



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

بسم الله الرحمن الرحيم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



# شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

# جامعة عين شمس

## التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

### قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها  
على هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيداً عن الغبار



**MONA MAGHRABY**



قسم إدارة الأعمال

**العلاقة بين التسويق الداخلي وأبعاد جودة الخدمة الصحية  
دراسة تطبيقية على مستشفيات التأمين الصحي  
الشامل بمحافظة بور سعيد**

The Relationship between the Internal Marketing and Dimensions of  
HealthCare Service Quality - An Applied Study on Hospitals with  
Comprehensive Health Insurance in Port-said

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

مقدم من الباحثة

**سارة السيد محمد العوف**

معيد بقسم إدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة بور سعيد

إشراف /

الدكتور /

**حنان حسين أحمد**

مدرس بقسم إدارة الأعمال  
كلية التجارة - جامعة عين شمس

الأستاذ الدكتور /

**عائشة مصطفى المنياوى**

أستاذ التسويق بقسم إدارة الأعمال  
كلية التجارة - جامعة عين شمس

2021



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

**العلاقة بين التسويق الداخلي وأبعاد جودة الخدمة الصحية  
دراسة تطبيقية على مستشفيات التأمين الصحي  
الشامل بمحافظة بور سعيد**

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

مقدم من الباحثة  
**سارة السيد محمد العوف**  
معيد بقسم إدارة الأعمال  
كلية التجارة – جامعة بور سعيد

إشراف /  
الأستاذ الدكتور /  
**عائشة مصطفى المنياوى**  
الدكتور /  
**حنان حسين أحمد**

أستاذ التسويق بقسم إدارة الأعمال  
كلية التجارة - جامعة عين شمس

2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(رَبِّ أَوْزِغْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي  
أَنْعَمْتَ عَلَى وَعَلَى وَالْدَّيْ وَأَنْ أَعْمَلَ  
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَذْخِلَنِي بِرَحْمَتِكَ فِي  
عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ (19) )

صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَاٰلِهٖ وَسَلَّمَ

{سورة النمل الآية 19}



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

رسالة ماجستير

اسم الباحث: سارة السيد محمد العوف

عنوان الرسالة : العلاقة بين التسويق الداخلي وأبعاد جودة الخدمة الصحية  
دراسة تطبيقية على مستشفى التأمين الصحي الشامل بمحافظة بور سعيد

الدرجة العلمية : ماجستير في إدارة الأعمال

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

مشرفاً ورئيساً

• أ/د/ عائشة مصطفى المنياوي

أستاذ التسويق بكلية التجارة – جامعة عين شمس

عضوًأ

• أ/د/ شرين حامد أبو وردة

أستاذ التسويق وعميد كلية التجارة - جامعة كفر الشيخ

عضوًأ

• د/ عزة عبد القادر البورصلي

أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية التجارة – جامعة عين شمس

الدراسات العليا

أجازت الرسالة بتاريخ

تارikh المناقشة :

2021/...../.....

2021/8/25

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية

2021/...../.....

2021/...../.....

ختم الإجازة



كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال

اسم الباحثة : سارة السيد محمد العوف

المؤهل : بكالوريوس إدارة الأعمال كلية التجارة – جامعة بور سعيد

التقدير العام : إمتياز مع مرتبة الشرف

سنة المنح : 2015 م

تمهيدى ماجستير : إدارة الأعمال بكلية التجارة – جامعة عين شمس

الدرجة العلمية : ماجستير فى إدارة الأعمال

القسم التابع له : إدارة الأعمال

اسم الكلية : التجارة

الجامعة : عين شمس

سنة المنح للماجستير : 2021 م

# إهْدَاءُ

إلى أبي الغالى

هو قدوتى ومثلى الأعلى فى الطموح والالتزام  
هو السنن والدعم اللامحدود طوال مسيرة حياتى  
حفظه الله وأطوال وببارك فى عمره

إلى أمى الغالية

رمز التضحية اللامتناهى والدعم والتشجيع  
وهي النور الذى أضاء ويبقى حياتى  
أدعوا الله أن يحفظها ويبارك لى فيها

إلى زوجى العزيز

هو رمز الوفاء والدعم  
رفيق دربى وشريكى فى هموم البحث  
هو جنتى فى الدنيا والآخرة إن شاء الله

إلى اخوتى

رموز المحبة والعون

إلى ابنتى سجى

بسمتى فى هذه الحياة

إلى م.م / سماح عاطف

صديقتنى المحبة المخلصة

وإلى كل من ساعدى وشجعنى وآزرنى ودعا لى دعوة نجاح

أسأل الله أن يجزى الجميع عنى خير الجزاء

الباحثة ،

## شكر وتقدير

الحمد لله الذى بنعمته تتم الصالحات وإليه يرجع الأمر كله، والحمد لله حمدًا كثیراً طاهراً طيباً مباركاً فيه كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم سلطانه، و الصلاة و السلام على خير خلق الله سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم و على آله و صحبه أجمعين.

أتقدم بخالص الشكر و عظيم الامتنان والتقدير والعرفان بالجميل إلى **أستاذى الفاضلة الأستاذة الدكتورة/ عائشة مصطفى المنياوي** أستاذ التسويق بكلية التجارة جامعة عين شمس ووكيل الكلية الأساسية والمشرفة على البحث، لما قدمته من دعم ومساندة عند تسجيل هذا البحث وعلى ما بذلته من جهد في القراءة وإبداء الملاحظات السديدة والنصائح القيمة الغالية طوال فترة البحث، والتي كان لها عظيم الأثر في إتمامه، فكانت نعم الوالدة والمعلمة، ولن أستطيع أن أفي حقها في الحب والتقدير والاحترام على دعمها لي، أدعوا الله لها بالتوفيق والسداد وأن يجزيها عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء ويبارك لها في عمرها وصحتها وأسرتها ويرزقها من رزقه الكريم من حيث لا تحسب.

كما يسرني أن أتقدم بالشكر والتقدير للأستاذى الفاضلة صاحبة الخلق الرفيع والتواضع الشديد **الدكتورة حنان حسين أحمد**، مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة جامعة عين شمس، لقبولها المعاونة في الإشراف على هذا البحث، وما قدمته لي من يد العون، فلسيادتها كل الشكر والامتنان، وأدعوا الله أن يجزيها عنى وعن جميع الباحثين خير الجزاء، وأن يبارك في عمرها وصحتها وأسرتها.

كما يطيب لي أن أتقدم بالشكر والتقدير للأستاذة الدكتورة **شيرين حامد أبو وردة**، أستاذ التسويق وعميد كلية التجارة جامعة كفر الشيخ، لتشريفها لي وتفضليها بقبول المشاركة في لجنة المناقشة والحكم على البحث، حيث تعد مشاركة سيادتها إثراءً للبحث وتشريفاً للباحث، لذا أسأل الله عز وجل أن أكون عند حسن ظن سيادتها، وأن يجزيها خير الجزاء ويبارك في عمرها وصحتها وأسرتها.

كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير للأستاذى الفاضلة الدكتورة **عزبة عبد القادر البورصلى**، أستاذ إدارة الأعمال المساعد بكلية التجارة جامعة عين شمس، لتشريفها لي وتفضليها بقبول المشاركة في لجنة المناقشة والحكم على البحث، وهو ما يزيد البحث قيمة والمناقشة إثراءً، لذا أسأل الله عز وجل أن أكون عند حسن ظن سيادتها، وأن يجزيها خير الجزاء ويبارك في عمرها وصحتها وأسرتها.

## مستخلص

رسالة ماجستير

اسم الباحثة: سارة السيد محمد العوف

عنوان الرسالة: "العلاقة بين التسويق الداخلي وأبعاد جودة الخدمة الصحية دراسة تطبيقية على مستشفيات التأمين الصحي الشامل بمحافظة بور سعيد".

يهدف هذا البحث إلى:

- الكشف عن طبيعة العلاقة بين تطبيق التسويق الداخلي وأبعاد جودة الخدمة الصحية في مستشفيات التأمين الصحي الشامل.
- التوصل إلى آليات تساعد على تحسين التسويق الداخلي ومن ثم تحقيق درجة عالية من جودة الخدمة الصحية لدى مستشفيات التأمين الصحي الشامل.

وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج وهي:

- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي (متمثل في التدريب) وبعد الجودة الفنية المدركة لدى العاملين بمستشفيات التأمين الصحي الشامل.
- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي (متمثل في التدريب والتمكين) وبعد الجودة الإجرائية المدركة لدى العاملين بمستشفيات التأمين الصحي الشامل.
- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي (متمثل في التدريب والتمكين) وبعد جودة البنية التحتية المدركة لدى العاملين بمستشفيات التأمين الصحي الشامل.
- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي (متمثل في التدريب والتحفيز) وبعد الجودة التفاعلية المدركة لدى العاملين بمستشفيات التأمين الصحي الشامل.
- لا توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي وبعد جودة شئون العاملين المدركة لدى العاملين بمستشفيات التأمين الصحي الشامل.
- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي (متمثل في التدريب) وبعد جودة الدعم الاجتماعي المدركة لدى العاملين بمستشفيات التأمين الصحي الشامل.

---

### الكلمات المفتاحية:

التسويق الداخلي، جودة الخدمة الصحية، مستشفيات التأمين الصحي الشامل، تدريب العاملين، تمكين العاملين، تحفيز العاملين، الجودة الفنية، الجودة الإجرائية، الجودة التفاعلية، جودة البنية التحتية، جودة شئون العاملين، جودة الدعم الاجتماعي

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
31-1	<b>الفصل الأول: الإطار العام للبحث</b>
1	1/1 المقدمة
2	2/1 تمهيد (نبذة عامة عن منظومة التأمين الصحي الشامل)
3	1/2/1 الخدمات التي يشملها القانون
4	2/2/1 دور المنظومة في مواجهة جائحة كورونا
5	3/2/1 الخدمات الجديدة المستحدثة
6	4/2/1 شروط الانتفاع بخدمات التأمين الصحي الشامل الجديد
7	3/1 مفاهيم البحث
12	4/1 الدراسات السابقة
12	1/4/1 التسويق الداخلي
15	2/4/1 جودة الخدمة
21	3/4/1 العلاقة بين التسويق الداخلي وجودة الخدمة
23	5/1 الدراسة الاستطلاعية
25	6/1 مشكلة البحث
26	7/1 أهداف البحث
26	8/1 فروض البحث
28	9/1 إطار البحث المفترض
29	10/1 أهمية البحث
29	1/10/1 الأهمية العلمية
29	2/10/1 الأهمية التطبيقية
29	3/10/1 الأهمية القومية
30	11/1 هيكل البحث

(تابع) فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
56-33	<b>الفصل الثاني: التسويق الداخلي</b>
33	1/2 المقدمة
34	2/2 مفهوم التسويق الداخلي
38	3/2 مراحل تطور التسويق الداخلي
40	4/2 العوامل التي ساعدت على ظهور التسويق الداخلي
41	5/2 أهمية التسويق الداخلي
42	6/2 أبعاد التسويق الداخلي
50	7/2 أهداف التسويق الداخلي
55	8/2 التحديات التي يواجهها التسويق الداخلي
55	9/2 الخلاصة
82-58	<b>الفصل الثالث: جودة الخدمة</b>
58	1/3 المقدمة
59	2/3 مفهوم جودة الخدمة الصحية
61	3/3 خصائص جودة الخدمة الصحية
62	4/3 أهمية جودة الخدمة
64	5/3 أبعاد جودة الخدمة الصحية
75	6/3 أهداف جودة الخدمة
75	7/3 المتطلبات الأساسية لتطبيق الجودة في الخدمات
78	8/3 العلاقة بين التسويق الداخلي وجودة الخدمة
82	9/3 الخلاصة
98-84	<b>الفصل الرابع: منهجية البحث</b>
84	1/4 المقدمة
84	2/4 متغيرات البحث
85	3/4 مجتمع البحث
85	4/4 عينة البحث
88	5/4 مصادر البيانات
97	6/4 حدود البحث

(تابع) فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
131-99	<b>الفصل الخامس: الدراسة الميدانية واختبار صحة الفروض</b>
99	1 المقدمة 1/5
99	2 إدخال وترميز البيانات 2/5
100	3 تجهيز البيانات 3/5
100	1/3/5 إجراء اختبار الثبات والصدق
102	2/3/5 تكوين متغيرات البحث
103	3/3/5 تحديد الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
104	4/5 التعرف على واستكشاف خصائص عينة الدراسة
106	5/5 إجراء التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة
108	6/5 إجراء التحليلات الإحصائية لاختبار فروض الدراسة
148-133	<b>الفصل السادس: النتائج والتوصيات</b>
133	1 المقدمة 1/6
133	2 العلاقة بين نتائج البحث والفرض 2/6
144	3 النتائج العامة للبحث 3/6
146	4 توصيات البحث 4/6
148	5/6 مقتراحات لأبحاث مستقبلية
174-150	<b>قائمة المراجع</b>
150	المراجع العربية
155	المراجع الأجنبية
206-175	<b>ملاحق البحث</b>
176	ملحق (1) موافقة الجهاز المركزي للت庶ة والإحصاء
180	ملحق (2) استماراة الاستقصاء باللغة العربية
193	ملحق (3) استماراة الاستقصاء باللغة الإنجليزية
11-1	ملحق (4) الملخص باللغة العربية
25-13	ملحق (5) الملخص باللغة الإنجليزية

## فهرس الجداول

الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
<b>جدوال الفصل الأول</b>		
7	المفاهيم الخاصة بالمتغير المستقل والمتغير التابع	1/1
8	المفاهيم الخاصة بالأبعاد الرئيسية للمتغير المستقل	2/1
8	المفاهيم الخاصة بالأبعاد الرئيسية للمتغير التابع	3/1
9	المفاهيم الخاصة بالأبعاد الفرعية لجودة الخدمة الصحية	4/1
24	معدل تكرار إجابات المستقصى منهم عن متغيرات البحث	5/1
<b>جدوال الفصل الرابع</b>		
84	متغيرات البحث	1/4
86	توزيع حجم عينة العاملين	2/4
89	عبارات قياس التدريب	4/4
90	عبارات قياس التحفيز	5/4
90	عبارات قياس التمكين	6/4
91	عبارات قياس الجودة الفنية	7/4
92	عبارات قياس الجودة الإجرائية	8/4
93	عبارات قياس جودة البنية التحتية	9/4
95	عبارات قياس الجودة التفاعلية	10/4
96	عبارات قياس جودة شئون العاملين	11/4
97	عبارات قياس جودة الدعم الاجتماعي	12/4