



محاضرة رقم 6

1

..... .Lecture No

الجانب النظري

Theoretical

تدريسي المادة : ضمان الجودة

اسم المادة و الكورس

اسم المحاضرة ورقمها: الاطار النظري للجودة

Sawa University

College of health and medical techniques

Department of Health Administration

Stage

جامعة ساوا الاهلية

كلية التقنيات الصحية والطبية

قسم تقنيات الإدارة الصحية

المرحلة الرابعة

(الخدمات الصحية)

المطلب الأول : مفهوم الخدمة الصحية وخصائصها

الخدمات الصحية هي أحد أهم أنواع الخدمات الأساسية التي يحتاجها أي مجتمع، والتي لا يمكن الاستغناء عنها، فهي تتميز بالعديد من الخصائص تجعلها تتقدم سلم الحاجات والأولويات في حياة الإنسان، وقد خصص هذا المطلب لتوضيح مفهومها وخصائصها من خلال الآتي :

أولاً : تعريف الخدمة : تعدد وجهات النظر حول تعريف الخدمة باختلاف الكتاب، ومن التعريفات التي يمكن تقديمها في هذا الشأن ما يلي :

- الخدمة "هي نشاط غير ملموس لفعل معين بهدف تحقيق رضا الزبائن"¹. يشرط هذا الاتجاه بأن الخدمة لا تتحقق إلا بتحقق حالة الرضا لدى الزبائن.
- كما عرفت الخدمة بأنها "أي فعل أو أداء يمكن أن يحققه طرف ما إلى طرف آخر، ويكون جوهه غير ملموس، ولا ينبع عنه أي تملك وأن إنتاجه قد يكون مرتبطاً بإنتاج مادي أو قد لا يكون"². جاء هذا التعريف ليعطي تصور أدق عن الخدمة، إلا أنه لم يعطي تصوراً كاملاً عن الخدمات، فقد تجاهل بعضين هامين في الخدمة هما : إشارة حاجة المستهلك (تحقق المنفعة) وتحقيق رضاه.
- تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمات على أنها "الأنشطة والمنافع التي يحققها البائع للمشتري من خلال الأشياء المقدمة له أو المرتبطة مع البضاعة المباعة وبما يحقق له رضاه"³. يشير هذا التعريف بشكل واضح إلى التفاعل بين المشتري والبائع للحصول على الخدمة شريطة تحقيقها للرضا والمنفعة للمشتري، وبؤخذ على هذا التعريف بأنه يقتصر على الخدمات المرتبطة بعمليات البيع فقط، ويتجاهل الأنواع الأخرى من الخدمات التي لا يكون أساسها تجاري كالخدمات الحكومية مثلاً.

(خصائص الخدمات الصحية)

- "الخدمة هي أداء مرتبط بتبادل المنافع بين طرفين، ويتميز هذا الأداء أساساً بفناه السريع، عدم ملموسيته وعدم إمكانية نقله، وكذا تزامن إنتاجه واستهلاكه في نفس الوقت"¹. يؤخذ على هذا التعريف بأنه تجاهل بعد تحقيق رضا المستهلك.

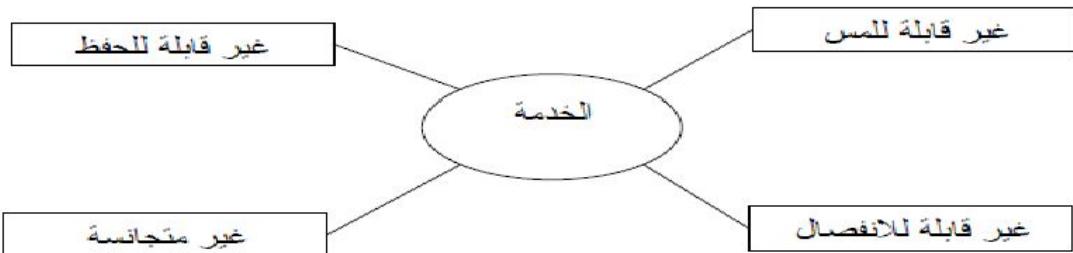
من خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف الخدمة بأنها أي فعل أو نشاط يحقق المنفعة للأخرين ويستهدف الحصول على رضاهما، و تتميز هذه المنفعة بأنها غير ملموسة ولا يمكن تملكها أو نقلها، كما أنها تتاح وتستهلك في نفس الوقت، وقد يرتبط إنتاجها بمنتج مادي أو لا يرتبط. بهذا التعريف حددت الخدمة بشكل أدق من خلال الإحاطة بخصائصها وهدفها الأساسي.

ثانياً : **خصائص الخدمة :** تتمتع الخدمة بأربع خصائص رئيسية هي²:

1. **اللاملموسية :** فالخدمة لا يمكن رؤيتها، أو تذوقها أو الإحساس بها، قبل شرائها.
2. **عدم قابلتها للتجزئة (القلازم) :** أي لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها سواء كان المقدم شخصاً أو آلة.
3. **التبابن :** تعتمد نوعية الخدمة على من يقدمها، وكذلك على الوقت والمكان والكيفية التي تقدم بها، فالخدمة تتغير حسب ظروف تقديمها.
4. **سرعة التلف (الهلاك) :** فالخدمة لا يمكن تخزينها أو بيعها أو استخدامها لاحقاً.

يمكن توضيح الخصائص الأربع الرئيسية للخدمة في الشكل رقم (1-2) التالي.

شكل رقم (1-2) خصائص الخدمة الرئيسية



المصدر: الصحن محمد فريد و طارق طه احمد، إدارة التسويق في بيئة العولمة والانترنت، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2007م، ص 423.

ونظراً لكون الخدمة غير ملموسة من جهة، وغير قابلة للتخزين من جهة ثانية، وتستهلك في وقت إنتاجها، إذا فهي غير قابلة للتملك.

QUIZ

الفرق بين السلعة والخدمة من حيث التميز ومن حيث الجودة وايهما اصعب ؟

Any questions?

*Thank
You*