشكلة فإن طاقم العمل في العيادة يظهر اهتمام واضح لحلها.
تقدم العيادة الخدمة جيدا منذ المرة الأولى.
تتسم خدمات العيادة بالدقة.
يقدم طاقم العمل في العيادة الخدمات في الموعد المحدد.

المصدر: (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991)

- 2- اللموسية: هي المدى التي تؤثر به التجهيزات المادية والآلات والأجهزة والمظهر المادي للموظفين في إدراك العميل للخدمة. وقام الباحث بقياس اللموسية بالعبارات التالية كما في الجدول رقم 2:

العيادة ذات مظهر جذاب وعصري.
أجهزة ومعدات العيادة حديثة وجذابة.
طاقم العمل في العيادة ذو مظهر لائق وأنيق.

المصدر: (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991)

- 3- الأمان: هي معرفة ومجاملة الموظفين وقدرتهم على نقل الثقة والالفة. هذا البعد يمكن أن يكون هام بشكل خاص في خدمات العناية الطبية. وقد استعمل الباحث العبارات التالية لقياس التعاطف في الجدول رقم 3:

أشعر بالأمان في تعاملاتي مع العيادة.
طاقم العمل في العيادة يقدم المشورة والنصح لي.
طاقم العمل في العيادة لطفاء ومهذبون.

المصدر: (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991)

- 4- الاستجابة: هي استعداد الموظفين لمساعدة العملاء وتقديم الخدمة بسرعة. هذا البعد بشكل خاص سائد عندما يكون للعميل مطالب أو أسئلة أو شكاوى أو مشاكل معينة. وتم قياس الاستجابة بالعبارات التالية في الجدول رقم 4:

جدول رقم 4

طاقم العمل في العيادة على استعداد دائم لمساعدة المرضى.
يستجيب طاقم العمل في العيادة بسرعة لطلبات المرضى.
الخدمات الورقية والمكتبية في العيادة سريعة وفعالة.

المصدر: (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991)

5- التعاطف: يشير الى الاهتمام والعناية الشخصية بالخدمة المقدمة الى العملاء. وتم قياسه بالعبارات التالية في الجدول رقم 5:

جدول رقم 5

تقدم العيادة المعلومات بسرعة للمرضى.
طاقم العمل في العيادة يفهمون حاجاتي المحددة.
تقدم العيادة خدمات ذات سعر مقبول.

المصدر: (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991)

هذا النموذج تم تعديله وبعض الباحثين أضافوا عليه واختبروه (Knutson et al., 1990; Parasuraman et. al., 1991; Cronin and Taylor, 1992; Stevens et al., 1995) وتعرض للكثير من النقد. بعض نقاط النقد هي الأساس النظري وعدد الأبعاد والجدوى العملية منه. ولكن يبقى هذا النموذج الأوسع انتشاراً والأكثر تطبيقاً في قياس جودة الخدمة (Etemad and Rizzuto, 2013). في الحقيقة اعتبر بعض العلماء أن جودة الخدمة هي هذا النموذج والبديل عنه سيء فهو يمنح الباحثين نظرة عامة الى جودة الخدمة ويقدم نظرة واضحة عن تنافسية المنظمة في السوق المعاصر مثل (Woodall, 2001) وبالنتيجة هو النموذج الذي سيتبعه الباحث في هذا البحث لقياس جودة الخدمة.

وقام الباحث بقياس القيمة المُدرَكة باستخدام مقياس للعالم (Wen et al, 2005) الذي يضم ثلاثة مشعرات لقياس القيمة المُدرَكة ويتألف من العبارات التالية كما في الجدول رقم 6:

جدول رقم 6

مقارنة بالوقت والمال المصروفين كان العلاج قيماً.
كانت الخدمة مقبولة من خلال السعر الذي تم دفعه.
كان ذو قيمة التعامل مع خدمات هذه العيادة بدلاً من عيادات أخرى.

المصدر: (Wen et al, 2005)

وتم قياس الرضا بمقياس الرضا الذي طور من خلال عمل (Lee, Lee, and Yoo, 2000) الذي يتألف من ثلاثة عبارات تقيس الرضا الإجمالي للمستجوبين وهي في الجدول رقم 7:

جدول رقم 7

عموماً كان رضاي عن التعامل مع العيادة.
كان الرضا عن التعامل مع العيادة مقارنة بما كنت أتوقعه.
رضاي عن التعامل مع هذه العيادة إذا أخذنا بعين الاعتبار الوقت والجهد المبذولين.

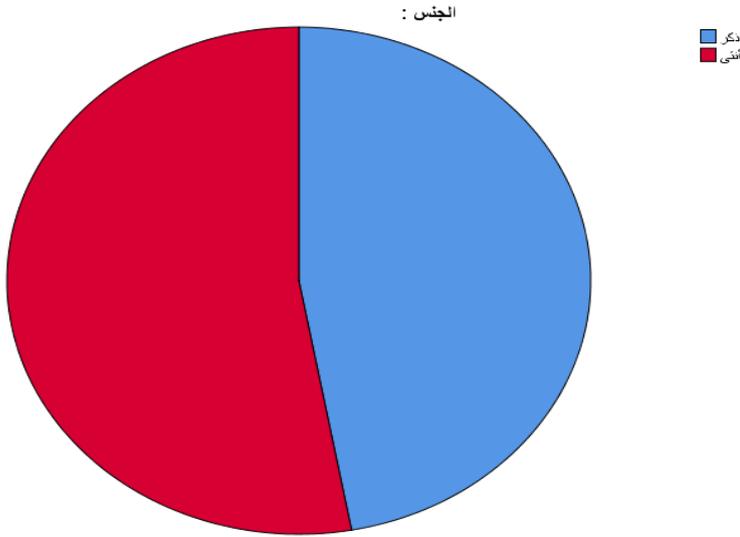
المصدر: (Lee, Lee, and Yoo, 2000)

تم استخدام مقياس ليكرت ذو النقاط الخمسة التي رمزت من 1 = لا أوافق بشدة الى 5 = أوافق بشدة للإجابة على عبارات الاستبيان. وتوصيف العينة كان

خامساً: تحليل البيانات:

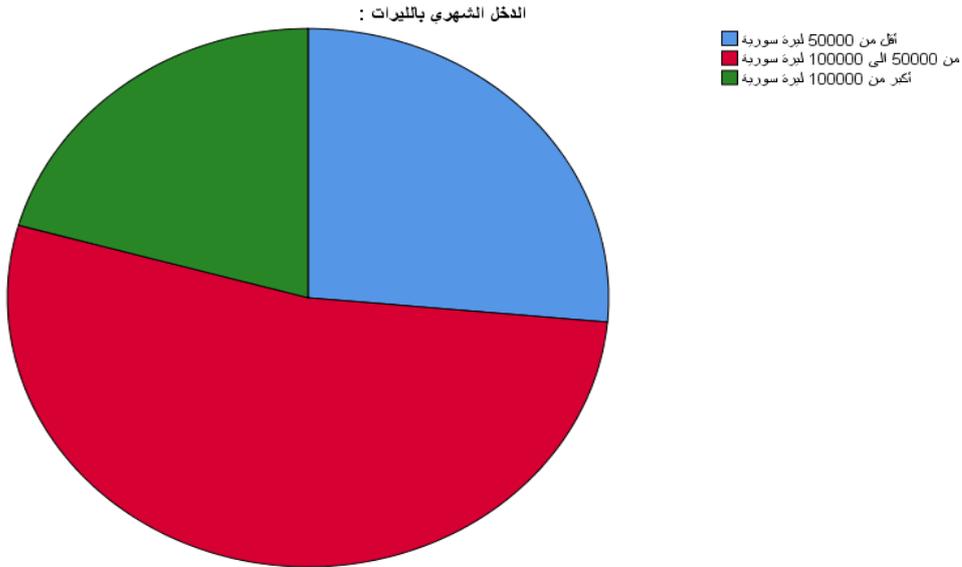
عينة الدراسة تألفت من 121 مستجوباً بينهم 57 ذكر و64 أنثى كما في الشكل رقم 2 أكثر من نصف المستجوبين من حملة الشهادة الجامعية (57%) ونسبة كبيرة من المرضى من ذوي الدخل بين 50000 وحتى 100000 ليرة سورية وهذا قد يرشد خطط التسعير في المراحل القادمة لتناسب الدخل الشهري لهم كما في الشكل رقم 3

الشكل رقم 2



المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

الشكل رقم 3



المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

في البداية ولضمان الاتساق الداخلي للمقاييس المستعملة تم التأكد من صلاحيتها بإجراء اختبار كرونباخ ألفا وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم 8:

جدول رقم 8

<p>Reliability Statistics الملموسية</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.773</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.773	3	<p>Reliability Statistics الاعتمادية</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.777</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.777	4
Cronbach's Alpha	N of Items								
.773	3								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.777	4								
<p>Reliability Statistics الأمان</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.724</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.724	3	<p>Reliability Statistics التعاطف</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.775</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.775	3
Cronbach's Alpha	N of Items								
.724	3								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.775	3								
<p>Reliability Statistics القيمة المُدرَكة</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.707</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.707	3	<p>Reliability Statistics الاستجابة</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.762</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.762	3
Cronbach's Alpha	N of Items								
.707	3								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.762	3								
	<p>Reliability Statistics الرضا</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.820</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.820	3				
Cronbach's Alpha	N of Items								
.820	3								

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

يُتضح من الجدول رقم 8 موثوقية جيدة لكل المقاييس المستخدمة في البحث ويمكن البدء بتجميع عبارات كل متغير لتصبح متغير واحد وإجراء التحاليل الإحصائية عليها.

اختبار الارتباط بين أبعاد الجودة المُدرَكة والقيمة المُدرَكة والرضا:

في البداية لاحظ الباحث مصفوفة الارتباط للمتغيرات المجمعة كلها مع بعض وهذا واضح في الجدول رقم 9:

Correlations

		الاعتمادية	الملوسية	التعاطف	الأمان	الاستجابة	القيمة المدركة	الرضا
الملوسية	Pearson Correlation	.746**						
	Sig. (2-tailed)	.000						
	N	121						
التعاطف	Pearson Correlation	.787**	.611**					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000					
	N	121	121					
الأمان	Pearson Correlation	.695**	.649**	.638**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000				
	N	121	121	121				
الاستجابة	Pearson Correlation	.744**	.607**	.728**	.598**			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000			
	N	121	121	121	121			
القيمة المدركة	Pearson Correlation	.743**	.600**	.772**	.712**	.664**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	121	121	121	121	121		
الرضا	Pearson Correlation	.610**	.520**	.544**	.677**	.537**	.624**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	121	121	121	121	121	121	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

من الواضح أن المتغيرات المستقلة ذات ارتباط معنوي وترتبط مع بعضها ارتباطاً عالي حيث أن كل قيم معاملات الارتباط موجبة وأكبر من 0.5 وأيضاً نجد أن ارتباط المتغيرات المستقلة مع التابع معنوي عند مستوى معنوية 1% وهذا يدل على ضرورة إجراء اختبار الانحدار للمتغيرات المستقلة والتابع لفحص الفرضيات.

اختبار الفرضيات:

لاختبار الفرضيات يقوم الباحث بإجراء اختبار الانحدار الخطي البسيط لكل من المتغيرات المستقلة على حدا مع المتغير التابع الرضا فيجد:

• اختبار الفرضية الأولى:

H1: تؤثر الاعتمادية بشكل إيجابي على رضا العملاء. يلاحظ الباحث من الجدول رقم 10 معنوية الانحدار للاعتمادية وبالتالي تقبل الفرضية الأولى وتؤثر الاعتمادية على رضا المرضى وتكون معادلة الانحدار كما في الجدول رقم 11 هي:

الرضا = $2.031 + 0.545 \times$ الاعتمادية وبالتالي مع كل زيادة مقدارها وحدة واحدة في الاعتمادية يزيد الرضا بمقدار 0.545 وهذا يتفق مع ما توصل إليه البحث المنجز في شركات النقل البحري الذي أكد وجود تأثير إيجابي للاعتمادية على رضا العملاء (Yuin and Thai , 2015).

جدول رقم 10

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.598	1	8.598	70.493	.000 ^b
	Residual	14.514	119	.122		
	Total	23.111	120			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), الاعتمادية

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 11

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.031	.283		7.172	.000
	RELIABILITY	.545	.065	.610	8.396	.000

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

• اختبار الفرضية الثانية:

H2: تؤثر الملموسية بشكل إيجابي على رضا العملاء. لاختبار الفرضية الثانية يقوم الباحث باختبار الانحدار الخطي البسيط بين الملموسية والرضا فيجد معنوية الانحدار من الجدول رقم 12 ويمكن قبول الفرضية الثانية وتكون معادلة الانحدار كما في الجدول رقم 13:

الرضا = $2.584 + 0.424 \times$ الملموسية. ومنه كل زيادة في الملموسية بمقدار وحدة واحدة تقابلها زيادة في الرضا بمقدار 0.424 وهذا يتفق مع نتائج البحث في عيادات campus في مدينة دلهي حيث كانت الملموسية من أهم المؤثرات في رضا المرضى المراجعين (Deshwal, 2014).

جدول رقم 12

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.259	1	6.259	44.201	.000 ^b
	Residual	16.852	119	.142		
	Total	23.111	120			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), الملموسية

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 13

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.584	.274		9.419	.000
	TANGIBILITY	.424	.064	.520	6.648	.000

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

• اختبار الفرضية الثالثة:

الأمان يؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء. أيضاً تقبل الفرضية الرابعة عند مستوى معنوية 1 % حيث من الجدول رقم 14 يلاحظ الباحث أن تأثير الأمان على رضا المرضى معنوي. ومعادلة الانحدار لتأثير الأمان على الرضا هي من الجدول رقم 15:

الرضا = $1.492 + 0.665 \times \text{الأمان}$ والتفسير أن كل زيادة بمقدار وحدة في الأمان تزيد الرضا بمقدار 0.665 وهذا يتفق مع دراسة (Abdul Rehman , 2012) حيث وجدت أن الأمان يؤثر في رضا العملاء في البنوك الإسلامية بشكل إيجابي ودال إحصائياً.

جدول رقم 14

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.586	1	10.586	100.582	.000 ^b
	Residual	12.525	119	.105		
	Total	23.111	120			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), الأمان

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 15

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.492	.291		5.130	.000
	ASSURANCE	.665	.066	.677	10.029	.000

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

• اختبار الفرضية الرابعة:

H4: تؤثر الاستجابة بشكل ايجابي على رضا العملاء. من الجدول رقم 16 يجد الباحث معنوية الانحدار وبالتالي يوجد تأثير للاستجابة على رضا المرضى وتقبل الفرضية الخامسة وتكون معادلة الانحدار كما يتبين من الجدول رقم 17 من الشكل:

الرضا = $2.608 + 0.421 \times$ الاستجابة. ومنه كل زيادة وحدة واحدة في الاستجابة تزيد الرضا بمقدار 0.421 وهذا يوافق ما توصل إليه في بحثه في شركة الاتصالات البحرينية للباحث (Almassawi , 2012).

جدول رقم 16

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.675	1	6.675	48.326	.000 ^b
	Residual	16.436	119	.138		
	Total	23.111	120			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), الاستجابة

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 17

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.608	.259		10.068	.000
	RESPONSIVENE SS	.421	.061	.537	6.952	.000

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

● اختبار الفرضية الخامسة:

H5: يؤثر التعاطف بشكل إيجابي على رضا العملاء. من الجدول رقم 18 يلاحظ الباحث أن عند مستوى معنوية 1 % يمكن قبول الفرضية الثالثة وبالتالي يؤثر التعاطف على رضا المرضى ومن الجدول رقم 19 يمكن استنتاج معادلة الانحدار لتأثير التعاطف على الرضا:

الرضا = $2.619 + 0.417 \times$ التعاطف. وهذا يدل أن كل زيادة وحدة واحدة في التعاطف يزيد الرضا بمقدار 0.417 وهذا يطابق البحث النظري الذي أقيم في شركة الاتصالات الألبانية والذي توصل الى أن التعاطف من أهم المؤثرات في رضا العملاء (Irma and Irinda , 2017).

جدول رقم 18

		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.848	1	6.848	50.106	.000 ^b
	Residual	16.263	119	.137		
	Total	23.111	120			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), التعاطف

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 19

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.619	.253		10.355	.000
	EMPATH Y	.417	.059	.544	7.079	.000

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

● اختبار الفرضية السادسة:

H6: القيمة المدركة تؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء. لاختبار وجود تأثير للقيمة المدركة على الرضا قام الباحث بعمل تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث وجد من الجدول رقم 20 معنوية الانحدار وبالتالي تقبل الفرضية السادسة التي تقول بوجود تأثير إيجابي للقيمة المدركة على الرضا ومعادلة الانحدار تصبح كالتالي بعد استنتاجها من الجدول رقم 21:

الرضا = $1.851 + 0.596 \times$ القيمة المدركة. أي كل زيادة في القيمة المدركة بمقدار وحدة واحدة تزيد الرضا بمقدار 0.596 وهذا يتفق مع ما توصل إليه الباحثان Eggert and Ulaga في العام 2012 حيث وجدوا أن القيمة المدركة تؤثر في الرضا الذي يؤثر بدوره في سلوك المستهلك.

جدول رقم 20

		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.013	1	9.013	76.076	.000 ^b
	Residual	14.098	119	.118		
	Total	23.111	120			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), القيمة المدركة

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 21

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.851	.293		6.310	.000
	PERCEIVEDVAL UE	.596	.068	.624	8.722	.000

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

وهكذا يجد الباحث أن فرضيات الدراسة كلها تقبل. وكل المتغيرات المستقلة ذات تأثير إيجابي على العامل التابع عند مستوى معنوية 1 %.

_ نموذج الانحدار المتعدد للبحث:

لاختبار النموذج ككل قام الباحث باختبار الانحدار الخطي المتعدد مع اختبار collinearity diagnostics الذي يكشف مدى الارتباط بين المتغيرات المستقلة كما في الجدول رقم 22:

جدول رقم 22

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.458	.454	.32442
2	.707 ^b	.499	.491	.31314

a. Predictors: (Constant), ASSURANCE

b. Predictors: (Constant), ASSURANCE, PERCEIVEDVALUE

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 23

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.492	.291		5.130	.000		
ASSURANCE	.665	.066	.677	10.029	.000	1.000	1.000
2 (Constant)	1.197	.296		4.040	.000		
ASSURANCE	.463	.091	.471	5.077	.000	.493	2.028
PERCEIVEDVALUE	.276	.088	.289	3.119	.002	.493	2.028

a. Dependent Variable: SATISFACTION

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

حيث وجد من جدول رقم 22 model summary النموذج الثاني هو النموذج المختار ولكن من جدول رقم 23 coefficients وجد الباحث أن مُتمم adjusted r square للنموذج الثاني أقل من قيمة tolerance لكل من الأمان والقيمة المُدرَكة وهذا يدل على وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة ولذلك قام الباحث باختبار الانحدار الخطي البسيط لفحص الفرضيات وهذا منطقي كون المتغيرات المستقلة تشكل أبعاد جودة الخدمة أي لمتغير واحد و أيضاً القيمة المُدرَكة وجد الباحث من مصفوفة الارتباط وجود ارتباط

عالٍ بينها وبين المتغيرات المستقلة أبعاد جودة الخدمة. وبما ان اختبار الانحدار الخطي المتعدد من شروطه عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة قام الباحث باختبار الفرضيات باختبار الانحدار الخطي البسيط مع طريقة enter ويؤكد ذلك نتائج الارتباط العالية في مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة حيث معاملات المتغيرات المستقلة (معاملات الارتباط) كلها أكبر من 0.5 وموجبة.

_ اختبار تأثير العمر بالسنوات على الرضا:

قام الباحث باختبار الانحدار الخطي البسيط لمعرفة وجود تأثير للعمر على رضا المرضى ودلالته ان وجد حيث لاحظ من الجدول رقم 24 عدم وجود معنوية وبالتالي لا يؤثر العمر على رضا المرضى في العيادة أي لا يتغير الرضا بزيادة أو نقصان عمر المريض وهذا يدل على تعامل جيد لمزود الخدمة مع كل الأعمار وتحقيق الرضا لهم جميعاً.

جدول رقم 24

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.019	1	.019	.097	.756 ^b
	Residual	23.092	119	.194		
	Total	23.111	120			

a. Dependent Variable: الرضا

b. Predictors: (Constant), بالسنوات العمر :

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 25

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.431	.126		35.043	.000
	العمر بالسنوات:	-.001-	.003	-.029-	-.312-	.756

a. Dependent Variable: الرضا

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

_ اختبار معنوية الفروق في رضا المرضى بين الذكور والإناث:

لمعرفة وجود فروق بين الذكور والإناث في وجهات النظر تجاه الخدمة ومزود الخدمة قام الباحث باختبار العينات المستقلة لمتغيرات الدراسة حيث ينتج الجدول رقم 26:

جدول رقم 26

Group Statistics					
	الجنس:	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الاعتمادية	ذكر	57	4.2895	.58399	.07735
	أنثى	64	4.3789	.39085	.04886
الملموسية	ذكر	57	4.2105	.64744	.08575
	أنثى	64	4.3281	.41782	.05223
التعاطف	ذكر	57	4.1579	.67585	.08952
	أنثى	64	4.3490	.45008	.05626
الأمان	ذكر	57	4.3216	.51163	.06777
	أنثى	64	4.3958	.37971	.04746
الاستجابة	ذكر	57	4.1696	.64587	.08555
	أنثى	64	4.3125	.46718	.05840
القيمة المدركة	ذكر	57	4.2164	.50195	.06648
	أنثى	64	4.3177	.41756	.05219
الرضا	ذكر	57	4.4035	.43065	.05704
	أنثى	64	4.3854	.44925	.05616

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 27

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
الاعتمادية	Equal variances assumed	7.717	.006	-1.000	119	.320	-.08943	.08948	-.26660	.08774

Equal variances not assumed			-978-	96.010	.331	-.08943-	.09149	-	.09217
								.27104-	

تنمة جدول رقم 27

الموسمية	Equal variances assumed	8.484	.004	-	119	.233	-	.09802	-	.07650
				1.200-			.11760-		.31169-	
	Equal variances not assumed			-	93.779	.244	-	.10041	-	.08177
				1.171-			.11760-		.31697-	
التعاطف	Equal variances assumed	5.871	.017	-	119	.067	-	.10338	-	.01363
				1.848-			.19106-		.39576-	
	Equal variances not assumed			-	95.703	.074	-	.10573	-	.01882
				1.807-			.19106-		.40094-	
الأمان	Equal variances assumed	3.549	.062	-.912-	119	.364	-	.08135	-	.08688
							.07420-		.23528-	
	Equal variances not assumed			-.897-	102.494	.372	-	.08274	-	.08990
							.07420-		.23829-	
الاستجابة	Equal variances assumed	2.766	.099	-	119	.163	-	.10170	-	.05848
				1.405-			.14291-		.34429-	
	Equal variances not assumed			-	100.878	.171	-	.10358	-	.06257
				1.380-			.14291-		.34839-	
القيمة المدركة	Equal variances assumed	.600	.440	-	119	.228	-	.08363	-	.06427
				1.212-			.10133-		.26693-	
	Equal variances not assumed			-	109.372	.233	-	.08452	-	.06619
				1.199-			.10133-		.26885-	
الرضا	Equal variances assumed	.003	.960	.225	119	.822	.01809	.08024	-	.17698
									.14080-	

Equal variances not assumed			.226	118.342	.822	.01809	.08005	-	.17660
								.14042-	

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

من الجدول رقم 27 ومن نتائج اختبار Levene يجد الباحث:

الاعتمادية: $\text{sig} = 0.006$ اصغر من 0,05 وبالتالي التباين متجانس والنتيجة من السطر الثاني: وبما ان دلالة معامل f هي اكبر من 0.05 فالتباين غير متجانس بين عينات الذكور والإناث $\text{sig} = 0.33$ وبالتالي لا يوجد فروق بين الذكور والإناث في وجهات النظر الى اعتمادية العيادة .

الملموسية: $\text{sig} = 0.004$ اصغر من 0.05 فالنتيجة من السطر الثاني وبما ان $\text{sig} = 0.24$ فهي أكبر من 0.05 والتباين غير متجانس وهذا يدل على عدم وجود فروق بين الذكور والاناث في تقييمهم للجوانب الملموسة.

التعاطف: $\text{sig} = 0.017$ اصغر من 0.05 فالنتيجة من السطر الثاني وبما ان دلالة معامل f هي اكبر من 0.05 لان $\text{sig} = 0.074$ فالتباين متجانس وبالتالي لا يوجد اختلاف في التعاطف بين الذكور والإناث.

الأمان: $\text{sig} = 0.062$ فهو اكبر من 0.05 وبالتالي النتيجة من السطر الاول نجد $\text{sig} = 0.364$ فهي اكبر من 0.05 وأيضا لا يوجد اختلاف بين الذكور والإناث في وجهة النظر تجاه موضوع الثقة والأمان في العيادة.

الاستجابة: $\text{sig} = 0.099$ اكبر من 0.05 فالنتيجة من السطر الاول نجد $\text{sig} = 0.163$ هي اكبر من 0.05 وبالتالي لا يوجد اختلاف بين الذكور والاناث في الاستجابة.

القيمة المُدرّكة: $\text{sig} = 0.44$ هي أكبر من 0.05 والنتيجة من السطر الاول والتباين متجانس ونجد $\text{sig} = 0.228$ هي اكبر من 0.05 ولا يوجد اختلاف بين الذكور والاناث في القيمة المدركة.

الرضا: $\text{sig} = 0.003$ اصغر من 0.05 وبالتالي التباين غير متجانس والنتيجة من السطر الثاني $\text{sig} = 0.822$ وهي اكبر من 0.05 وبالتالي لا يوجد اختلاف في الرضا بين مجموعتي الذكور والإناث .

_ اختبار معنوية الفروق بالرضا باختلاف المستوى التعليمي:

جدول رقم 28

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
SATISFACTI Based on Mean	.530	3	116	.663

ON	Based on Median	.240	3	116	.868
	Based on Median and with adjusted df	.240	3	98.776	.868
	Based on trimmed mean	.529	3	116	.663

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 29

ANOVA

SATISFACTION

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.869	4	.217	1.134	.344
Within Groups	22.242	116	.192		
Total	23.111	120			

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

من الجدول رقم 28 يجد الباحث أن التباين متجانس وبالتالي بالنظر الى الجدول رقم 29 يتبين عدم معنوية الفروق أي لا يوجد فروق معنوية بالرضا باختلاف المستويات التعليمية للمستجوبين في هذه الدراسة.

اختبار معنوية الفروق بالرضا باختلاف الدخل:

جدول رقم 30

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
SATISFACTI ON	Based on Mean	2.240	2	118	.111
	Based on Median	1.145	2	118	.322
	Based on Median and with adjusted df	1.145	2	115.006	.322
	Based on trimmed mean	2.077	2	118	.130

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

جدول رقم 31

ANOVA

SATISFACTION

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
--	----------------	----	-------------	---	------

Between Groups	.951	2	.476	2.533	.084
Within Groups	22.160	118	.188		
Total	23.111	120			

المصدر: نتائج تحليل بيانات الدراسة

في الجدول رقم 30 يجد الباحث ان قيمة $sig = 0.111$ وهي أكبر من 0.05 وبالتالي التباين متجانس وقيمة $sig = 0.084$ في جدول رقم 31 anova وهي تشير الى عدم وجود فروق للرضا باختلاف الدخل الشهري للمستجوبين.

سادساً: النتائج والتوصيات:

كل المتغيرات المستقلة التي تُمثّل أبعاد جودة الخدمة والقيمة المُدرَكة تؤثر إيجابياً على رضا المرضى ولذلك يجب توجيه الاهتمام نحو تطوير وتحسين جودة الخدمة المقدمة بالمقترحات التالية:

- 1- توقعات العميل تلعب دور هام في عملية الرضا ويمكن أن تعرّف بأنها ما يعتقد العميل حول الخدمة أو المنتج قبل الشراء (Oliver and Winer , 1987) وبالتالي كون الاعتمادية ذات تأثير إيجابي على الرضا فيجب طمأنة المرضى وإقناعهم بأن الخدمة ذات اعتمادية ودقة عالية وهنا يجب على الطبيب الوفاء بالوعود المقدمة للمرضى سواء من حيث وعود صحية (الراحة بعد العلاج _ القدرة على المضغ جيداً _ المحافظة على صحة الفم والأسنان) أو وعود تجميلية (ابتسامة جميلة _ أسنان ذات مظهر جذاب) وطبعاً تقديم الوعود الممكنة وشرحها للمرضى وأخذ موافقة المرضى عليها لضمان ثقة المرضى بالطبيب وتقبلهم العلاج يقترح الباحث تصوير مقاطع فيديو عن طريقة التعقيم في العيادة والحرص على النظافة التامة ونشره على مواقع التواصل الاجتماعي لتطمين المرضى من نواحي انتقال العدوى والامراض.
- 2- الاهتمام بالمظهر العصري وال جذاب للتجهيزات في العيادة والترتيب المتناسق لها والحرص على نظافة العيادة وغرفة الانتظار يوصي الباحث بوضع بعض الزهور الجميلة والتي تضيف شكلاً جميلاً أو حوض للأسماك أو عمل ذو طابع فني مع ديكورات جميلة للعيادة يزيد الراحة النفسية والشعور بالفرح والتسلية وطبعاً الهدام الطبي والأنيق للطبيب والمساعدة الذي ينعكس في راحة نفسية لدى المرضى.
- 3- لزيادة ثقة المرضى بالطبيب يجب عليه ضمان خصوصية معلوماتهم في العيادة وإثبات جدارته ومعلوماته وقدراته وأيضاً حرصه الشديد على سلامة المرضى والحالات الخاصة مثل الحامل أو المرضع أو مرضى السكري والضغط ... وذلك لتطمين المرضى والحصول على رضاهم يوصي الباحث بتضمين كل معلومات المرضى وصور الفوتوغراف الخاصة بحالاتهم وصور الأشعة في ملفات خاصة ببرامج الكترونية التي تحفظ بكلمة سر ويمكن للطبيب طلب الإذن من المريض بخصوص موافقته على نشر أي حالة أو أي معلومة من معلوماته مثلاً عرض صور الحالة قبل وبعد لتوضيح التغيير الحاصل في الابتسامة والأسنان وهذا شرط أساسي للنشر .

- 4- بين الباحث من خلال اختبار العينات المستقلة عدم وجود اختلاف في وجهة نظر الذكور والإناث الى التعاطف المقدم من الطبيب وهذا جيد ويجب إيلاء موضوع الاهتمام بالمرضى والعناية الشخصية والانتباه لهم أولوية في عيادة الأسنان كون الطبيب يؤثر في المريض وفي تقبله للعلاج واستعداده للزيارات المتكررة وإتباع التعليمات الطبية بدقة حتى نهاية مرحلة العلاج.
- 5- وجود تأثير إيجابي للاستجابة على الرضا يدل على تقييم المرضى لأهمية الانتباه لمشاكلهم وأحاسيسهم وتقديم الخدمة بأقصر وقت ممكن وأعلى جودة وبالتالي يجب على الطبيب محاولة الاستجابة لمتطلبات المرضى بالكامل من خلال الشرح الوافي لهم عن العلاج ومراحله وتكلفته وأيضاً الرد على مكالماتهم والتواصل معهم في حال الحاجة الى ذلك والاستماع لمقترحاتهم وغاياتهم من العلاج لضمان فهم ما يريدون والحصول على نتيجة تُرضي الطرفين يقترح الباحث تأمين رقم خليوي ساخن يمكن الرد عليه في أي وقت من الطبيب أو الممرضة والذي يجيب على استفسارات ومشاكل وشكاوي المرضى كما يقترح الباحث توفير الأدوية الإسعافية لمرضى الربو والصرع والتوحد والذبحة الصدرية للتعامل معهم في حال أصابتهم النوبة المرضية ضمن العيادة.
- 6- للقيمة المُدرّكة تأثير ذو دلالة إحصائية على الرضا وبالتالي يجب على الطبيب إدارة توقعات المرضى وشرح العلاج والإمكانيات والخيارات الطبية المتاحة لكل حالة وتكلفتها وعدد الزيارات لضمان الوصول الى تقييم واقعي ومنطقي للمريض عن الوقت والجهد والمال الذي بذلهم في مقابل العلاج والناحية الصحية والجمالية (القيمة المدرّكة) التي حصل عليها من خلال التعامل مع الطبيب يقترح الباحث إدخال جهاز تصوير (كاميرا داخل فموية) الى العيادة لضمان فهم التغييرات التي حصلت في أسنان المريض وتقييم كل خطوة من خطوات العلاج بشكل صحيح لتقييم دقيق للقيمة والمنفعة التي حصل عليها من العلاج.
- 7- من نتائج التحاليل نتبين عدم وجود فروق بالرضا باختلاف المستويات التعليمية وأيضاً الدخل قد تكون هذه النتائج جيدة ولكن وبما أن معظم المرضى كانوا من ذوي الدخل المتوسط (من 50000 حتى 100000 ليرة سورية) اقترح الباحث تركيز الاهتمام عليهم فهم الشريحة الأكبر ويجب وضع استراتيجيات التسعير بما يتناسب مع قدراتهم الشرائية وإيجاد التسهيلات المناسبة لهم وهنا يقترح تقسيط تكلفة العلاج لهم والدفع على أقساط تناسب مستوى دخلهم.
- 8- بيّنت نتائج البحث وجود تأثير إيجابي للتعاطف على رضا المرضى وهذا منطقي وواضح وتعتبر مهنة الطب مهنة إنسانية لذلك يوصي الباحث بالاستماع للمريض حتى نهاية قصته المرضية والتعامل بلطف ورحمة وبما يعود بالخير على المريض وصحته كما بيّنت النتائج عدم وجود فروق في التعاطف بين الذكور والإناث وهي نتيجة جيدة ودليل على التعامل بلطف واهتمام مع الحالات المرضية المختلفة.
- 9- قام الباحث باختبار التباين الأحادي للدخل الشهري للمستجوبين وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ومع الشريحة التي ركز عليها الباحث بمقترحه (من 50000 وحتى 100000) يقترح الباحث محاولة تركيز الاهتمام على هذه الشريحة والتجزئة على هذا الأساس هي محاولة لزيادة الاهتمام بالقسم الأكبر من المراجعين وزيادة التركيز عليهم فيجب وضع استراتيجيات التسعير بما يتناسب مع دخلهم وتقسيم الدفعات لهم بما يوازي مستوى الدخل.
- 10- من نتائج البحث يجد الباحث عدم وجود فروق في الرضا بين المستويات التعليمية للمرضى وبما أن أكثر من نصف المراجعين من حملة شهادة جامعية (57%) يقترح الباحث زيادة الرضا لهذه الشريحة ووضع خطة تسويقية تتضمن دعاية وإعلان في المناطق التي يمكن الوصول لهم بها مثلاً حملات إعلانية على وسائل التواصل الاجتماعي وإمكانية حجز المواعيد بهذه الوسائل ووضع مجلات ثقافية في غرفة الانتظار تناسب مستوى ثقافتهم ووضع ملصقات ورسومات لشرح طريقة

تقريش الأسنان واستعمال الخيط السني وأهمية علاج الأسنان في غرفة الانتظار أو شرحها مباشرة للمريض على كرسي الأسنان.

11- لم يجد الباحث تأثير لعمر المرضى على رضاهم وهذا جيد ويدل على مسافة واحدة للتعامل من قبل الطبيب مع كل الأعمار ويقترح الباحث الانتباه الى الأعمار الصغيرة لضمان التعامل معهم بشكل جيد وإيجاد وسائل مناسبة لشرح العلاج لهم ومعالجتهم والترفيه عنهم مثلاً وضع ألعاب بسيطة لا تُصدر ضجة للأطفال في غرفة الانتظار ووضع صور توضّح منظر الأسنان الجميل بعد التخلص من النخر لتشجيعهم على تقبل العلاج أما بالنسبة لكبار العمر فيوصي الباحث بالتأكد من معاملتهم بالاحترام واللباقة والاهتمام وقد يعاني بعضهم من نقص السمع فيجب التكلم بصوت واضح ومفهوم وعدم التهرب من الشرح الوافي لهم عن العلاج أو توصيات بعد العلاج ومنحهم الوقت الكافي على كرسي الأسنان كونهم قد يكونون بطيئين في التجاوب مع الطبيب أو قدرتهم على التحمل أقل ويجب أيضاً توفير وسائل مساعدة لسهولة وصولهم الى الكرسي.

حدود البحث:

قام الباحث بإجراء دراسة استكشافية تضمّنت مقابلات معمقة ودراسات سابقة ثم الدراسة الكمية وكأي دراسة أخرى يعتبر تحيز الباحث من حدود هذا البحث وأيضاً تخص نتائج هذا البحث العيادة محل البحث فقط وقد لا يمكن توزيع نتائجها إلى عيادات أخرى في نفس مجال العمل في بلدان أخرى.

References:

- Aaker, M.S., Upal, M. and Hani, U. (2008), “Service quality perception and satisfaction: a study over sub-urban public hospitals in Bangladesh”, **Journal of Services Research**, Vol. 12No. 1, pp. 125-146.
- Adamska, M., Minarova, M.,(2014). **Role of learning organization in building consumer confidence. In: Ekonomie a management.**
- Ahmad, A. E., & Al-Zu' bi, H. A. (2011). E-banking Functionality and Outcomes of Customer Satisfaction: An Empirical Investigation. **International Journal of Marketing Studies**, 3(1), 51-59.
- Alexandre Gomes G Silva, Pedro Lopes Ferreira, Fernanda Bento Daniel,2017 "Portuguese university hospital patient satisfaction and service quality", **International Journal of Health Care Quality Assurance**, <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-07-2017-0121>.
- Al-hawari, M. A. (2015). How the personality of retail bank customers interferes with the relationship between service quality and loyalty. **International Journal of Bank Marketing**, 33(1), 41-57.
- Almossawi, Mohammed M. (2012) "Customer Satisfaction in the Mobile Telecom Industry in Bahrain: Antecedents and Consequences", **International Journal of Marketing Studies**, Vol. 4, No. 6, pp. 139-156.
- Ananth, A., Ramesh, R., & Prabakaran, B. (2011). Service quality gap analysis in private sector banks a customer perspective. **Indian Journal of Commerce and Management Studies**, 2(1), 245-252.
- Andaleeb, S., & Conway, C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: an examination of the transaction-specific model. **Journal of Services Marketing**, 20(1), 3-11.
- Anderson, E.W. and Fornell, C. (1994),“A customer satisfaction research prospectus”, in Rust, R.T. and Oliver, R.L. (Eds),*Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage, Thousand Oaks,CA, pp. 241-268.
- Anderson, E.W., Fornell, C. and Lehmann, D.R. (1994),“Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from Sweden”,**Journal of Marketing**, Vol. 58 No. 3, pp. 53-66.
- Andreas Eggert, Wolfgang Ulaga, (2002), "Customer perceived value: a substitute for satisfaction in business markets?", **Journal of Business & Industrial Marketing**, Vol. 17 Iss: 2 pp. 107 – 118.
- Asma Abdul Rehman, (2012), "Customer satisfaction and service quality in Islamic banking", **Qualitative Research in Financial Markets**, Vol. 4 Iss 2/3 pp. 165 – 175.

- Aurier, P. and N'Goala, G. (2010), "The differing and mediating roles of trust and relationship commitment in service relationship maintenance and development", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 38 No. 3, pp. 303-325.
- Banerjee, N., & Sah, S. (2012). A Comparative study of customers' perceptions of service quality dimensions between public and private banks in India. **International Journal of Business Administration**, 3(5), 33.
- BRADY, M.K. and ROBERTSON, C.J. (2001), "Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: An exploratory cross-national study," *Journal of Business Research*, Vol. 51, No. 1, pp. 53-60.
- Brown, S.W. and Swartz, T.A. (1989), "A gap analysis of professional service quality", **Journal of Marketing**, Vol. 53 No. 2, pp. 92-98.
- CAO, C. and CHEN, J. (2011), "An empirical analysis of the relationship among service quality, customer satisfaction and loyalty of high speed railway based on structural equation model," **Canadian Social Science**, Vol. 7, No. 4, pp. 67-73.
- Caruana, A 2002, 'The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction', **European Journal of Marketing**, vol. 36, no. 7, pp. 1-14.
- Clemes, M.D., Gan, C., Kao, T.H. and Choong, M. (2008), "An empirical analysis of customer satisfaction in international air travel", **Innovative Marketing**, Vol. 4 No. 2, pp. 50-62.
- Cronin, J. and Taylor, S. (1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension", **Journal of Marketing**, Vol. 56 No. 3, pp. 55-68.
- CRONIN, J.J. and TAYLOR, S.A. (1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perception-minus-expectations measurement of service quality," **Journal of Marketing**, Vol. 58, No. 1, pp. 125-131.
- Deng, Z., Lu, Y., Wei, K.K. and Zhang, J. (2009). Understanding customer satisfaction and loyalty: an empirical study of mobile instant messages in China. **International Journal of Information Management**, 30(4), pp. 289-300.
- Dixit, N., & Datta, S. K. (2010). Acceptance of E-banking among Adult Customers: An Empirical Investigation in India. **Journal of Internet Banking and Commerce**, 15(2), 4-14.
- DWYER, F.R. and OH, S. (1987), "Output sector munificence effects on the internal political economy of marketing channels," **Journal of Marketing Research**, Vol. 24, pp. 347-358.
- El Saghier, N., & Nathan, D. (2013, April). Service quality dimensions and customers' satisfactions of banks in Egypt. In Proceedings of **20th International Business Research Conference** (pp. 4-5).
- Ennew, C. and Waite, N. (2013) **Financial Services Marketing: An International Guide to Practice**, Second Edition, Routledge, New York (USA).
- Etemad-Sajadi, R. and Rizzuto, D. (2013), "The antecedents of consumer satisfaction and loyalty in fast food industry: a cross-national comparison between Chinese and Swiss consumers", **international Journal of Quality & Reliability Management**, Vol. 30 No. 7, pp. 780-798.
- Faizan Ali, Bidit Lal Dey, Raffaele Filieri, (2015) "An assessment of service quality and resulting customer satisfaction in Pakistan International Airlines: Findings from foreigners and overseas Pakistani customers", **International Journal of Quality & Reliability Management**, Vol. 32 Issue: 5, pp.486-502, <https://doi.org/10.1108/IJQRM-07-2013-0110>.
- FARRELLY, F.J. and QUESTER, P.G. (2005), "Examining important relationship quality constructs of the focal sponsorship exchange," *Industrial Marketing Management*, Vol. 34, pp. 211-219.

- Fornell, C 1992, 'A National Customer Satisfaction Barometer', **Journal of Marketing**, vol. 6, no. 1, pp. 6-21.
- Ganiyu, RA, Uche, II & Elizabeth, AO 2012, 'Is Customer Satisfaction an Indicator of Customer Loyalty?', **Australian Journal of Business and Management Research**, vol. 2, no. 7, pp. 14-20.
- GASKI, J.F. and NEVIN, J.R. (1985), "The differential effects of exercised and unexercised power sources in a marketing channel," **Journal of Marketing Research**, Vol. 22, pp. 130-142.
- George, A., & Kumar, G. G. (2014). **Impact of service quality dimensions in internet banking on customer satisfaction**. *Decision*, 41(1), 73-85.
- Gronroos, C 2001, 'The Perceived Service Quality Concept: A Mistake', **Managing Service Quality**, vol. 11, no. 3, pp. 150-152.
- Gustafsson, A., Johnson, M.D. and Roos, I. (2005), "The effects of customer satisfaction, relationship commitment dimensions, and triggers on customer retention", **Journal of Marketing**, Vol. 69 No. 4, pp. 210-218.
- Han, H. and Ryu, K. (2009), "The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer Satisfaction in Determining Customer Loyalty in the Restaurant Industry", **Journal of Hospitality and Tourism Research**, Vol. 33 No. 4, pp. 487-510.
- Hansemark, O.C. and Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees. *Managing service quality: An International Journal*, 1(1), pp. 40-57
- Hwnag, Y.C. and Kim, C. (2007). A study on the antecedents and consequence of perceived value in the retail environment. **Journal of Korean Marketing Association**, 12(2), pp. 77-103.
- Jiang, P. and Rosenbloom, B. (2005), "Customer intention to return online: price perception attribution-level performance, and satisfaction unfolding over time", **European Journal of Marketing**, Vol. 39 No.1, pp. 150-174.
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M. and Yokoyama, F. (1990), "LODGSERV: a service quality index for the lodging industry", **Hospitality Research Journal**, Vol. 14 No. 2, pp. 277-284.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2011), **Marketing Management**, 14th global ed., Pearson, NJ.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012). **A framework for marketing management**. Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., et al, (2009) "**Marketing Management**" A South Asian Perspective, (Prentice – Hall of India: New Delhi, 13th edition).
- Krishnamurthy, R., Siva Kumar, M. A. K., & Sellamuthu, P. (2010). Influence of service quality on customer satisfaction: Application of SERVQUAL model. **International Journal of Business and Management**, 5(4), 117.
- Kum Fai Yuen Vinh Van Thai , (2015), "Service quality and customer satisfaction in liner shipping", **International Journal of Quality and Service Sciences**, Vol. 7 Iss 2/3 pp. 170 – 183.
- Lai, W.T. and Chen, C.F. (2011), "Behavioral intention of public transit passenger—the role of service quality, perceived value, satisfaction and involvement", *Transport Policy*, Vol. 18 No. 2, pp. 318-325.
- Lau, M. M., Cheung, R., Lam, A. Y., & Chu, Y. T. (2013). Measuring service quality in the banking industry: a Hong Kong based study. *Contemporary Management Research*, 9(3), 263.
- Lee, H. S., Lee, Y. K., & Yoo, D. K. (2000). The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction. **Journal of Services Marketing**, 14(3), 217-231.

- Lee, S. P., & Moghavvemi, S. (2015). The Dimension of Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty: A Case of Malaysian Banks. **Asian Journal of Business and Accounting**, 8(2).
- LEE, Y.J. (2000), "A theoretical examination of customer satisfaction research: findings and outlook", **Journal of Consumer Studies**, Vol. 11, No. 2, pp. 139-166.
- Liao, Z., Cheung, M., 2002. Internet-based e-banking and consumer attitudes: an empirical study. *Information & Management* 39, 283–295.
- Mateides, A., Ďaďo, J., (2002). Služby. Bratislava: EPOS, 2002. pp. 750.
- McDougall, G.H.G. and Levesque, T. (2000), "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation", **Journal of Services Marketing**, Vol. 14 No. 5, pp. 392-410.
- Mowen, J, John C. dan Michael Minor, 2009, Perilaku Konsumen, Binarupa Aksara: Jakarta .
- Munusamy, J., Chelliah, S., & Mun, H. W. (2010). Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia. **International Journal of Innovation, Management and Technology**, 1(4), 398.
- Navaratnaseelan, J.J., and Elangkumaran, P. (2014). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: A Study on Customers of Commercial Bank of Ceylon PLC Trincomalee District. Proceedings of the **3rd International Conference on Management and Economics**, (February 2014). Oral Presentations. pp. 359-364 .
- Oliver, R. (1980), "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions", **Journal of Marketing Research**, Vol. 17 No. 4, pp. 460-469.
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the customer. New York.
- Oliver, R.L. (1993), "A conceptual model of service quality and service satisfaction: compatible goals, different concepts", in Swartz, T.A., Bowen, D.E. and Brown, S.W. (Eds), *Advances in Service Marketing and Management*, JAI Press, Greenwich, CT, Vol. 2, pp. 65-85.
- Oliver, RL & Winer, RS 1987, 'A Framework For the Formation and Structure of Consumer Expectations: Review and Propositions', **Journal of Economic Psychology**, vol. 8, no. 4, pp. 469-499.
- Oliver, RL 1997, 'Effect of Expectation and Disconfirmation on Post Exposure Product Evaluations: an Alternative Interpretation', **Journal of Applied Psychology**, vol. 62, no. 4, pp. 480-486.
- OLIVER. R. (1980), "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions", **Journal of Marketing Research**, Vol. 17, pp. 460-469.
- Omar, N.A., Nazri, M.A., Abu, N.K. and Omar, Z. (2009), "Parents perceived service quality, satisfaction and trust of a childcare centre: implication on loyalty", *International Review of Business Research Papers*, Vol. 5 No. 5, pp. 299-314.
- Pankaj Deshwal, Vini Ranjan, Geetika Mittal , (2014), "College clinic service quality and patient satisfaction", **International Journal of Health Care Quality Assurance**, Vol. 27 Iss 6 pp. 519 - 530.
- Parasuraman, A., Berry, L. and Zeithaml, V. (1991), "Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale", **Journal of Retailing**, Vol. 67 No. 4, pp. 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L. (1988), "SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality", **Journal of Retailing**, Vol. 64 No. 1, pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. **Journal of Retailing**, Vol. 67, No. 4, pp. 420-50.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V.A. and BERRY, L.L. (1994), "Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research," **Journal of Marketing**, Vol. 58, No. 1, pp. 111-124.

- Porter, M. E. (1985). Competitive advantage. 1985. Competitive Advantage-Creating and Sustaining Superior Performance, New York.
- Saha, G.C. and Theingi, T. (2009), "Service quality, satisfaction, and behavioral intentions: a study of low-cost airline carriers in Thailand", *Managing Service Quality*, Vol. 19 No. 3, pp. 350-372.
- Sanjuq, G. (2014). The Impact of Service Quality Delivery on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Riyadh, Saudi Arabia. **International Journal of Business Administration**, 5(4), 77. .
- Santos, J. (2003), "E-service quality: a model of virtual service quality dimensions", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 13 No. 3, pp. 233-246
- SANZO, M.J., SANTOS, M.L., VAZQUEZ, R. and ALVAREZ, L.I. (2003), "The effect of market orientation on buyer-seller relationship satisfaction," **Industrial Marketing Management**, Vol. 32, pp. 327-345.
- Selvakumar, J. J., (2015). "Impact of Service quality on Customer Satisfaction in Public Sector and Private Sector Banks", *Purushartha: A Journal of Management, Ethics and Spirituality*, Vol. VIII No.1, pp. 1-12.
- Shabbir S, Kaufmann, H & Shehzad, M 2010, 'Service Quality, Word of Mouth and Trust: Drivers to Achieve Patient Satisfaction', *Scientific Research and Essays*, vol. 5, no. 17, pp. 2457-2462.
- Shamma, H., & Hassan, S. (2013). Customer-driven benchmarking: A strategic approach toward a sustainable marketing performance. *Benchmarking: An International Journal*, 20(3), 377-395.
- Shanka, M. S. (2012). Bank service quality, customer satisfaction and loyalty in Ethiopian banking sector. **Journal of Business Administration and Management Sciences Research**, 1(1), 001-009.
- Sheetal, B.S. and Harsh, V.V. (2004), "Relative importance of service quality dimensions: a multisectoral study", **Journal of Services Research**, Vol. 4 No. 1, pp. 93-116.
- Shyle, Irma and Xhelo, Erinda. (2017) " Customer satisfaction in the service industry- case study of telecommunication industry in Albania", **1st International Conference "Engineering and Entrepreneurship" Proceedings**, ICEE-2017.
- Singh, J. and Sirdeshmukh, D. (2000), "Agency and trust mechanisms in consumer satisfaction and loyalty judgments", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 28 No. 1, pp. 150-167.
- Smith, R, D 2004, 'Foreign Direct Investment and Trade in Health Services: A Review of the Literature', *Social Science & Medicine*, vol. 59, no. 23, pp. 2313-2323.
- Sohail, M. (2003), "Service quality in hospitals: more favourable than you might think", *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 13 No. 3, pp. 197-206.
- Solomon, M., et al., (2006). *Consumer behaviour: A European Perspective*. Pearson, 3rd edition
- Stevens, P., Knutson, B. and Patton, M. (1995), "DINESERV: a tool for measuring service quality in restaurants", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 36 No. 2, pp. 56-60.
- Sureshchandar, G.S., Rajendran, C. and Anantharaman, R.N. (2002), "The relationship between service quality and customer satisfaction—a factor specific approach", **Journal of Service Marketing**, Vol. 16 No. 4, pp. 363-379.
- Swapnarag Swain, Nirmal Chandra Kar, (2018) "Hospital service quality as antecedent of patient satisfaction – a conceptual framework", **International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing**, <https://doi.org/10.1108/IJPHM-06-2016-0028>.

- SZYMANSKI, D.M. and HENARD, D.H. (2001), “Customer satisfaction: a meta-analysis of the empirical evidence”, **Journal of Academy of Marketing Science**, Vol. 29, No. 1, pp. 16-35.
- Thomas Mayr Andreas H. Zins, (2012), "Extensions on the conceptualization of customer perceived value: insights from the airline industry", **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, Vol. 6 Iss 4 pp. 356 – 376.
- Wen, C.H., Lan, L.W. and Cheng, H.L. (2005), “Structural equation modelling to determine passenger loyalty toward intercity bus services”, **Journal of the Transportation Research Board**, Vol. 1927, pp. 249-255.
- Wen, C.H., Lan, L.W. and Cheng, H.L. (2005), “Structural equation modelling to determine passenger loyalty toward intercity bus services”, **Journal of the Transportation Research Board**, Vol. 1927, pp. 249-255.
- Woodall, T. (2001), “Six sigma and service quality: Christian Gronroos revisited”, **Journal of Marketing Management**, Vol. 17 Nos 5/6, pp. 595-607.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989). Linking Satisfaction, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention. **Journal of health care marketing**, 9(4), 5-17.
- Yang, Z. and Peterson, R.T. (2004), “Customer satisfaction, perceived value, & loyalty: the role of switching costs”, **Psychology & Marketing**, Vol. 21 No. 10, pp. 799-822.
- Yieh, K., Chiao, Y. and Chiu, Y. (2007), “Understanding the Antecedents to Customer Loyalty by Applying Structural Equation Modeling”, **Total Quality Management**, Vol. 18 No. 3, pp. 267-284.
- Yoon, CH., 2010. Antecedents of customer satisfaction with online banking in China: The effects of experience. **Computers in Human Behavior** 26, 1296–1304.
- Zaim, H., Bayyurt, N. and Zaim, S. (2010), “Service quality and determinants of customersatisfaction in hospitals: Turkish experience”, **The International Business and Economics Research Journal**, Vol. 9 No. 5, pp. 51-58.
- Zeithaml, V. A., et al., (2011). **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm** 5th edition, McGraw Hill, New Delhi.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., Malhotra, A., 1999. Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge. **Journal of the Academy of Marketing Science** 4, 362-375.
- Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. **Journal of Marketing**, 52(7), pp. 2-22
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. and Gremler, D.D. (2012), **Services Marketing**, McGraw-Hill, New York, NY.
- Zineldin, M 2006, ‘The Quality of Health Care and Patient Satisfaction’, **International Journal of Health Care Quality Assurance**, vol. 19, no. 1, pp. 60-92.

الملحقات:

الاستبيان:

الأعضاء المرضى لمعرفة المزيد حول آرائكم ومشاعركم فيما يتعلق بالعلاج في عيادة الأسنان أرجو التفضل بالإجابة على الأسئلة التالية بمصادقية ودقة علماً ان آرائكم ستكون مفيدة للغاية والإجابات ستستخدم بسرية تامة لأغراض البحث العلمي فقط:

(1) عندما أواجه مشكلة فان طاقم العمل في العيادة يظهر اهتمام واضح لحلها:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد – موافق – موافق بشدة.

(2) تقدم العيادة الخدمة جيداً منذ المرة الأولى:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد – موافق – موافق بشدة.

- (3) تتسم خدمات العيادة بالدقة:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (4) يقدم طاقم العمل في العيادة الخدمات في الموعد المحدد:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (5) العيادة ذات مظهر جذاب وعصري:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (6) أجهزة ومعدات العيادة حديثة وجذابة:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (7) طاقم العمل في العيادة ذو مظهر لائق وأنيق:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (8) تقدم العيادة المعلومات بسرعة للمرضى:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (9) طاقم العمل في العيادة يفهمون حاجاتي المحددة:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (10) تقدم العيادة خدمات ذات سعر مقبول:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (11) أشعر بالأمان في تعاملاتي مع العيادة:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (12) طاقم العمل في العيادة يقدم المشورة والنصح لي:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (13) طاقم العمل في العيادة لطفاء ومهذبون:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (14) طاقم العمل في العيادة على استعداد دائم لمساعدة المرضى:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (15) يستجيب طاقم العمل في العيادة بسرعة لطلبات المرضى:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (16) الخدمات الورقية والمكتبية في العيادة سريعة وفعالة:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.
- (17) مقارنة بالوقت والمال المصروفين كان العلاج قيماً:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.

18) كانت الخدمة مقبولة من خلال السعر الذي تم دفعه:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.

19) كان ذو قيمة التعامل مع خدمات هذه العيادة بدلاً من عيادات أخرى:
غير موافق أبداً – غير موافق – محايد _ موافق _ موافق بشدة.

20) عموماً كان رضاي عن التعامل مع العيادة:
غير راضٍ أبداً _ غير راضٍ _ محايد _ راضٍ _ راضٍ جداً.

21) كان الرضا عن التعامل مع العيادة مقارنة بما كنت أتوقعه:
غير راضٍ أبداً _ غير راضٍ _ محايد _ راضٍ _ راضٍ جداً.

22) رضاي عن التعامل مع هذه العيادة إذا أخذنا بعين الاعتبار الوقت والجهد المبذولين:
غير راضٍ أبداً _ غير راضٍ _ محايد _ راضٍ _ راضٍ جداً.

23) الجنس:
ذكر _ أنثى.

24) العمر بالسنوات: -----.

25) المستوى التعليمي (أعلى مستوى وصلت إليه أو أنت فيه حالياً):
تعليم أساسي _ تعليم ثانوي _ إجازة (شهادة جامعية) _ ماجستير (دراسات عليا) _ دكتوراه.

26) الدخل الشهري بالليرات:
أقل من 50000 ليرة سورية _ من 50000 وحتى 100000 ليرة سورية _ أكثر من 100000 ليرة سورية.
نصوص المقابلات المُعمّقة:

مقابلة السيد أحمد:

1 أهلا وسهلا فيك أستاذ احمد كيفك شو اخبارك

اهلا وسهلا الحمد لله بخير

1 بس شو بتشتغل أستاذ ؟

مدرس لغة إنكليزية

1 يا أهلا وسهلا مقابلتنا اليوم رح تكون عبارة عن شوية أسئلة لإلك عن إحساسك وشعورك انت لما بتجي لعند دكتور الأسنان او لما انت جربت تشتغل معي .. أكيد انت مجرب دكاترة تانيين . ماعندك تجربة سابقة ؟

2 في تجربة نعم

1 كم دكتور ؟

2 يعني شي تلت دكاترة سابقا

1 كويس زاير تلت دكاترة وانا الرابع ممتاز يعني عندك فكرة عن كذا نوع من العيادة او كذا طبيب او شي ...

هلق بس بدي منك انا ما تخجل مني ابدأ باي موضوع يعني فرضاً انت فنتت لعندي لقيت الأسعار عالية .. شي طبيعي أنا ما تخجل مني وما تتعامل معي كأنو ... هبي وجهات نظر لحتى انا اعرف فرضاً انت بتتبهنني انو ممكن الأسعار عالية فأنا ادرس هالموضوع لاحقاً انو لازم شوي راعي الأسعار ... ما تخجل مني بأي شي هبي المقابلة مجرد وجهات نظر

2 انشالله منبدي وجهة نظرنا ..

1 انشالله بس بدي منك تاخذ راحتك بالكامل وهدول مضمونة سرينين بالكامل يعني فقط وجهات نظر انا بدي اعرفا لحتى اعرف شو بدي اشتغل لقدام .

1 هلق اول سؤال بدي اسالك شو رأيك لما تعاملنا بالعيادة شو رأيك بشكل عام عن التعامل كيف كان شو بتوصفوا انت ؟

2 تعامل الطبيب يعني ؟

1 نعم يعني شو في شي لفت نظرك بتعاملي انا ممكن يميزني عن غيري مثلا او مافي شي برأيك ؟

2 في شغلتنين حسن الاستقبال وسلاسة التعامل مع المريض

1 برايك حسن الاستقبال مهم جداً للمريض يعني الطبيب لازم يتمتع بهالمواصفات هي ؟

2 نعم التعامل والأخذ والعطي مع المريض بيريجو طبعاً الى حد ما

1 طيب ليش برأيك بيريجو يعني ليش انت بتحب ابنك يروح لعند طبيب فرضاً يكون عندو وجه جسن ويحكي مع المريض ويريجو ؟ يعني ليش مهم هالشي ؟

2 يعني بشكل عام الى حد ما الانطباع هادا ممكن يريح المريض ممكن ينسيه حالتو اللي عم يعاني منها الى حد ما من جو الالم .

1 يعني بيخفف من حالة الألم اللي عندو . يعني فرضاً انت ضمننت نفس الجودة عند طبيبين مثلا انت تعرف طبيب جودة عملو عالية جدا ولكن نفسيتو مو كثير مريحة هالشي بيأثر عقرارك وشو النسبة برأيك ؟

2 انا بالنسبة لالي بختار الجودة بس عمليا الجودة والسلاسة بالتعامل لها دور كبير .

1 بدي تحكيلي عن حاجاتك لما اجيت عالعيادة يعني انت ايمت بتزور طبيب الاسنان وليش يعني شو الغاية من زيارتك لطبيب الاسنان ؟ فقط لما بيكون في الم ام فقط للتجميل ام للاطمئنان عن الصحة بالمستقبل ؟

2 والله انا اول مرة اجيت كان عندي مشكلة بسني نخر الدافع الاساسي استصلاح السن يعني معالجة نخور

1 كيف برايك الطبيب لازم يلبيك هي الحاجة او شو برايك لازم يتصرف الطبيب مع المريض اللي عندو مشكلة معينة يعني شو هي المواصفات المثالية للطبيب اللي بتحب يتمتع فيها من وجهة نظرك ؟ انت لما بتزور الدكتور عندك مشكلة شو بتحب يكون في شو بتحب شو بتحب الخيارات ؟

2 بحب انو يكون الطبيب حسن قرانتو للحالة وحسن التشخيص وحسن تعاملو معها

1 وهالشي مهم ليش ؟

اذا لمست بالنسبة لالي حسن تشخيص ومعالجة وتعامل مع الحالة بيدفعني وبيجذبني ارجع لعندو

1 قصدي هالشي ليش مهم ؟ يعني شو بيخلق عندك شو بيعمل بنفسك ليخلك ترجع تزورو ؟

2 بيخلق ثقة عندي مثلا انو هالطبيب ادائو جيد وقرانتو للحالة جيدة ممكن انو طالما احسن ادائو هالمره اكيد المرات القادمة رح يحسن الأداء ايضاً .

1 وهال ثقة مهمة كثير شو بتعمل ؟

2 بتعمل جسور مريحة بين المريض والطبيب

1 بالنسبة للحالة اللي تعاملنا فيها شو رايك بموقفي معك لما كنت عالكرسي؟ هل كان في سرعة زيادة هل كان في ضغط زيادة احيانا بتعرف في الم في كذا يعني منسميها نحنا عدواني شوي فشو رأيك عن استجابتي لالك؟ عطيتك وقت زدت الوقت ومليت؟ في عالم كمان بتعرف الطبيب بيكون بارد كثير.. فشو رايك عن ردودي واستجابتي لحالتك المرضية؟

2 بعقد التعامل مع حالتي كان جيد او جيد جدا يعني التعامل كطبيب كان ادواتو نظيفة تشخيصو للحالة جيدة سني لحد لان من سنتين او اكثر جيدة وعم اكل عليها وبالتالي الحاللة تركت عندي اثر انو هالعمل جيد اللي قمنا فيه

1 ذكرت انو الادوات جيدة وفي دقة بالعمل وانو ارتحت.. طيب شو اهمية كل وحدة من بالنسبة لالك يعني شو اهمية النظافة بالنسبة لالك او شو ترتيبين؟

2 بالنسبة للنظافة اول شي نظافة طبيب الاسنان مهمة كثير لانو ممكن كثير الواحد ينتقلو امراض من خلال الأدوات انا سمعت كثير شغلات انو في ناس اخدت مرض من ادوات مو نظيفة.. اي يعني المحافظة على الصحة من خلال منع انتقال الامراض.

الدقة لحتى اذا احسن الطبيب التشخيص رح ينجح العمل وبالتالي رح يوفر عالمريض كثير اعباء بيوفر الوقت والتكلفة للمريض وبتعطي احساس انو احسنت الاختيار او اخترت صح بالتعامل مع الطبيب.

1 بالنسبة للتعامل المريح مع الطبيب هل هو مهم؟ وليش؟

2 مهم جدا انو يكون الطبيب مريح بالتعامل يعني الراحة والانطباع النفسي اللي بيتركو الطبيب عند المريض يعني شيل مثلا شغلات الطبية السرية ولكن بيترك اثر والعامل النفسي الو دور كبير في العلاج حتى لو كان السن بيخفف الالم معاها.

1 انت قلت انو بيزيد الثقة ولكن ليش هالثقة مهمة؟

2 لانو رح تساعد المريض وبتساهم في تقبل العلاج ممكن يتحمل اكثر اذا كان في الم ناتج..

1 بالنسبة للمواعيد اللي كانت بيناتنا شو رايك فيها؟ هل انا تاخرت؟

لا ما تاخرت كانت دقيقة مثل ما عطينا المواعيد نحنا اجينا عالمواعيد والتزمنا بالموعد وكان دقيق والفترة الفاصلة بين الجلسة والجلسة ما كانت بعيدة يعني كمان هاد شي مهم.

1 ليش هالشي مهم؟

2 يعني مثلا انو تترك المريض فترة طويلة بجوز هوي عم يتالم بالفترة الفاصلة فممكن يزيد وجعو فاذا كان في مجال نختصرا احسن.. ومهم لنجاح العمل

1 فرضا سن بتقدر تشتغلو على اربع جلسات او جلستين شو رح تختار انت؟

اكيد جلستين بحب يخلص بسرعة

1 ليش هالسرعة مهمة انو الطبيب يخلص الشغل بسرعة؟

2 عدا عن الوقت يعني السبب الرئيسي عدم تكليف المريض زيادة جهد بجوز عندو وقت اخر مثلا من ضيعة او مدينة بجوز تكلفو زيادة بعيد وأعباء اذا فيك توفر عليه وقت واذا بيتعالج السن بجلستين اكيد افضل.

1 بالنسبة للوقت لما كنت انت عالكرسي هل كان كاف؟ واعطيتك اريحية وشو اهمية هالشي بالنسبة للمرض؟

بعقد كانت المعالجة انيقة نظيفة مريحة ما كان في استعجال وهالشي مهم للمريض اذا تعاملت معو بتاني وما استعجلت عليه بترجحو.

1 ليش هالشي مهم شو رح يحس المريض لما الطبيب متاني معو ومريحو؟

2 ببشعر المريض انو مثلا هالشغل اللي رح يشتغلو ماتم على عجل اخذ وقتو الكافي وانشغل بتان وانعطى الوقت اللازم للعلاج واخذ الغاية الاساسية للعلاج لانو الطبيب اعطى اهمية بما يتناسب مع الحالة.

1 لو كان في زحمة شوي بالعيادة وانت عالكرسي شو برايك لازم الطبيب يتصرف شو بتحب يتصرف يشتغل يكملك او ياسرع او يعتذر من المرضى التانيين؟؟

2 بفضل يلتمس اراء المرضى التانيين اللي ما عندو حرج مافي اسعافية اللي فيه ياجل حالتو لبعده الضهر مثلا اذا من محل قريب يعني يلتمس ارائن واللي حالتو مو اسعافية يأجل حالتو .

1 بالنسبة لالك شو مواصفات غرفة الانتظار المثالية شو بتحب يكون في بغرفة الانتظار شو بتحب يكون الوانها شو بتحب يكون فيها ادوات شو بتحب يكون فيها مجالات ؟ كيف بتحب يكون فيها اثاث ؟

2 اول شي تكون شرحة فسيحة حسب الطبيب لازم يقدر شو بيجيه مرضى انو تستوعب مثلا انو عم يجيه عشرة ما يجي حدا يوقف مثلا .. انو تقعد الناس عالكنبة او الكرسي .

يكون في تهوية كافية ما تكون مخوقة . ممكن هيك بعض الجرائد والمجلات يتسلى فيهن الواحد . ويكون في شاشة مثلا انو الواحد يتسلى فيهن اذا الواحد طول شوي يتسلى اذا ماحب يقرأ .

1 بالنسبة للاطفال بغرفة الانتظار لازم يكون في شي لالهن ؟ لعبة او شي ؟

2 لعبة هادئة ما تصدر ضجة ممكن . ماتصدر صوت يزعج الاخرين

1 الالوان بالنسبة للعيادة وغرفة الانتظار شو بتحس الالوان لازم تكون ؟ موديلات او لا سادة موديل خفيف؟؟

2 بالنسبة الي المزج بالالوان ما كثير بحبو انا يعني لونين وتكون الالوان زاهية فاتحة شوي مو كثير .

1 لما منحكي عنك لما بتكون جوا بالعيادة شو المواصفات المثالية برايك ؟ مثلا عن الكرسي ؟

2 الكرسي لازم تكون مريحة تتناسب مع احيانا كل واحد قعدتو تتناسب معو .. حجمو طولو وزنو او عمرو مثلا حسب كبرو وصغرو الادوات تكون نضيفة . ممكن انو كمان المريض يشوف شغلو اذا قدامو مرآة مثلا او شاشة او كميروا . المريض اذا عرف شغلو كمان .

1 حكيتلي انو الكرسي لام تكون بتتعديل وبتتحرك ومريحة يعني تكون حديثة وهالشي مهم .. بالنسبة لحدائث الاجهزة الموجودة شو رايك باهمية حدائث الاجهزة بالعيادة ؟

2 والله يعني خيلنا نقول انو مواكبة الامور بتخلق بالنفس انطباعات انو هالطبيب متابع للشغلات الجديدة اللي عم تنزل وبالتالي بتعكس اهتمام الطبيب وانو عم يحس بالمريض ومواكب الشغلات العلمية الجديدة اللي عم تظهر اي متابع للعلم ومثلا فلاح اذا لسه عم يفلح بالة قديمة معاناتو شغلاتو قديمة ومو مواكب . وهيك الطبيب انا براي يعني وقت بتكون الاتو جديدة وعدتو جديدة بيخلق لدى المريض انطباع انو هالطبيب مواكب التطور .

1 بدي اسالك عن هندام الطبيب او المنظر اللي كنت قابلك فيه لما عالجتك شو رايك فين ؟

3 الهندام كمان بيتترك انطباع في النفس فنظافة الطبيب وهندامو كمان مهمة الى حد ما وجيدة .

1 شو بيعكس عندك اهمية هالنظافة وهالهندام المرتب للطبيب ؟ شو ممكن نحس من هالاهتمام ؟

2 انو الطبيب محترم عملو الى حد ما ودقيق بيهتم بشغلو مايقبل يكون في وسخ عمريولو او بعيادته وما الى ذلك .

1 شو لازم يكون الطبيب لابس برأيك بعيادة الاسنان ؟ شو الشغلات اللي بتحب الطبيب يلتزم فيها من ناحية الهندام بشكل عام ؟ شو العناصر اللي بتحب يتقيد فيها الطبيب بالنسبة للباس ؟

2 المريول مهمة والكفوف مهمة مشا ما ينقل المرض من مريض لمريض والكمامة ممكن كمان للطبيب .

1 الكمامة معظم العالم بتفكر للطبيب هي للتئين الطبيب والمريض لان اذا الطبيب كمان مرشح ممكن هوي اللي ينقل المرض او المكروبات للمريض .

1 التعامل بين الطبيب والمريض شو الاسس اللي لازم تتبنى عليها علاقتهم ؟ يعني انت بينك وبين الطبيب شو مواصفات العلاقة اللي رح تخلي هالشغل ناجح برأيك ؟

2 اولا الثقة والثقة المتبادلة بين الطبيب والمريض وتاني شي كفاتتو وهاد الشي بيأثر عأهمية العلاج لانو انا لما بشعر عندي ثقة بالطبيب فالطبيب رح يبذل غاية جهود ليخلي هالمريض مرتاح ويطلع قد الثقة .ويطلع عملو اتم وافضل شغل .

1 وشو كمان ؟

2 بالنسبة للمريض... جودة العمل اللي رح يتلقاه المريض بتعكس لدى المريض شعور ايجابي بالرضا

1 اللطف هل هو مهم عند الطبيب وليش مهم ؟

السلاسة والاحترام واللطف مهم لانو ممكن ياتر عالشغل .

1 كيف رح ياتر عجودة الشغل ؟ بغض النظر عن الامور التقنية مثلا الاحترام مالو علاقة بالتقنيات الشغل او بالناحية العلمية وكمان الثقة مثلا انا لما بقلو للمريض لا تاكل على السن المعين او الجهة المعينة من الفك او لاتدخن بعد العلاج مثلا ما يتجاهل هالتعليمات ويكون عندي ثقة انو رح يتقيد فيهن ... هالثقة والاحترام المتبادل شو اهميتن عالمريض والناحية العلاجية ؟

2 اذا كان في ثقة ب... كان الطبيب مصدر ثقة للمريض ممكن الارشادات اللي بيمليها الطبيب للمريض ياخذ فيها مية بالمية وبيزيد التزامو بالتعليمات من الطبيب .. الاحترام الو عوامل جذب نفسية وبتزيد راحة المريض وبتخليه يرجع يرتاد هالعيادة .

1 بالنسبة لمنظر العاملين بالعيادة السكرتيرة وما الى ذلك ... او اذا في عاملين تانيين شو راك لازم يكون هندامن ؟

2 النظافة والأناقة وحسن الاستقبال

1 ليش هالتلت شغلات مهمة بنظرك .؟ يعني اذا لقيت سكرتيرة كويس تعاملها بالعيادة وانيقة وبتقالك اهلا وسهلا ليش مهم هالشي بغض النظر عن عمل الطبيب يعني ؟

2 احيانا الناس بشكل عام ... ممكن يحكمو عالامور من انطباعاتها الاولى اللي بيشوفوها وبتتشكل عندن .. ممكن في بعض الناس تحكم على عجل من خلال السكرتيرة مثلا ونظافتها ...

1 طيب لو كانوا العاملين بالعيادة كثير انيقين وكثير حلوين ونظيفين شو ممكن يعكسو بنفسية المريض ؟

2 احيانا اذا قلنا النظافة وحسن الاستقبال مكن يكونو عامل جذب للمرضى .. ممكن يعكسو حالة عن حالة العيادة ككل وياترو عحكيم المريض لبعض الناس عن العيادة لانن رح يعطو صورة مصغرة عن الطبيب وعايدتو .. من خلال السكرتيرة مثلا

1 اي واحد بيجي لعند طبيب الاسنان بيكون عنده مشكلة بدا حل او كذا مشكلة الطبيب بشكل عام بيشرح للمريض البعض ما بيشرح البعض ببوجز بالشرح ... البعض بيحس انو المريض مارح يفهم عليه يعني مثلا ما بيقلو انو رح نحطلك بالاقنية مادة للحشي وبعدا نحشي السن وبعدا نحضرو وناخد طبة وبعدا نعملك جسر خزفي وما الى ذلك ... هالمعلومات اللي عم يقدمها الطبيب للمريض شو اهميتها بنظرك ؟

2 هي مهمة انو يشرح الطبيب للمريض حالتو بالكامل ... لانو اذا حطيت المريض باحاطة عن الحالة اللي هوي فيها لازم يكون على بينة شو يدك تشتغلوا واذا ما كان علم ممكن يرفض العمل اللي تقدملو او ماكننا بدني هيك انا مثلا اما اذا كان عيبنة مثلا ببيزيد عند المريض تقبلو للعلاج ..

1 لو الطبيب شرح للمريض عن حالتو والمريض تقبل العلاج وتم الشغل .. هالمعلومات هي هل اثرت عالمريض وشو اثرت فيه او شو غيرت فيه ؟ او عشو بتدل او شو اهميتها ؟

ممكن هالمعلومات تريح المريض الى حد ما وتساعدو انو يفهم حالتو وبيخلق عنده راحة نفسية انو هالطبيب عم يساعدي بقراءة حالتني وبعطني عصورة بينة انو شو بدو يشتغلي هوي ...

1 بالنسبة لموضوع المواعيد شو راك بالمواعيد صباحية مسائية ؟

وشو راك بتواجدي انا بالعيادة ؟

2 انا بالنسبة للمواعيد وقت اللي اشتغلت التزامنا فيها من جانب الدكتور والمريض وتواجدك انت كان بالعيادة قليل شوي ..

لازم الدكتور يكون متواجد عطول ؟

2 برايي لازم الدكتور يكون عندو وقت منتظم للعيادة

1 شو اهمية هالشي بالنسبة للمرضى ؟

2 بيكون في توقيت للمرضى انو انا رح افتح العيادة بال 8 او 9 مثلا للواحدة وبالتالي انا رح احضر بعرف بهالوقت بيتواجد الطبيب بالعيادة وبجي بلاقيه بالتالي برتاح اما اذا كان ما في التزام من جانب الطبيب ممكن يخلق عامل نفور ويعمل ازعاج عند المرضى لانو ماعم يتواجد بالعيادة وبالتالي الالتزام الطبيب بالتواجد بالعيادة بيريح المريض ويسعدو .

1 بالنسبة لموضوع الاسعار والكلفة انتي برايي شو رايبك بالكلفة اللي اخدتها منك ؟

كانت الكلفة مقبولة وكان في مراعاة من جانب الطبيب كمان ..

1 انا بدي اسالك عن هالمراعاة هي انو بعض المرضى بيعرفن الطبيب بششكل شخصي والاخر بحكم القرابة مثلا او الجيران . هل من المهم انو الطبيب يتعامل مع المريض كنوع واحد وليس؟

2 وجهة نظري اذا في اسعار ثابتة للمرضى هي معروفة ومهم يكون ثابت مثلا اذا ركبتا سن خزف سعرو كذا كذا .. بس انا برايي الطبيب ان احسن قراءة مرضاه وكان على حسن مستواه انو كل واحد انا بعرف حالتو الى حد ما ..

1 هالمراعاة هي شو بتاثر بنفسية المريض وشو بيععمل ؟

2 بتزيد من ثقة المريض بالطبيب وممكن تكون تسهم بعوامل اخرى مثلا تدفعوا انو يجيب اعضاء اسرتو مثلا يتعالجو عند الطبيب ... وبالتالي رح يزيد من حب الطبيب ويحاول يخدمو انو يحكي عنو منيح ويجبلو مرضى تانيين .

1 بالنسبة لحجم العيادة شو برايي لازم تكون ؟ كبيرة او صغيرة او وسط ؟

تكون شرحة ومو كبيرة كثير ومهواة شوي ...

1 طيب ليش مو كبيرة كثير ؟

2 لانو اذا كبيرة كثير الكبر مثلا بدك تحط فيها شغللات بدك تعبيا مثلا اذا كانت فارغة ... العيادة تكون لقد ادواتو اجهزوتو لقد الزوار مثلا اللي بيجهو على حسب المنطقة اللي بيكون فاتح فيها الدكتور .

1 طيب ليش مو تكون صغيرة كثير ؟

2 اذا كانت ضيقة وهيك بيعمل بالنفس انطباعات سيئة

1 طيب بالنسبة للتعامل بين الطبيب والمريض انا ممكن مثلا تجي لعندي صبية مثلا صورلها اسنانها او اخذ رقم تلفونها او عملها صورة قبل وبعد مثلا صورة شعاعية بانوراما ... هالموضوع هاد هل لازم يكون سري بالكامل او لازم الطبيب يستاذن المريض لما بدو ينشر شي عنو مثلا او اي شي مثلا موضوع الحساب كمان ...؟ وشو اهمية هالشي هاد ؟

2 بالنسبة للطبيب لازم يكون عملو سري من ناحية انو يحفظ اسرار المرضى .

1 طيب ليش هالشي مهم يعني ؟

2 لانو بعزز الثقة عند مرضاه وبعزز احترامن انو شغللاتن ما بيكون فيها بتاتا ... لو هنن اباحو انو شغللاتن ممكن بس الطبيب لازم يتكتم عليها بالكامل .

1 بالنسبة لموضوع الشفافية والمصادقية يعني انا مثلا ممكن يجي لعندي بعض المرضى سنو بالكامل بدو تبديل او بدو جسر وقلبي امكانياتو المادية ما بتسمح شو رايبك بالشفافية هون ؟ او مثلا انو ياخي هالسن هوي مابدو يقلعو وهوي السن بحاجة قلع فرضا او اي حالة شو رايبك هون الطبيب هل لازم يكون شفاف ومصادقي مع المريض ولا يداريه شوي ولا شو لما بيكون في خبر سيء مثلا ؟

2 برايي لازم الطبيب يقرأ كل مريض بشكل جيد ... حسن القراءة بيادي الى حسن تناول الامر بشكل جيد يعني يعرف عقلية كل مريض كيف بينظر للامور .. اذا عرف بيعرف كيف بدو يعالج المرضى وياخذ ويعطي معهن .. بعض الناس بجوز ما بيتقبلو الامر بمصادقية او شفافية مباشرة اذا جيتو بطريقة غير مباشرة ممكن يتقبلو فالاسلوب غير المباشر مهم جدا

1 ؟ ليش مهم شو بيزيد هالاسلوب يعني ؟

بدنا ندخل للمريض . انا طبيب انا بدي ساعد المريض انا بدي كون يد معونة ليتجاوز مرضو .

1 طيب انا مثلا اشتغلت لمريض وسحبت عصب السن وبعرف مثلا انا بدو يجعو شوي بعد الشغل لمدة تلت ايام مثلا لما يياكل عليه .. كيف برايك لازم وصلو هالشي ؟ لازم كون شفاف معو ولا قلو خلص هاد السن بعد اسبوع بتراجعي كذا ؟

هل ضروري مثل هيك معلومة كون شفاف ومصداقي معو فيها ؟

2 اي طبعا لانو بتريحي واذا نقلو ياها بس بصورة حسب المريض قدر الامكان يخفقلو من هول الاوجاع وبصورة لطيفة وما يخيبها اكيد حتى لو لمصلحة المريض .

1 بالنسبة لموضوع لما بتجي لعند الطبيب هل انحلت مشكلتك ؟

2 مشكلتي انحلت واتداويت ولحد الان عم اكل واشرب ومافي اي مشكلة بالسن

1 طيب لما انت رحت مثلا لتشتغل سنك تم شغلو باحسن وجه وانت دفعت بالمقابل .. شو اهمية هالناحية ؟

او مثلا لما رحت انت لعند واحد ثاني واشتغلك وما صار فيه موثوقية بيناتكم شو اهمية هالعلاقة بين الطبيب والمريض ؟

وشو بتعكس بنفسك انا الطبيب يكون معتمد منيح ؟

نحننا بدنا نشيل انا تفع المريض هي ذكرناها انا يرجع لعند الطبيب مرات ثانية .. هادي بتخلق عند المريض حالات راحة على الدوام او على مر الزمن . انا لما اشتغل سن او مثلا داوالي ركبلي فك او جسر او سن بتخلق راحة وسعادة عندي انا مثلا عم اكل واسرب عليه بشكل طبيعي ريحي وخلق عندي راحة مستدامة وليس مؤقتة .. اضافة ممكن يدفني انا ارجع لعندو وصرت فيني اعتمد عليه

1 بتعرف انت ببعض الحالات بيكون الطبيب فرضا كل النهار مشغول وتعبان او مسافر او بنص الليل نايم مثلا ممكن تحيه حالة واحد عم يجعو سنو بشكل عام الاطباء لازم تلبها وما الى ذلك .. برايك ليش هالشي مهم بعيادة طبيب الاسنان ؟ يعني ليش لما في حالة جدية مثلا انا يتواجد الطبيب ويكون حساس ويقظ مثلا لهالحالة ويتعامل معها؟؟

2 الحالة الاسعافية او هيك حالات بعد اوقات تادية الخدمة بتعزز كثير المصداقية وحب المريض للطبيب اذا تجاوب معو والثقة بهالطبيب لانو انا لجأتلو بوقت خارج اوقات دوامو واستجاب لي كثير بتعزز الثقة بالطبيب .

1 انت بتعرف بعض النساء او الاطفال او بعض الرجال حتى .. في بعض الحالات الخاصة لما انا بيقتعد عندي عالكرسي مثلا بعض العالم بدها ساعة لتفتح تمها والبعض رعب حقيقي من موضوع البنج او العمل وما الى ذلك هون الطبيب لازم يكون بالو طويل معهن ويشرح ويحاول يخفف ويكون ايدو خفيفة كثير ... هالموضوع ليش مهم يكون الطبيب يتعاملو مع المرضى ودي انا مثلا يعطيهم وقتهم ليغسلو او يريحو كل فترة حتى لو في زحمة؟؟

2 حسن تقدير الطبيب للحالة اللي بيكون فيها المريض مهمة وبتشعر المريض انا الطبيب موقف لجنيو عامل كثير مهم بالعلاج يعني وقت مثلا مريض متالم مريض بتقلو شغلة ماكتير بيتجاوب معك ... بتشعر انا بطريقة ثانية بدك تساعدو بتشعر المريض انا الطبيب موقف لجنيو وعم يساعدي لاتجاوز الحالة اللي انا فيها يعني دور مساع للمريض برايي وبالتالي ممكن يقدر المريض اذا قرانتو جيدة ... رح يخلق سعادة لدى المريض لان الطبيب يد معونة براحتي وبتدلil المرض اللي انا عم عاني منو ...

1 هيك كل شي كان يسلمو ايديك عذبتك وشكرا جزيل لالك

2 يا اهلا وسهلا

مقابلة السيدة جهينة:

اهلا وسهلا فيكي انسة جهينة بس بدي اطلب منك شغلة اليوم انا رح اتعامل معك كباحث يعني رح اطلب منك سؤال وتجاوبيني من وجهة نظرك ماشي ماتخجلي مني ..

شو بنتشغلي اول شي ؟

كوافيرة نسائية

1 شو رايك بالشغل بعيادتي ؟

كثير مريح يعني انا بشكل عام اشتغلت وارتحت كثير يعني العيادة وشغلك كثير ريجني .

1 شو اكثر شي ريجك بالشغل ؟

2 دقيق بالمواعيد وشغلك نضيف وعيادتك كويسة كثير ونضيفه والنظافة اهم شي يعني بالنسبة الي انا لما بتكون العيادة نظيفة المريض رح يكون مرتاح . وانا كثير انبسطت وارتحت كثير بالشغل

1 احكي لي عن حاجاتك لما بتجي لعيادة الاسنان او لما بتجي لعند الدكتور شو الغاية ؟

2 انا اول شي اجيت ما انظر كثير كان منيح والغاية الاساسية انو اشتغل اسناني ... وانو تجميل الاسنان يطلعو حلوين

1 طيب ليش برايك لازم يكونو اسنانو الواحد حلوين ؟

انا بالنسبة الي بيهمني المنظر يعني اذا الواحد ابتسم تكون ابتسامتو حلوة اسنانو حلوين يعني مشتغل وتعبان ودافع مصاري لازم يكون ابتسامتو حلوة والجمال اهم شي بحياة الانسان والاسنان من منظر وجوه للواحد اذا اسنانو كانت سيئة او ما كانت حلوة راح كل منظره تقريبا .

1 طيب ليش بتحبي الواحد يطلع حلو بالمجتمع ؟

انا بشكل عام مثلا لاني كوافيرة بيهمني جمال الوجه ويكون الاسنان حلوين والعيون حلوين والمنظر حلو .. لما الواحد بيبتسم بيكون منظره جميل . لانو طبعاً بينبسط الواحد لما بيشف منظر حلو ..

شو برايك الدكتور لازم يعمل لحتى تحسي عندو انك مرتاحة ؟ يعني انتي فرضا عندك مشكلة باسنانك كيف بتحبي تتلبي حاجاتك وكيف بتحبي يكون التعامل الامثل مع الطبيب ؟؟

انا مشتغلة مع دكاترة منيح والصرافة بشكل عام انت اكثر دكتور ارتحتلو انت لانو لما بيحي الواحد جلسة جليستين ثلاثة غير لما بيروح لعند دكتور شي خمسين مرة ... اول شي عامل الوقت والسرعة احيانا الواحد بيحي انا مثلا اجيت تلت اربع جلسات خلصت وغير هيك الواحد فات عيادة لاقاها حلوة نظيفة ولاقي في تعامل حلو ولطيف وظريف من الطبيب ...

1 هالطيف والتعامل الحلو ليش مهم برايك ؟

2 وهو عم يشغلي لما بيكون الطبيب تعاملو حلو ولطيف بتخلي الواحد ينسى وجعو . ممكن الواحد عم يتالم وقت بيشف الواحد تعامل منيح بينسى وجعو وبيحس الطبيب قريب عليه .. انا كشخصية لما بشوف دكتور سواء دكتور اسنان او اي اختصاص تعاملو معي منيح صراحة بنسى وجعي .

1 طيب هوي مثلا لما اداقتي بالشغل بيوقف او بيعطيك بريك يريحك كل فترة ليش بتحسي هالشغلات مهمة ؟

مهمة طبعاً لانو الانسان بيحب هيك شي انو الدكتور يكون لطيف معو ولما المريض بياشرلو مثلا بيوقف شغل فيبرتاح يعني اما غير هيك لاظبعاً مو منيح .

1 هل برايك مثلا رحتي لعند طبيب ممكن توثقي فيه كشلو وامكانياتو ولكن كشخص شو اهمية انك توثقي فيه كشخص كمان ؟؟

طبعاً هي أهم شيء بالعلاقة مع الطبيب لأن المريض يرجع يجيب رفقاً ويجي مرة ثانية أكيد .

1 بالعيادة من خلال رداً فعلياً مثلاً لما اشتغلنا شو حسيتي بهالمجال ؟

2 من خلال شغلك حسيت بكل أريحية مثلاً ابرة بنج فوراً اخدت ... كطولة بال كثير عندك طولة بال وهي مهمة كثير .

1 حكيتي مهمة طولة البال ليش مهمة عند الطبيب ؟

لأنو مو كل الناس بتتحمل الوجع في ناس ما بتقدر تتحمل الوجع وبهالحالة طولة البال بتفيد وقت بيكون الواحد عندو طولة بال عالمريض المريض رح يرتاح نفسياً حتى لو عم يتالم .

1 بالنسبة للمواعيد والوقت المخصص لك بالعيادة هل كانت مناسبة وشو رأيك بتنظيم المواعيد عندي؟

2 كانت مناسبة هلق انا اجيت عرياحتي انو بعد ما خلصت شغلي وعملي وزبائني وهاد شي مهم .

1 ليش مهم هالشي برأيك ؟

لازم الواحد يحترم الوقت انو الانسان المريض ممكن عندو شغل او ما بيقدر يجي باوقات معينة

وشو رأيك بالنسبة لموضوع الوقت اللي خصصتو لك بالعيادة ؟

كان مناسب وكاف ومريح جداً بالنسبة الي وبعدين ما بنسى موقف لك مثلاً لما تاخرت انا فانت وصلنتني عالبيت تحت المطر هي شغلة كويسة كثير مو اي دكتور بيعملا ..

1 بالنسبة لسرعة العمل شو رأيك باهميتها ؟

السرعة مهمة لأنو في مواد بدا سرعة لتشتغل فيها ..

1 لاقصدي بالنسبة لك مو كموايد او طبعة او غيره و ؟

2 الواحد ماعندو وقت كافي ساعة او ساعتين لينظر او ما الى ذلك .. يعني بيوفر وقت

1 لو كان في شوية زحمة بالعيادة شو رأيك بتصرفي انا ؟

عادي انظري دورك وعالدور ..

1 قصدي اذا انتي عم تشتغلي واجاني مريض او صار زحمة ؟

هيك ما بعرف يعني لازم تتسرع شوي . او عادي .

1 شو مواصفات غرفة الانتظار المثالية برأيك ؟

مرتبة فيا تدفئة بالشتوية مثلاً واضائتها منيحة ومريحة لونا ابيض حلو فيا كم وردة بيريوحو البال لأنو الورد كثير بيريوح الاعصاب .

1 قلتي لازم يكون فيا ورود ليش مهم يكون فيها ورود ؟

2 لأنو الواحد لما ببشوف هيك مناظر او مجلات عم يقرا فيهن العالم بينسى حالو وبيروق ماعاد كثير يهمو اذا حدا قدامو او بعدو .

1 شو المواصفات الحلو اللي شفتيها للعيادة برأيك ؟

اول شي كل شي منظم فيها مثلاً وبالنسبة للالوان اللون الابيض مريح جداً وانا بتفانل باللون الابيض كثير بدرجة مو طبيعية .

1 بالنسبة لهندام الطبيب شو رأيك بالهندام اللي كنت البسو انا ؟

طبعاً كان الهندام كثير انيق .. انت كاناقة اناقتك كثير حلوة لابس مريول حلو مكوي نظيف وهالشي مهم كثير .

1 ليش هالشي مهم يعني للمريض ؟

2 لانو هوي طبيب يعني لازم يكون هندامو نظيف وحتى اللي بيشفو يحس انو جاي لعند طبيب محترم وشاطر .. الواحد بيبين عنو من عيادته من لبسو وبيعكس شوي من شخصيته مثلا انا كوافيرة لما بيشفوني بيقلو مثلا بيبين عليك انك كوافيرة بتهتم كثير بجمالك ...

1 بالنسبة لموضوع النظافة شو اهميتها ؟

النظافة اهم شي بعيادة الطبيب وبالتالي اي انسان بيغوت لعيادة الطبيب ويشوفا نظيفة رح يحترم الطبيب وينبسط بغض النظر عن الشغل .. رح يرجع يجي ويتعامل معو .

1 شو اهمية الاجهزة الجديدة بالعيادة ؟

2 لازم الواحد يكون مع التقدم لانو كل فترة عم يطلع شي جديد والواحد لازم يواكب الحضارة .. لانو بيطلع شغل حلو وكوسي الطبيب مثلا عندك جديدة وبيشفو الاجهزة جديدة متطورة بيكون بيعكس اهتمام الطبيب وبيريح المريض .

1 شو رايبك بالوقت المخصص لك بالعيادة ؟

3 لما الواحد بيشتغل مثلا فترة طويلة بيتعب بدو يرتاح كمريض .. لما الطبيب بيريوح وبيعطيه حقو بالراحة بينبسط وكان الشغل مريح والمي نظيفة وبيأخذ نفس المريض كل فترة عندك وهالشي بيخفف من الالم وبيريح المريض ..

1 شو واجبات الطبيب تجاه المريض برايبك ؟

2 اول شي لازم تخبرو بكل شي لانو في بعض الناس حالتهم المادية سيئة جدا فما بتقدر عاللاج ممكن تغير رأيها ولازم تنصحو وبصراحة لان الصراحة اهم شي كمان والمريض لازم يصبر ويتجاوب مع الطبيب .

1 شو رايبك بموضوع الشرح لكل خطوة علاج يعني لما بقلك انو الجلسة الجاي لازم نعمل كذا وكذا شو اهميتهم ؟

ضروري كثير هالشي لانو هيك المريض بيصبر عندو بقة بالطبيب لانو عم يشرحو والثقة مهمة بين الطبيب والمريض لانو المريض بيضل عصورة والا بجوز يغير رأيو بعد فترة ممكن يقول انو انا ماقلي الطبيب هيك رح يصير . او ممكن يتفاجئ انو مثلا انا ماكان بدني هيك .

1 شو رايبك بتواجدي بالعيادة ؟

مامنقدر نحكم عليك يمكن وقتك مو بايدك .. بتتواجد تلت ايام مو كافي كثير .

1 شو رايبك بالكلفة ؟

عادي .. هلق انا اول ما اجيت قلت غالي شوي بعدين قلت يالله هي الاسعار عموما . وبالنسبة للكلفة ما لازم يكون مظلوم الطبيب ولا المريض لانو المريض بجوز حالته المادية مو منيحة والطبيب لما بدو يجيب مواد كمان في تكلفة عليه يعني من الطرفين لازم يكون في توسط . وعندك حسيت الكلفة عادية .

1 شو رايبك بالعيادة وغرفة الانتظار ؟

عيادتك انت بشكل عام مثالية مثلا غرفة الانتظار ناعمة حلوة ..

1 غرفة الانتظار لازم تكون ناعمة وحلوة ؟

انو مو كبيرة منيحة

والعيادة اطلالتها عندك بين هالشجر حلوة ومريحة كيف ما اطع المريض بيشفو الشجر من كل الجهات وهالشي بيريح المريض ونظيفة كمان بتريح وتخلي المريض يترفه .

1 بالنسبة لموضوع السرية بالتعامل معي بالعيادة شو رايبك كان فيه ؟

كان التعامل مريح جدا انت اخدت رقم موبايلي وانا اخدت كرتك واتصلت فيني كذا مرة لتخبرني عن الشغل وانا احجز مواعيد فتعاملك بسرية وضمن هالخصوصية مثلا كان بيرحني وبيسدني انا بالنسبة الي مثلا ما بحب حدا يشوف اسناني او الصور ..

1 ليش برايبك ضروري هالشي ؟

في ناس هيك بتحب السرية مابتحب الخصويات تنشر .

1 لما بتجي عالعيادة شو بتتوقعي من الطبيب ؟

انا عندي فكرة بسيطة لانو مشتغلة اسناني قبل يعني مثلا بعرف انو كل شي غالي وانو الواحد بحاجة اكثر من جلسة والحمد لله طلعت ماهر بشغلك وهالشى كويس كثير الحمد لله .

1 لما اجيتي لعندك قلناك رح نشغل كذا خطوة وبعدين رح نحصل عالنتيجة الفلانية .. هل انا قدرت وصلك لهالنتيجة ؟ هل اللي كنتي متوقعتيه حقتو انا ؟

اي طبعا انا مثلا شفت اسناني وتعبانة عليهن وكثير عجبتني النتيجة و لما الواحد بيشتغل مثلا ما بيهمو التكلفة بيهمو يشتغل شي كويس وابدوي مو كل يومين ثلاثة عند طبيب . انا عاملة تجارب كثير سينة صراحة وما زبطو وكلو يطلع شي مايل شي اصفر شي يتكسر الخزف ... اهم شي الدكتور يكون شاطر ويحط مواد كويسة لما بتكون المواد كمان جيدة رح تعطي شغل حلو وبتريح المريض مهمة جودة المواد لانو رح تجنب المريض المشاكل والمواد عالية الجودة رح تسعد وللمريض بغض النظر شو ماكانت التكلفة عالية .. بينما لما كنت اتعالج وادفع تكلفة عادية او قليلة ويرجع ينكس الشغل كنت اتدابق وانزعج .

1 شو رايك لازم يكون تعامل الطبيب مع المريض وخصائص الطبيب من احترام ولطف ؟

انا لمست اللطف والاحترام والدقة بالعيادة وهالشى مهم كثير بالنسبة الي .

1 ليش مهم كثير يعني ؟

انا اي دكتور ممكن فوت لعندو ويكش فيني ما رح اقدر كمل معو .. لانو هالشى بيزعجني لاني انسانة مثلا انا فتت ما سمعت كلمة تفضلي او ابتساما او اهلا وسهلا رح انزعج طبعا ولازم الدكتور يكون عندو احترام ولطف .

1 بفترة تعاملنا شو كانت تعنيك زيارة طبيب الاسنان ؟

كان يخطر ببالي اني اجي مثلا بدي اشتغل وارتاح من الوجة شي طبيعي لما بيكون في الم اسنان صعب لدرجة كبيرة ممكن الواحد يضرب الحائط من الالم .

1 انا بدي اتشكرك ويسلمو ايديكي وعذبتك واخذت من وقتك شكرا جزيل الك

تسلم شرفت اهلا وسهلا

مقابلة السيدة هالا:

1 أهلا وسهلا فيكي مدام هالة

بس بدي منك شوبتشتغلي ؟

2 مدرسة ... أنسة مدرسة

1 اليوم عنا كم سوال بدي منك انتي اول شي ماتخجلي مني بنوب واسئلة هيك تعبري عن احساسك بشكل كامل ... ماتخجلي اذا المعالجة غالبية قليلة حسينا غالبية او في اي مشكلة بالعيادة حسيتيها ... يعني انا عم ببحث لحتى زيد من جودة الشغل هون وزيد من رضا المرضى فاهلا وسهلا فيكي ...

2 اهلا فيك

1 بدي اسالك اول شي شو كان رايك بالتعامل هون بالعيادة ؟ يعني شو بتوصفي التعامل اللي كان بيناتنا ؟

الدكتور كان كثير محترم وشغلك كثير كويس بالعكس كثير راقى ...

اي بس الشغل اللي بيناتنا كيف بتوصفيه ؟؟ دقيق؟ لطيف ؟ كل واحد حس بشي مثلا سريع رخيص غالي ... شو اكثر شي لفت نظرك بالتعامل بيناتنا ؟

2 اول شي انو الشغل كان دقيق وصحيح هي اهم نقطة ... غالي عند بعض العالم يمكن مافيا تدفع هالتكلفة بس انا بحب انو جودة الشغل .. وبالنسبة الي انا كموظفة غالي بالنسبة للشغل هون بس في عالم بيهما يكون الشغل كويس ..

1 قلتيلي التعامل بالعيادة كان دقيق وصحيح وهاد اهم شي ليش اهم شي ؟

انا بالنسبة الي مايبهم السعر اهم شي يكون الشغل دقيق والتعامل يكون كثير مؤثر ... انا شفت كيف كان عندي مشكلة باضراسي ...

1 صحيح وجيد انك عندك خبرة ومتعاملة مع طبيبين او ثلاثة قبلي .. فبرأيك هالتعامل هاد او فرضا هالفرق بالتعامل هاد ليش مهم كثير عند المريض ؟

2 باي مجال بالحياة النفسية هي اهم شي وبيقولو انو الامان هو نصف العلاج ... وقت بدني روح لعند دكتور وخابفة انا ... كذا مرة مو شرط بس دكتور اسنان وقت بفوت ممكن هالطبيب ينزع عجب طيب انا جاي لاتعالج شو بدني .. او ليش لفكر مثلا ما اعمل هالحركة ... بالعكس انا شفت تعاملك من اول ضررس قلعتو يعني شفت كانت اول زيارة لعندك قديش تعذبت وانت عادي ... وانا هههه عيط وهيك فكروا انو عاملة شي عملية وهادا اللي دفعني اني ارجع لعندك مرة ثانية بصراحة اللطافة وطولة البال كانت نفسيتك مريحة ماعصبت وانزعجت وهيك ...

1 هيدا الامان اللي حكيته نحنا منسميه الثقة فلما بيكون الثقة بين الطبيب والمريض ممكن اذا صار مشكلة صغيرة تنحل ويكمل المريض .. في عالم اذا وجعا شوي بجوز ما عاد تجي اما اذا بتحب الطبيب رح ترجع ولكن شو كان الغاية الاساسية من الزيارة لما اجيتي عالعيادة ؟

2 الغاية الاساسية يخف الوجع وتسكين الالم مو التجميل بالدرجة الاولى

1 طيب برايك تلبت الحاجة عندك ؟

2 اكيد

1 طيب شو الشروط المثالية اللي انتي بتحسيتها لما الواحد يجي لعند دكتور الاسنان ؟؟ انتي قلتيلي دقيق او لطيف فشو الشروط المثالية اللي بتحسيتها بالموضوع سواء بشخص الدكتور او بعيادته ؟

اهم شي بالنسبة للعيادة النظافة انو تكون مرتبة ما تكون الغراض كلها مع بعضها انو يكون في ترتيب اما بالنسبة للشغل انو يكون دقيق وناجح انا لاحظت من خلال شغلي ... بالنسبة لطبيب كمان كمظهر عام انو يكون نظيف ويبين انو انيق .

2 حكيته انو النظافة اهم شي بالعيادة .. ليش برايك اهم شي ؟

2النظافة اهم شي يعني بالحياة بشكل عام مو بس بعيادة طبيب الاسنان لما بتشوف كل شي مرتب كل شي نظيف انت بترتاح نفسيا وبيكون سعيد ... انا لاحظت من خلال تجاربي السابقة يعني الواحد بيوصل لاراء من خلال تجاربي السابقة وقت اللي انت بتعمل نتيجة اداة ملوثة صار في ورم او مشكلة انت بتخاف لحالك هون وكمان الواحد بيهمو شغلو ...

1 قلتيلي الثقة بين الطبيب والمريض مهمة كثير وسميتها الامان نص المعالجة ... هل ممكن الثقة تاتر عالشغل وعالعالج وليش ؟

2 يعني لو طبيبين نفس المستوى من الجودة اكيد رح يفرق الشغل لو واحد لطيف وبيثق فيه المريض واكيد رح ينعكس نفسية المريض وخصوصا بهاد المجال هههه ... انا شفت كيف كانت حالتني انا محرد انو بحكي بدني اطلع لعند دكتور الاسنان بتوتر فاذا عنجد ماني رايحة لعند دكتور نفسيته مريحة مافياي ...

1 بالنسبة لموضوع الردود والاستجابات بيني وبينك ... يعني انا لما انتي كنتي تتوجعي مثلا شو كنت اتصرف لما كنتي تقولي بدني وقت شو كنت اتصرف ... شو رايك باستجاباتي انا مع موقفك انتي ؟

2 طبعا انا حالة خاصة كنت خاف كثير هههههه بالنسبة الي اسلوبك كان لطيف وكانني طفل صغير وانا كنت خاف اني زيدها وتطلع منك ردة فعل انو تانية .. وانت اعطيتني وقتي وخصوصا هديك المرة انت بتتذكر انو انا بمجرد ما طول شوي بضيق معي التنفس وكنت طويل البال وعالكرسي كنت سريع وهيك لازم لانو انت وقتك اول شي وتانيا نحنا مو كل الوقت فاضيين احيانا الانسان بيكون عنده ... واهم شي بدني احكي فيها المواعيد انو خلص بتجي هالوقت خلص هالوقت كثير مهمة ...

1 حكيته انو المواعيد ودقة المواعيد مهمة ليش مهمة برايك ؟

انا عن تجارب سابقة مثلا نطلع الساعة ثلاثة نرجع عالبيت مثلا خمسة او ستة تلت ساعات وانتي تنتظر دورك طيب ليش ؟
... بالعكس انت هون مثلا كثير منظمها انو بتجي مثلا الساعة خمسة خلص خمسة مافي مريض ثاني يتقاطع معي وبالمره الماضية
اذا بتتذكر لما اجيت مع مريضة ثانية ماكنت اخده موعدي اعترضت وهاد كثير اسلوب انا بيهمني ويبسعدني .. هيك اريح ونحن
كنا ننزعج انو الضرس ممكن ياخذ خمس ست جلسات وخلص انا تلبكت اليوم انو خلص بدي اطلع وبدي انظر ويمكن يضيع وقتي
بالانتظار

1 بالنسبة لسرعة تلبية المعالجات او الخدمة يعني مثلا بعض المعالجات بتخلص بجلسه او اذا جسر خرف مثلا بياخد اسبوع او
اكثر هيك شي شو بالنسبة لك اهمية السرعة وكيف شفيتها ؟

انا بالنسبة للحشوات اتفاجئت بالسرعة انو فكرت انو كل سن بياخذ جليتين ثلاثه ولكن بجلسه خلصتو وهاد الشي احسنلي مع
الجوده طبعاً ... ونحن هلق بعصرنا انو الواحد انو يستثمر وقتو وعصر السرعة وانو اي دقيقه الواحد بحاجه الها واي شغل
ثانية مو اجبارية مثلا بالبيت بشغلك باهلك ... والسرعة مهمه بس مو لازم تكون عحساب الجوده وهايك كويس يمكن يكون من
ضيق بعيدة او منطقه بعيدة مافيه بطول وبالتالي بتوفر وقت وجهد .

1 شو مواصفات غرفه الانتظار المثاليه برايك ؟

اول شي تكون مضويه ومهويه ماتكون ضيقه شرحة شوي والواحد يكون مرتاح فيها ومايحس حالو قاعد ولونا ابيض او فاتحه اكيد
...

1 بالنسبة للعياده من ناحية الاجهزة او المواد او الكرسي شو رايك ؟

بيسطني انو تكون الادوات موجوده ونظيفة والاجهزة مهم تكون حديثه ولكن الدكتور افهم هلق انا قد ما اعرف ما رح اعرف ادواتك
اكثر منك ... وعفكره بيبين من الشغل والكرسي مهم تكون مريحه عالرقبه ...

1 بالنسبة لهندام الطبيب شو بتحبي او شو لازم يكون لابس الطبيب ؟

عادي المهم بس انو اكيد مو بجامة او هيك شي لازم يكون رسمي يكون ... المريول والكمامة مهمين كثير والكفوف كمان

1 قلتي الكمامة مهمه ليش مهم يكون الطبيب لابسها ؟

مهمه بالنسبة للطبيب اولا رائحة الفم مانها مريحه وهوي شغلو قريب ممكن ينزعج من رائحة الفم ويمكن في عالم تنزعج انو نفسين
بيتقاربو فيتدايق ... والكفوف ضرورية لانو بتمنع انتقال المرض وبالنسبة للطبيب ليحمي حالو شوي مثلا من الكلور او المواد ...
وصحة المريض كمان بشكل عام

1 شو اهمية الاجهزة الجديده بالعياده ؟

مهم تكون الاجهزة حديثه لانو باي مجال بتوفر الاجهزة الحديثه الجهد والوقت والتعب ... وكمان بتزيد جوده الشغل

1 كيف بتكون العناية فيكي على اتم وجه وانتي عكرسي الاسنان؟؟؟ يعني مثلا شو بتحبي امور لما بتكوني عالكرسي؟؟

اول شي يكون الطبيب هادي وتاني شي يكون لطيف ما يضغط عالمرريض ويعطي المريض وقت ليغسل ليشرب ...

1 شو واجبات الطبيب تجاه المريض بشكل عام ؟ شو بتحسي انو الطبيب لازم يقدم للمريض لما بيزورو ؟

اول شي الاستقبال الجيد انو الواحد انسان مثلا في مثل بيقولوه انو لاقيلي ولا تطعميني وهاد كمان بمجال الطب هههههه ...

انا لما بدي فوت لعند اي حدا ولاقي ابتسامتو عوجهو رح انبسط وكانو عاطيني مليون ليرة انا مثلا لما بلاقي ابتسامه بحس انو الطبيب
مبسوط فيني .. اما وقت بدي اجي وهي صارت معي بمجال غير طبيب الاسنان يعني انو روح لعندو يكون مزعوج وبالتالي انا رح
قول اقل كلمة شو عم اتعالج عندو ببلاش؟؟

مثلا انا مهنتي انا بدي انسى كل خلافاتي بالبيت مثلا انا لما بفوت عالطلاب وعابسه اكيد رح يكرهو المهنة ورح يكرهو يجو
عالمدرسه ويمكن يكرهو الانسه ... وانت كمان نفس الشي انا لما بدي اجي لاقيك عابس مافي استقبال اكيد رح بطل اجي .

ويكون الطبيب يقوم بشغلو باكمل وجه ويقدم جوده عاليه واذا اخطأ مثلا يعترف بخطئه مو انا يالله خطنت عادي ...

1 شو رايك بتقديم كل المعلومات للمريض فيما يخص مرضو ؟ مثلا لو عملتلك مشكلة او اي شي بيتعلق بالعلاج او مثلا المرة الماضية لما سحبتك عصب السن بعرف بدو يوجعك يومين ثلاثة شو برايك بهالموضوع وبتقديم هيك معلومات للمريض ؟

بالنسبة لالي لازم يكون مصداقي بالكامل لانو انا مثلا لما بروح عالييت وبعيني ضرسي اذا ما كان الدكتور مخبرني مثلا انو لازم يكون في خطأ معناتو مو صاحب العصب او فيه مشكلة او كذا بينما وقت اللي ببقي ممكن يزججك فهون انا بتطمئن انو الشغل صحيح وهاد الشي طبيعي و هيك بوثق انا بالطبيب يعني مثلا لو ماخبرني ممكن انا اخذ دوا عالالم مثلا ونخاف انو من هالدوا كمان بلكي مالازم ناخذو او بيعمل شي غلط او في مشكلة تانية

1 لما بتقدي عالكرسي شو اهمية انو الطبيب يشرحلك كل شي بيتعلق بحالتك ؟ يعني مثلا انا قلتلك انو هالسن لازم نسحب عصبو وبعدين نحشبه وبعدين نقلع اللي وراه وبعدين ناخذ طبيعتونعمل جسر خزف هالمعلومات ليش هامة برايك ؟

الطبيب برايي لازم يشرح ويستجيب لاسئلة المريض .. لانو بعض الاسئلة بيفكرها الطبيب انو عادي ليش هالسؤال بس بالنسبة للمريض بتعنيو ... وخصوصا اذا اول تجربة ومو كل الطبقات مثل بعضها وبعدين انا مثلا ممكن لما تقلي بدني اعمل هيك و هيك ممكن انا ما كنت بدني اعمل هالشغلة اذا ما فيها خطر عليي .. مثلا قلتلك انا هادا السن مارح اعملو وبالتالي وقت اللي بتقلي اذا في خطر اي رح اعملو والا لا ... يعني ممكن تاتر عقراي بالمعالجة وبالتالي باخذ قرار نظامي مثل لما منشرح لاي حدا اذا درست بتنجح واذا ما درست ما بتنجح ههههه .

1 بالنسبة للمواعيد شو الافضل من ناحية التوقيت ؟

حسب كل واحد ووقته

1 انتي بالنسبة لالك شو ؟

انا بالنسبة لالي المواعيد المسائية بتريحني بيكون الواحد ارتاح وفاق و هيك ...

1 بالنسبة لمدى تواجدي هون بالعيادة شو رايك بتواجدي هون بالعيادة ؟

ببالنسبة لوقتك وشغلك ودوامك اهم شي انو ما بتقطع المريض لما بيتوجع . وتواجدك هون عادي بعتمد كل المرضى عم تاخذ وقتها تمام ..

1 بالنسبة لموضوع الكلفة شو حسيتي بموضوع الكلفة اللي اخدتها منك انا عالمعالجات ؟

هلق هي عالية نوعا ما ... بس ما الك دخل انت فيه ... لانو الناس بتعرف انت هون الوضع المعيشي صعب شوي وبالنهاية انا بالنسبة الي الجودة اهم شي انو يكون الشغل وعندي تجارب مثلا انا اخسر تلييسة من اسناني وبتعرف هلق الضرس التلييسة هي السن اللي قلعتو كانت تلييسة بالتالي انا بيهمني الشغل الصحيح شو ما كانت التكلفة .

1 انا بتعرفي ممكن تجي لعندي صبية او شب اخذ ارقامهن وصورهن مثلا قبل وبعد اذا اشتغلت شي تجميلي او صورة بانوراما او اي معلومات للمريض عندي ... شو رايك بسرية التعامل واهميتها ؟

ضروري كتير السرية لانو في ناس ما بتحب تعرف انو المجتمع شو عم اشتغل انا وهي السرية مهمة باي مهنة كمان هيك برايي

1 شو المشاكل اللي بتتخلي او بتتوقعي تتحل لما بتطلي من العيادة ؟

اول شي تسكين الالم وبيهمني شكل الاسنان يضل محافظ وحو شوي انا عجيني كتير الشغل هون والضرس انو مارح يروح منو كتير بعض الناس ما بيعرفو اني اشتغلتو ... ومثلا كمان الصحة بشكل عام والقدرة عالمضغ انو بيرتاح المريض بالاكل والشرب .

1 لما اجيتي لعندي كان في كذا مشكلة باسنانك وخبرتك انو رح نعمل هيك ورح يصير هيك ... هل وصلتلك للنتيجة اللي كنتي بتتوقعيها ؟

نعم وبعد الوجع اللي راح وحلينا المشاكل الحمد لله

1 شو اللي عزز الثقة بيني وبينك من خلال التعامل ؟

الشغل النظامي والناجح واللطافة و الشرح للخطوات بيفيد كتير والمصداقية بالشغل والقول والفعل انو ماتقلي شي و يصير شي ثاني الوعود اللي كنت تقولها كنت توفي فيها الحمد لله

1 الاجهزة الحديثة او القديمة او منظر العيادة او البيئة المادية كيف بتاثر عنفسية المريض برانيك ؟

اقرب شي بحواسنا هوي حاسة النظر فاذا كانت العين مرتاحة بكل شي حوالها اكيدها رح تنعكس لجوا النفسية وكمان السمع .. انا مثلا لما بدني فوت بدني لاقيةا مرتبة نظيفة الاجهزة حلوة وحديثة ومكان الكرسي كمان مقابل الشباك مثلا ممكن الواحد عالشغل يتوتر يعرق في شجرات مقابلو وهي الشغلات كثير مهمة احسن ما تروح عمكان مثلا مغلق مافيه تهوية وهالشني كثير بيتاثر نفسيا انت لحالك اذا الواحد مثلا بيتو وكلشي مضوي وحواليه كم شجرة بيرتاح نفسيا ..

انا هلق مثلا تجربتي بالمدرسة انو صفي مثلا صاير عاتم بحبس الطلاب متغيرة نفسيتن ووقت اللي باخدن عصف تاني مضوي ومهوي بحس وجهن تغير وانبسوطو وبالعيادة اكيدها في ضغط اكثر . لما بتكون العيادة مهوية مضوية شرحة بتضل النفسية مرتاحة وخصوصا في عالم عنجد كثير بتتوتر لانو مجرد طبيب ... اي طبيب ممكن العالم تخاف وماتروح لعندو غير لما بيكون الوجع صار كثير وانا لما بدني روح لاقيةا مكان هيك ونفسية مزعجة وكلو مخربط فوق بعضو انا بدني ادايق .

1 شكرا كثير ويسلمو ايديكي عذبتك

2 اهلا وسهلا وانشالله هيك بتتوقف

1 الله يسلمك

Summary:

Student: Eid Mhmd Shahlla

Address: Tartous_ Alrraqmeh

SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY Year: 2019

Tutor: D Mhmd Alkhoder

This study aims to identify factors that affect patient satisfaction in dental clinic in Tartous city.

Population of this study consist of all the patients of the dental clinic in Tartous city.

121 questionnaire were collected from convenience sample of patients and researcher used different statistical analysis by SPSS like simple linear regression, correlation and one way anova. The findings of the study confirm that reliability, tangibility, assurance, empathy, responsiveness and perceived value positively affect patient satisfaction.

The study suggest some of solutions and suggestions like right explanation to the patient and telling him the possible solutions to emphasize its equality with his

expectations .The assurance of the security of the patients information's and privacy with the hard work to open connections with patients to reach more responsiveness and more speed reactions from the service provider. In addition to pay attention to the clinic modern and attractive, look with new technics.

Key words: patient satisfaction, service quality, perceived value, reliability, tangibility, assurance, empathy, responsiveness.