جـامعة غردايـة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

تخصص: تسويق الخدمات

من إعداد الطالب: رابح الحاج حمو

بعنوان:

أثر البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون

دراسة حالة عيادة الواحات بولاية غرداية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:**23/09/2020**

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د/دحو سليمان	أستاذ محاضر " أ "	غرداية	رئيسا
د/ أويابة صالح	أستاذ محاضر" ب"	غرداية	مشرفا ومقرر
د د/مراكشي عبد الحميد	أستاذ محاضر " ب"	غرداية	مناقشا
د/تيماوي عبد المجيد	استاذ محاضر " أ "	غرداية	منقشا

السنة الجامعية: 1440 هـ - 1441 هـ /2019 م - 2020 م.

جـامعة غردايـة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

تخصص: تسويق الخدمات

من إعداد الطالب: رابح الحاج حمو

بعنوان:

أثر البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون

دراسة حالة عيادة الواحات بولاية غرداية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: **2020/09/23**

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د/دحو سليمان	أستاذ محاضر " أ "	غرداية	رئيسا
د/ أويابة صالح	أستاذ محاضر " ب"	غرداية	مشرف ومقررا
د د/مراكشي عبد الحميد	أستاذ محاضر " ب"	غرداية	مناقشا
د/تيماوي عبد المجيد	استاذ محاضر " أ "	غرداية	مناقشا

السنة الجامعية: 1440 هـ - 1441 هـ /2019 م - 2020 م.

شكر وتقدير

الحمد لله حمدا كثيرا، الذي أنار لي دربي ووفقني في إنجاز هذه المذكرة

كما أتقدم بخالص عبارات الشكر والتقدير و العرفان إلى الأستاذ الفاضل "أويابة صالح"

لتأطيره و إشرافه على هذا العمل المتواضع أسأل الله أن يجعل ذلك في ميزان حسناتك

وأن يكتبني و إياك من طلبة العلم

دون أن أنسى توجيه الشكر و الامتنان إلى :

أعضاء لجنة المناقشة الذين تكرموا بقراءة هذه المذكرة

ولكل من ساهم بتقديم يد العون من قريب وبعيد أخص بالذكر أساتذتي بقسم العلوم التجارية –جامعة غرداية–وما بذلوه من مجهود في سبيل توجيه النصح لي

الذين أفاضوا بعلمهم خلال مساري العلمي لنيل شهادة الماستر

فبارك الله فيكم وجزاكم عنا خير الجزاء

رابح الحاج حمو

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَٱخۡفِضۡ لَهُمَا جَنَاحَ ٱلذُّلِّ مِنَ ٱلرَّحۡمَةِ وَقُل رَّبِّ ٱرۡحَمۡهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيراً ٢٤﴾

صدق الله العظيم (سورة الإسراء، الآية 23)

إلى من أشعل لي أول شمعة، أهدي تخرجي لروح ابي الطاهرة الذي طالما انتظر هذه اللحظة الختامية

وإلى من هي في الحياة حياة، وبلسم الشفاه، القلب الأبيض التي أكثرت لي بالدعاء، إليك ينحني الحرف حبا وامتنان إليك أغلى الحبايب إلى من عانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه إلى من كان دعائها سر نجاحي إلى أمي الحبيبة ألبسها الله ثوب الصحة والعافية.

إلى إخوتي من كان لهم بالغ الاثر في الكثير من العقبات والصعاب عمر، سعيد، ياسين، رابح، و باسط، ابو حنيفية، وإلى أختاي خديجة وعادة.

إلى من تميزوا بالوفاء في دروب الحياة، الحلوة والحزينة، إلى من كانوا معي على طريق إلى كل من آزرني وساعدني، وتمنى لي الخير، ودعا لي بظهر الغيب، إلى كل هؤلاء وإلى جميع أصدقائي الذين عرفتهم في مشواري الدراسي من الابتدائي إلى الجامعي، وبالأخص رستم، وتوفيق، وموح و اسامة و اصدقاء 8شارلو وإلى زوجتي المستقبلية، وإلى كل من رفع راية العلم وكل إنسان غيور على دينه وعرضه ووطنه.

رابح الحاج حمو

Fatakat.com

الملخص

الملخص :

هدفت الدراسة الحالية الى معرفة مدى أثر البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون ، حيث كانت دراسة الميدانية في مؤسسة عيادة الواحات بولاية غرداية ، وتم الاعتماد على استبانة مصممة لجمع البيانات وذلك باختيار عينة عشوائية من زبائن عيادة الواحات مكونة من 80 مفردة ، حيث تم استخدام عدة أساليب إحصائية منها معامل بيرسون لقياس العلاقة و قوة الارتباط بين متغيرات الدراسية واختبار (t-test) ومنه التوصل الى انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابة المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة وتأثيرها على رضا الزبون تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى الدراسي، الوظيفة، الدخل الشهري)و أنه يوجد أثر إيجابي وعلاقة ارتباط طردية وقوية بين هذا المتغير المستقل والمتغير التابع للدراسة.

الكلمات المفتاحية : رضا الزبون – الخدمات الصحية – بيئة المادية

Abstract:

The current study aimed to find out the extent of the impact of the physical environment of health services on customer satisfaction, where the field study at the Oases Clinic Foundation in Ghardaia, and was based on a questionnaire designed to collect data by selecting a random sample of oases clinic customers consisting of 80 individuals, where several statistical methods were used, including the Pearson coefficient to measure the relationship and the strength of the link between study variables and test (t-test) and from which we found no significant differences in the answer of the researchers towards the environment. The physicality of the clinic and its impact on customer satisfaction are attributable to variables (sex, age, school level, job, monthly income) and that there is a positive effect and a strong and direct correlation between this independent and variable variable of the study.

Keywords: Customer Satisfaction – health Services - Physical Environment

قائمة المحتويات

العنوان	رقم الصفحة
شكر وتقدير	–
الإهداء	–
ملخص	VII
قائمة المحتويات	VIII
قائمة الجداول	X
قائمة الأشكال	XI
قائمة الملاحق	XII
المقدمة	أ_د
الفصل الأول: الأدبيات النظرية للبيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون	**05**
تمهيد	**06**
المبحث الأول: الأدبيات النظرية للبيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون	**07**
المطلب الأول: ماهية البيئة المادية للخدمات الصحية	**07**
المطلب الثاني: ماهية رضا الزبون	**15**
المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية	**19**
المطلب الأول: الدراسات السابقة	**19**
المطلب الثاني: محل الدراسات السابقة من الدراسة الحالية	**22**
خلاصة الفصل	**24**
الفصل الثاني : الدراسة الميدانية في عيادة الواحات	**25**
تمهيد	**26**
المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	**27**
المطلب الأول: الطريقة و الأدوات المستخدمة في الدراسة	**27**
المطلب الثاني : الأدوات الدراسة	**28**
المبحث الثاني: تحليل الدراسة الميدانية وعرض النتائج ومناقشتها	**31**
المطلب الأول: مناقشة وتفسير النتائج	**31**
المطلب الثاني: نتائج هذه الدراسة في ضوء الفرضيات المدروسة	**46**

خلاصة الفصل	50
الخاتمة:	51
قائمة المصادر والمراجع	54
الملاحق	58

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	أوجه الاختلاف و التشابه بين الدراسات السابقة والحالية	23
02	مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاهات العامة للعبارات	29
03	معامل آلفا كرونباخ لمحاور الدراسة	31
04	توزيع عينية الدراسة حسب الجنس	32
05	توزيع عينية الدراسة حسب السن	33
06	توزيع عينية الدراسة حسب المستوى الدراسي	34
07	توزيع عينية الدراسة حسب الوظيفة	35
08	توزيع عينية الدراسة حسب الدخل الشهري	36
09	اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول محور الدليل محيط العيادة	37
10	إتجاهات أفراد عينة الدراسة حول محور الدليل الأساسي للعيادة	38
11	قيمة الموثوقية وصحة التقارب	39
12	مصفوفة الارتباط لمحاور الدراسة	40
13	إختبار جودة النموذج لمعاملات الارتباط	41
14	إختبار T للجنس	42
15	اختبار ANOVAللجنس	43
16	إختبار ANOVA لمستوى الدراسي	44
17	إختبار ANOVAبالنسبة لسنوات الخدمة	45
18	إختبار ANOVAللدخل الشهري	46

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	العلاقة بين المتغيرين التابع و المستقل	28
02	تركيبة مجتمع الدراسة حسب الجنس	29
03	توزيع عينة الدراسة حسب السن	33
04	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	34
05	تركيبة مجتمع الدراسة حسب الوظيفة	35
06	تركيبة مجتمع الدراسة حسب الدخل الشهري	36

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان
01	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان
02	الاستبيان
03	مخرجات برنامج spss

المقدمة

تمهيد:

يمثل قطاع الخدمات منذ زمن جزأ لا يتجزأ من اقتصاديات الدول، مما أدى إلى التنافس فيها وتطوير ذاتها وخدماتها وفي أخذ فكر تسويقي يتماشى مع طبيعة تلك الخدمات.

وما يميز الخدمة هي خاصية عدم الملموسية والتي منها تتفرع بشكل رئيسي مجموعة الخصائص الأخرى منها عدم القابلية للتخزين، وتزامن إنتاجها مع استهلاكها وبسبب ذلك لا يستطيع الزبون تقييم الخدمة بسهولة وموضوعية مقارنة بكيفية تقييمه للسلع، في حالة غياب الملموسات في المنتج الخدمي يصبح الزبون أو المستفيد أكثر تردد بشأن الاستفادة منها، ولذلك يبحث عن البديل وهي الأشياء الملموسة المحيطة بالخدمة ويتم الاعتماد بها لتقييم أداء الخدمة وجوهر الخدمة عن طريق التركيز على الجوانب الملموسية في عرض الخدمات.

والعيادات هي أحد المؤسسات الخدمية التي تغزو وقتنا الحالي وينتج عنه زيادة في المنافسة بينها، وذلك للمحافظة على الزبائن وكسب ولائهم ورضاهم، ولا يكون ذلك إلا من خلال الاهتمام بالبيئة المادية التي تعتبر من أكثر العناصر ملموسة والمؤثرة في الخدمات الصحية من قبل الزبون.

أ. طرح الإشكالية:

تشهد العيادات الصحية تطور كبير في نوعية الخدمات المقدمة، ويعتمد عليها في تقييم أداء العيادة، وفي ظل ما سبق تتجلى معالم الاشكالية الأساسية لهذه الدراسة، والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

ما مدى تأثير البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون؟

ومن خلال الإشكالية الرئيسية يمكن صياغة الاشكاليات الفرعية كما يلي:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل المحيط للعيادة على رضا الزبون؛
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل الأساسي للعيادة على رضا الزبون؛
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية للزبائن حول البيئة المادية للعيادة تعزى للمتغيرات الشخصية والديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي...).

- **فرضيات الدراسة:**

إن الفرضيات التي اعتمدنا عليها كأساس ومنطلق لمناقشة موضوع البحث تمثلت في:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل المحيط للعيادة على رضا الزبون؛
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل الأساسي للعيادة على رضا الزبون؛
- يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للزبائن حول البيئة المادية للعيادة تعزى للمتغيرات الشخصية والديمغرافية (الجنس، السن مستوى التعليمي).

ب. مبررات اختيار الموضوع:

من الأسباب الموضوعية التي كانت وراء اختيارنا لهذا الموضوع ما يلي:

- بحكم التخصص العلمي المدروس، وروح الفضول في اكتشاف خبايا هذا الموضوع؛
- قصد الكثير من المرضى للعيادات الخاصة مما أدى اهتمامنا بها وبمعرفة ما يجذب كل هؤلاء الزبائن من كل أرجاء الوطن؛
- نقص العيادات ومراكز الخدمات الصحية في الولاية والوطن ككل مما أدى بالكثير إلى التوجه للعلاج في الخارج على غرار تونس؛

ج. أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- إبراز أهمية البيئة المادية في قطاع الخدمات؛
- محاولة لإحداث الوعي لدى أصحاب القرار في العيادات الصحية؛
- التعرف على العلاقة التأثيرية بين عناصر البيئة المادية بعيادة الواحات ورضا الزبون؛
- التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي تساعد العيادة في تطويرها ورضا الزبون عنها.

د. أهمية الدراسة:

- معرفة أهمية ودور البيئة المادية في تلبية رغبات الزبائن ورضاهم عن العيادة؛
- توضيح ضرورة تطبيق التسويق في الخدمات الصحية؛
- إثراء للمكتبة بموضوع الدراسة.

هـ. **حدود الدراسة:** قام الطالب بإجراء دراسته في ولاية غرداية في عيادة الواحات بالضبط

الحدود المكانية : عيادة الواحات بولاية غرداية

الحدود الزمانية: من 1 مارس 2020 الى 23 جويلية 2020

الحدود البشرية: شملت الدراسة عينة من 80 زبونا

و. منهج الدراسة:

لمعالجة الموضوع واختبار صحة الفرضيات، اخترنا المنهج الوصفي التحليل الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة أو موقف معين، مع محاولة تفسير هذه الظاهرة وتحليلها للوصول إلى اقتراحات بشأن الموقف أو الظاهرة موضوع الدراسة، وقمنا باستخدام "الاستبيان"، والأساليب الاحصائية التحليلية وتمثلت الأدوات المستعملة في البرنامجين Excel وspss من أجل الوصول إلى نتائج تحل إشكالية البحث.

ز. مرجعية الدراسة:

تم الاعتماد على نوعين من المصادر لجمع المعلومات هي:

الجانب النظري: ويشتمل على الكتب المجلات، المذكرات؛

الجانب التطبيقي: يتمثل في الاستبانة الموجه للزبائن الذي قد استفادوا من الخدمات الصحية في العيادة.

ح. **صعوبات البحث:**

وجد الطالب صعوبات خلال قيامه بالبحث خاصة في الدراسة الميدانية في:

- ✓ صعوبة قبول العيادة من أجل إجراء الدراسة الميدانية فيها؛
- ✓ مزامنة الدراسة الميدانية مع الحجر الصحي المفروض، ومع انتشار فيروس COVID-19 محليا مما أجبر العيادة باتخاذ تدابير صارمة من أجل الوقاية والحفاظ على صحة المرضى والصحة العامة.

ط. **هيكل البحث:**

بغية معالجة الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين:

الفصل الأول الموسوم بـ: **الإطار المفاهيمي للبيئة المادية للخدمات الصحية ورضا الزبون**، والذي خصص لدراسة الجانب النظري الذي يتضمن مبحثين، في المبحث الأول عالجنا فيه مجموعة من المفاهيم المتمثلة في تعريف البيئة المادية، الخدمات الصحية، ورضا الزبون، ثم تطرقنا في المبحث الثاني إلى الدراسات السابقة التي عالجت موضوع البحث ومقارنتها بالدراسة الحالية، واستخلاص أوجه التشابه والاختلاف من حيث المتغيرات، طريقة المعالجة، الأداة المستخدمة في جمع المعلومات وكذا بالنسبة لطبيعة مكان اجراء الدراسة.

الفصل الثاني الموسوم بـ: **الدراسة الميدانية في عيادة الواحات**، أين قمنا بإجراء الدراسة الميدانية، فتطرقنا في المبحث الأول الطريقة والأدوات المستخدمة والمنهجية المتبعة في دراستنا الميدانية، أما بالنسبة للمبحث الثاني حاولنا فيه عرض ومناقشة نتائج الدراسة المتوصل إليها.

الفصل الأول :

الإطار المفاهيمي للبيئة المادية

للخدمات الصحية ورضا الزبون

تمهيد

تعتبر البيئة المادية عنصر من عناصر المزيج التسويقي ويعد من اهمها نسبيا مقارنة بالعناصر الاخرى، إذ تساعد البيئة المادية الملموسة للتغلب على خاصية اللاملموسية، والتي تحل العديد من المشاكل في المؤسسات الخدمية، تنتج بتقديم الخدمة قبل استهلاكها وغيرها، فهي تعتبر الجوهر في استقطاب الزبون وتحديد قراره الشرائي ورضاه عن الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة.

تختل الخدمات الصحية مكانة بارزة نظرا لأنها تعكس ضرورة إنسانية فهي تمثل ضرورة اقتصادية لبناء مجتمع قادر على الأداء وتقديم الافضل في عدة مجالات، وبالتالي تعمل إدارة هذه المؤسسات على تقديم خدمات صحية ذات نوعية وجودة عالية وهذا عن طريق الاهتمام بالبيئة المادية، التي تكون الوسط الذي يتم فيه تقديم هذه الخدمات ويتم فيه التعامل مع متلقيها زبائنها ومرضاهم تقديم الافضل لكسب رضاهم عن الخدمة.

وعليه سيتم التطرق في الفصل الأول إلى الأدبيات النظرية للبيئة المادية في الخدمات الصحية ورضا الزبون بداية بتعريف ماهية البيئة ومفهومها واهميتها، ومكوناتها، ثم نتطرق إلى تعريف الخدمات الصحية وخصائها وتبين اهمية البيئة المادية فيها واخير نقوم بتوضيح عن أهمية ومكانة رضا الزبون للبيئة المادية وللخدمات الصحية،كما نتطرق للدراسات السابقة وتحديد أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، وقد قسمنا هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: الادبيات النظرية للبيئة المادية للخدمات الصحية ورضا الزبون

المبحث الثاني: الادبيات التطبيقية

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للبيئة المادية للخدمات الصحية ورضا الزبون

البيئة المادية في المؤسسات الخدمية الصحية هي الاساس الذي يبني عليه الزبون موقفه وآماله تجاه المؤسسة من ناحية الخدمة الملموسية، والا ملموسية، من خلال هذا المبحث سنحاول التطرق إلى ماهية البيئة المادية، واقسامها ومكانتها في الخدمات الصحية وتأثيرها على الزبون، من خلال بعض التعاريف والباحثين الذين اهتموا بالموضوع وذلك بعرض بعض التعاريف التي وضعها الباحثين والكتاب وأهميتها وكيف تم تصنيفها.

المطلب الأول: ماهية البيئة المادية

من خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى مفهوم البيئة المادية وأهميتها إضافة إلى تصنيفاتها، كما سنتطرق فيه إلى البيئة المادية للخدمات الصحية من تعريف وأهمية لهاته المؤسسة الخدمية، وكذلك مكونات بيئتها المادية.

الفرع الأول: مفهوم البيئة المادية و اهميتها

تعتبر البيئة التي تعمل بها المنظمة الخدمية عاملا اخر لقياس طبيعة نظام الخدمة و السبب ان لهذه البيئة المادية من دور فعال في تحديد نظام الخدمة وتكوينه وتصميمه و كذلك نوع الخدمات المراد تصميمها وتقديمها هنا يجب

على المنظمة الخدمة أن تراعي عند تصميمها لنظام الخدمة والخدمات المقدمة الظروف الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية و القانونية السائد في البلد الذي تعمل فيه خاصة اذا كانت تعمل على مستوى دولي[1]

1 تعريف البيئة

يعرف مؤتمر ستوكهولم (1972) البيئة على انها ذلك الرصيد من الموارد المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما وفي مكان ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته [2]

2 تعريف البيئة المادية

- عرفها **Christopher Lovelock** واخرون على انها كافة التجهيزات و المستلزمات و المعدات و العناصر الملموسة؛ التي تعطي للزبون مؤشرات حول الخدمة".[3]

---

[1] محمود جاسم الصميدعي ردينة عثمان تسويق الخدمات دار المسير والنشر والتوزيع الاردن عمان 2010 ص77

[2] مشان عبد الكريم **دور نظام البيئية في تحقيق الميزة التنافسية الاقتصاد دراسة حالة مصنع الإسمنت عين الكبير** مذكرة ماجستير جامعة فرحات عباس سطيف هو مؤتمر الامم المتحدة للبيئة البشرية اقيم بمبادرة في السويد لاستضافته وذلك لغرض مناقشة التدابير المضادة ضد تقدم المحرو في تدمير البيئة لإيجاد حل لمعالجته المشاكل البيئية وقد تم تقديم التقييم البيئي وتصميمه على التركيز على منع تدمير البيئة وإيجاد حلول للتلوث المستمر والمتزايد

- ويعرف (**Bitner,1992: 62**)البيئة المادية على إنها" المناخ او البيئة التي تقدم وتسلم فيها الخدمة والتي يتفاعل فيها الزبون مع مقدم الخدمة وتتضممن أي مكونات ملموسة التي تسهل تأدية وإيصال الخدمة[4].

ومنه يمكن نستنتج ان البيئة المادية هي المكان الذي يتفاعل فيه الزبون مع مقدم الخدمة إضافة الى كافة اللوازم والمتطلبات الملموسة المستخدمة في خدمة الزبون".

3 أهمية البيئة المادية

إن عدم إمكانية لمس الخدمة وعدم ملموسيتها تعتبر من العوامل التي تجعل الزبون غير قادر على تقييمها، ولا يستطيع الزبون التعرف عليها إلا بعد أن يقوم باتخاذ قرار الشراء مما يصعب عملية التقييم الفعلي قبل الشراء لذلك تعتمد المنظمات الخدمية على الدليل المادي(البنايات، الأثاث، السيارات، الطائرات، أجهزة الحاسوب، الألوان..... إلخ) لتسهيل عملية تقديم الخدمة وجعل الزبون يشعر بأن هنالك مكون ملموس في الخدمة.[5]

4 مكونات البيئة المادية

تتكون البيئة المادية من الابعاد المادية المتطورة والمتمثلة في المظهر الخارجي للمؤسسة والتصميم الداخلي، ونظافة منافذ الخدمة والقاعات ومظهر العاملين والمستوى التكنولوجي ..إلخ وكذا الظروف والأجواء المحيطة مثل (درجة الحرارة ،نوعية الهواء، الضوضاء ،الموسيقى) والوسائل المادية مثل (الأجهزة والمعدات ،التأنيث ،الديكور) السلع الدائمة لتقديم الخدمة واشياء ملموسة أخرى (تذاكر السفر ،ديكور المباني الخارجية، مناطق الوقوف سيارات العملاء، المناظر الطبيعية (الحدائق)، وكافة التسهيلات المادية الأخرى مثل ا(التلفاز الثلاجة، وسائل النقل الداخلية ،اللوحات الإرشادية ...الخ [6]

5 عناصر بيئة المادية

يمكن تصنيف البيئة المادية إلى دليل أساسي ودليل محيط كما يلي:

- **الدليل المحيط puerpéral evedence**

---

[3] -Christopher Lovelock et autre ,marketing des services , Pearson education France ,6 edition , 2008 p72

[4] **مجلة القادسية للعوم الادارية** والاقتصادية عدد 2016/2 ص63

1 محمود جاسم الصميدعي ,ردينة عثمان ,**تسويق الخدمات** ,دار المسيرة والنشر والتوزيع ,عمان ,الأردن 7303 ,ص333

[6] شنيني عبد الرحيم **دور التسويق السياحي في انعاش الصناعة التقليدية والحرفية** مذكرة ماجستير جامعة تلمسان ص79

يعد الدليل المحيط أو الشكلي جزءا فعليا يمتلك في عملية شراء الخدمة، إلا أن قيمته وحده لا تعد قيمة ولا أهمية لها

فمثلا لا يعد دفتر الشيكات له أي قيمة أو أهمية ما لم يدمغ أو يدعم من قبل البنك الصادر منه أو يكون مغطى برصيد من الأموال.

فالدليل المحيط يضاف إلى قيمة الدليل الأساسي للخدمة فقط في حالة تقدير العميل لدلائل تلك الخدمة ,ففي العديد من الفنادق الدولية الكبيرة تحتوي الغرف فيها على الكثير من الدليل الخارجي مثل : الديكور، إرشادات عن البلد، أقلام، دفاتر ملاحظات، هدايا ترحيب، مشروبات، صور فوتوغرافية عن الفندق.... وغيرها.

.هذه التصورات عن الخدمة يجب تصميمها وتطويرها بما يتناسب مع حاجات و توقعات الزبون

- **الدليل الاساسي**

الدليل الأساسي لا يمكن للعميل امتلاكه، ومع ذلك قد يكون مهما جدا في تأثيره على قرار شراء الخدمة حتى أنه يعد عنصرا هاما بحكم وضعه ,فالمظهر الخارجي العام وتصميم الفندق، وموديل السيارة المستأجرة ونوعها، ونوع الطائرة المستخدمة من قابل الناقل، كلها جميعا أمثلة على الدليل الأساسي[7].

كما أن الدليل الأساسي والدليل المحيط مقترنين مع صور أخرى (مثل الأشخاص الذين يقدمون الخدمة) تشكل كلها عناصر تؤثر على وجهة نظر العميل وحكمه على الخدمة، فعندما يحاول العميل الحكم على نوعية الخدمة قبل استعمالها أو شرائها فهو يستعين بهذه الأدلة المادية المحيطة بتقديم الخدمة .

الفرع الثاني : البيئة المادية للخدمات الصحية

1 مفهوم الخدمات الصحية

مفهوم الخدمة الصحية تنبع اساس من المفهوم العام للخدمات، ذلك غن الخدمة تكمن في كونها منتجا يتصف بخصائص عديدة ينفرد بها عن السلعة فمفهوم الخدمة يكمن في انها منتج غير ملموس يقدم المنافع للمستفيد نتيجة لاستخدام جهد بشري او ألي ولا ينتج عن تلك المنافع حيازة شيء مادي ملموس [8]

2 التعريف الخدمة :

عرف كوتلر و ارمسترونغ (koutler ad armstrong 2004) الخدمة بأنها نشاط او منفعة يقدمها طرف إلى طرف اخر وتكون في الأساس غير ملموسة او غير محسوبة ولا يترتب عليها اية ملكية فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أو قد لا يكون.[9]

[7] منذر مرهج.خالد الهايس اثر الصورة الذهنية والدليل المادي على زيادة رضا العملاء المنظمات الخدمية مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات ص 233

[8] ففريد كورتل، تسويق الخدمات، جامعة سكيكدة – الجزائر، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص .310.311

اما lovelocK فإنه يعرف الخدمة بالاعتماد على ما يشتريه الزبون أو العميل في الاساس بغض النظر عما يرافق ذلك الشراء من توابع وملحقات (H.C .Loveock)[10]

ومن هذه التعاريف نستنتج ان الخدمة لا تملك ماديا من قبل مشتريها، ويعني ذلك ان إمكانية الانتفاع منها دون امتلاكها كون الخدمة اساس غير ملموس إلا انها تحقق الرضا للزبون.

3 التعريف الخدمات الصحية

تعرف الخدمة الصحية بأنها عبارة عن جميع الخدمات التي يقدمها القطاع الصحي على مستوى الدولة، سواء كانت علاجية موجهه للفرد او وقائية موجهة للمجتمع والبيئة، أو إنتاجية مثل إنتاج الادوية والمستحضرات الطبية والاجهزة التعويضية وغيرها، بهدف رفع المستوى الصحي للمواطنين وعلاجهم ووقايتهم من الأمراض المعدية.[11]

ومن خلال هذا التعريف يمكن تقسيم الخدمات الصحية الى قسمين رئيسين:

- الخدمة الصحية العلاجية
- الخدمة الصحية الوقائية

1.3 الخدمة الصحية العلاجية

تشمل على الخدمات الصحية المرتبطة بصحة الفرد بصورة مباشرة وتشمل خدمات التشخيص وخدمات العلاج، سواء تم ذلك بالعلاج الدوائي المباشر او في الخدمات الصحية التي تحتاج الى سرير داخل مراكز الصحية، ويهدف هذا النوع من الخدمات الى تلخيص الفرد من مرض اصابه او تخفيف معانات الفرد من الالم المرض.[12]

2.3 الخدمة الصحية الوقائية

وهي الخدمات الصحية المرتبطة بصحة المجتمع او ما يمكن ان تطلق عليه بالخدمات الصحية البيئية، حيث ترتبط تلك الخدمات بالحماية من الامراض المعدنية والأوبئة والحماية من التدهور الصحي الناتج خن سلوك الافراد

---

[9] جاسم الصميدعي نفس المرجع ص44

[10] مجلة قياس وتقييم جودة الخدمات الصحية دراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء العام / البصرة ص11

[11] بوزناد دليلة ضرورة تفعيل التوجه التسويقي للوصول إلى جودة الخدمة في المؤسسات الصحية العمومية مذكرة ماجستير جامعة الجزائر ص33

2 فريد كورتل واخرون **تسويق الخدمات الصحية** دار النشر والتوزيع ص85

والمشروعات التي تمارس انشطة ملوثة للبيئة ويرتبط هذا النوع من الخدمات الصحية بصحة الفرد بصورة غير مباشرة [13].

هذه الخدمات هي خدمات صحية مانعة، تهدف الى وقاية الفرد من التعرض للمرض، وهي تشمل على خدمات التطعيم من الامراض الوبائية وخدمات الرعاية الامومة والطفولة، وخدمات الرقابة الاعلام ونشر الوعي الصحي

4 الخصائص الخدمات الصحية

تتجسد الخصائص المميزة للخدمة الصحية المقدمة من قبل المنظمات الصحية في خصوصية تلك الخدمات، و بالتالي انعكاس ذلك على الاسلوب و العمل الاداري الذي يمكن ان تقدم به الى الجمهور، ويمكن تحديد هذه الخصائص كالاتي:

– **عدم الملموسية الخدمات الصحية:** في المؤسسات الصحية لا يتضح تماما ما الذي دفع المريض قيمته، فأولا بما أن العملية الشفاء تقتضي بعض الوقت، وتتبلور أراء المرضى حول جودة الرعاية التي تلقوها طوال هذا الوقت وتانيا لا يمكن اختبار الرعاية قبل الاقتناع بتلقيها.

– **التلازم (تزامن الانتاج والاستهلاك):** كون هذه المؤسسات قطاعا خدميا فإنها تنتج الخدمة وتستهلك في آن واحد ويعكس هذا ان الخدمة الصحية ليست منتجا ويخزن تم يباع فيما بعد، ومن سلبيا هذا التزامن في الانتاج والاستهلاك التحدي الذي يشكله ضبط الجودة أو ضمان فعالية الخدمة، وبسبب خاصية التزامن أيضا استرجاع خدمة قدمت بجودة متدنية واستبدالها حتى لو تم تصحيح العملية التي أنجبتها وقدمت بجودة عالية لمرضى آخرين.

– **عدم قابلية الخدمة الصحية للتخزين:** تصمم المؤسسات الصحية خدماتها لتقدمها بقدر وإمكانية معينة في فترة زمنية محددة، وإذا لم تستخدم هذه الطاقة في فترة محددة ستهدر هذه الخدمة، فمثلا إذا كان لأحد المستشفيات خمس عشرة غرفة عمليات مزودة بطاقم جراحي متكامل وجاهز للعمل على نحو ملائم وسليم لملء جميع الاوقات، أو لو تم هدر جزء كبير من الوقت بين الحالات فإن جزءا من القدرة او الإمكانية المتاحة قد فقد.

[13] نفس المرجع مذكور اعلاه ص86

– **مشاركة المريض في اجراءات الخدمة:** يعد المرضى (او حالات المرضية) الذين يتلقون الرعاية، مدخلات الخدمة، أما بعد التشخيص والعلاج فهي المخرجات، ومن ثم يتفاعل المريض والمؤسسة الصحية من خلال تقديم الرعاية

– **الاختلاف وعدم التجانس (التباين):** تتصف الخدمات الصحية بشكل خاص من التباين وعدم التماثل لأنها تعتمد على مهارة واداء سلوك المقدم الخدمة، والزمان والمكان وعلى المعلومات التي يقدمها المريض لمقدم الخدمة الصحية، فالمريض يختلف أيضا من حيث المزاج والسلوك ومستوى الاستجابة والتفاعل، فقد يعالج الطبيب مرضاه بطرق مختلفة يقدم نفس المستوى من الخدمات وهذا يعود إلى مدى استجابة المريض للطبيب وتعاونه معه بطرق مختلفة وقد لا يقدم نفس الخدمة كما أن حالة الطبيب (متعب، مرتاح، سعيد أو حزين) أثرا على الاختلاف وتباين الخدمة[14]

وتعد الخصائص السابقة خصائص تشترك فيها الخدمة الصحية مع باقي الخدمات، لكن هناك مجموعة من الخصائص تميز الخدمات الصحية عن باقي الخدمات الاخرى وهي:

- تتميز الخدمات المستشفيات بكونها عامة للجمهور، وتسعى من خلال تقديمها الى تحقيق منفعة عامة ولمختلف الجهات والاطراف المستفيدة منها .
- تتميز بكونها على درجة عالية من الجودة لأنها مرتبطة بحياة الإنسان شفائه، وليس بأي شيء مادي آخر يمكن تعويضه أو اعادة شرائه، لذلك فإن معيارية الاداء للخدمة الصحية تكون عالية وتخضع الى الرقابة الإدارية والطبية.
- تتأثر المنظمات الصحية عامة، والمستشفيات خاصة بالقوانين والانظمة الحكومية سواء كانت تابعة للدولة او القطاع الخاص، في منظمات الأعمال، تكون قوة القرار بيد شخص واحد أو مجموعة أشخاص يمثلون قمة الادارة، في حين تتوزع قوة القرار في المنظمات الصحية بين مجموعة الإدارة ومجموعة الأطباء.
- وجوب الاتصال المباشر بين المنظمة الصحية والمستفيد من الخدمة، إذ أن الخدمة الصحية لا يمكن تقديمها إلا بحضور المريض نفسه للفحص والتشخيص والعلاج أو إجراء التحاليل... إلخ.
- صعوبة تطبيق المفاهيم الاقتصادية المطبقة في خدمات أخرى على الخدمة الصحية، باعتبارها مرتبطة بالإنسان وهو أغلى شيء.

---

[14] دريدي احلام **دور استخدام نماذج صفوف الانتظار في تحسين جودة الخدمات الصحية** مذكرة ماجستير جامعة مُحَّد خيضر –بسكرة ص33 34

- نظرا لتذبذب الطلب على الخدمة الصحية في ساعات اليوم أو الأسبوع أو الموسم، ويهدف الاستجابة إلى اقصى حد من الخدمات المطلوبة، فهذا يستوجب الاستعداد المبكر لحشد كل الطاقات الإدارية والطبية لإنتاج الخدمة الصحية لطالبيها، إذ لا يمكن التأخر او الاعتذار عن الاستجابة للطلب لأن في ذلك إخفاق في مهمة المنظمة الصحية الإنسانية .[15]

4 تصنيف الخدمة الصحية :

يصنف groffery الخدمات استنادا الى مجموعة من المؤشرات وان هذه التصنيف ينطبق على الخدمات الصحية وذلك على النحو التالي:

- من حيث الاعتمادية : إن الخدمات الصحية تتنوع استنادا إلى اعتمادها على السلع الملموسة مثل التحاليل المخبرية، الأشعة، الجراحة... إلخ
- وخدمات يعتمد تقديمها على العنصر البشري مثل العلاج النفسي، تشخيص المرض، تحديد نوع العلاج ... إلخ.
- من حيث حضور كل من المستفيد من الخدمات الصحية و مقدمها مثل العمليات الجراحية، الفحص السريري، سحب الدم...إلخ
- من حيث نوع الحاجة: فقد تكون الخدمات تشبع حاجة فردية مثل الفحص الشخصي في العيادة الطبية
- أو الحاجة إلى حزمة من المنافع مثل الرقود في المستشفى حيث تقدم خدمات الاطعام ،العناية ،الفحص الصباحي ...إلخ. لجميع الراقدين في المنظمة الصحية
- من حيث أهداف مقدمي الخدمات الصحية يختلف مقدمي الخدمات الصحية في اهدافهم (الربحية وغير الربحية) من حيث ملكية المؤسسات الصحية (خاصة وعامة)، أو من حيث البرامج التسويقية الخاصة بمؤسسة صحية خاصة والتي تختلف عن تلك البرامج التي تطبقها منظمة صحية عامة [16].

5: البيئة المادية للخدمات الصحية

نظرا لعدم ملموسية الخدمات فإن الأمر يستوجب اكتسابها ذللك المستوى أو الدرجة النوعية التي تجعلها اقرب إلى الملموسية إلى حد ما وذلك من خلال:

-الأدوات المستخدمة في العلاج و التشخيص؛

[15] فريد كورتل مرجع تم ذكره سابق ص 86 ص 87

[16] تسويق الصحي فريد كورتل مرجع سابق ذكره ص 88

-التجهيزات السريرية؛

- المستلزمات الفندقية للمنظمة الصحية؛

- الاثاث الأبنية ، التكيف ....إلخ .

ولا شك بأن هذه العناصر وغيرها في المنظمة الصحية يمكن ان تخلق الراحة والرضا المسبق لدى المريض في تقبله للعلاج او المؤسسة الصحية سواء كان ذلك اثناء تلقيه للخدمة أو قبلها وحتى بعدها، ويقصد هنا بالإظهار المادي كافة الرموز المادية او المنتجات المستخدمة في عملية الاتصال الانتاجي للخدمة الصحية [17]

6 اهمية الدليل المادي(البيئة المادية)في الخدمة الصحية

تكمن أهمية البيئة المادية في الخدمات الصحية مثل السعة وموقع المؤسسة أو المستشفى، بالإضافة إلى التصميم الداخلي والديكورات، والإضاءة، وغيرها وهي من الأمور التي تزيد من ثقة المرضى والمراجعين بنوعية أهمية والخدمات التي تقدمها المؤسسة. [18]

6-1 تكمن اهمية الدلائل المادية الملموسة في انها تحقق المزايا التالية:

- يفيد في إضافة القيمة لخدمة الزبون؛
- يسهل عملية الخدمة، بتقديم المعلومات للمريض من خلال الرموز اللافتات ...، وذلك بغرض الإرشاد والتثقيف؛
- بناء التصور الذهني المطلوب لدى الزبون بالتأثير في إدراكه لتكوين تقييم يقلل من مستوى مخاطرة قرار الشراء لدى الزبائن المحتملين غير القادرين على الحكم عليها قبل استهلاكها و مستويات منفعة متفاوتة بعد الشراء لأنه عنصر مهم في تصميم الخدمة و العناصر الترويجية؛
- يحقق التعاون بين مقدمي الخدمة فيما بينهم من جهة وبينهم وبين المريض من جهة اخرى عن طريق المعلومات والتقنيات الطبية المستخدمة.

[17] فريد كورتل الخدمات الصحية مرجع تم ذكره ص211

[18] مرجع تم ذكره ص 25

وبالرغم من اهمية البيئة المادية في جعل الخدمة اكثر ملموسية إلا ان هذا لا يكفي في عملية تقديم الخدمة الصحية من قبل المنظمة بل يجب تدعيمها بمختلف العمليات والإجراءات التي تتم منذ دخول المريض حتى خروجه منها

المطلب الثاني: ماهية الرضا الزبون

يبين كل من الزبائن والمتخصصين في مجال التسويق ومقدمي الخدمات منذ فترة طويلة اهمية رضا الزبائن فهو يسهم في زيادة الحصة السوقية لأي منظمة اعمال، وفي الاستثمار .وقد تم تعريف رضا الزبون من طرف العديد من العلماء. التطرق الى تعريف رضا الزبون واهمية ومحدداته وسنتطرق الى العلاقة بين بيئة المادية ورضا الزبون.

الفرع الاول تعريف رضا

الزبون واهميته

1 تعريف الرضا

توجد عدة تعريفات توضح مفهوم مصطلح الرضا نذكر منها

- يعرفه كل من b.dubois koutler بأنه شعور العميل الناتج عن مقارنة بين خصائص المنتوج مع توقعاته.[19]
- وايضا يعرفه plichon (1998) الرضا هو حالة ذاتية، صادرة عن عملية التقييم الشعوري والمعرفي الذي يحدث خلال مبادلات خاصة.[20]

2 تعريف رضا الزبون

عرفه (philip kotler) على1 أنه" هو الانطباع الإيجابي أو السلبي للزبون اتجاه تجربة شراء أو استهلاك ويتشكل هذا الإنطباع من خلال المقارنة ما بين أداء المنتج وتوقعات الزبون".

تعريف(ph.kotler) يضيف فكرة مهمة مفادها أن الانطباع الذي يتكون لدى الزبون يعتمد على تجربة شراء أو استهلاك اي سند إلى خبرات سابقة، لكن الرضا في الواقع هو حالة شعورية داخلية مرتبطة بالحالة النفسية

[19] بوعنان نور الدين **جودة الخدمات واثرها على رضا العملاء** مذكرة ماجستير جامعة محمد بوضياف مسيلة ص113

[20] عياد ليلى **اثر جودة الخدمات الصحية على رضا المستهلك** اطروحة دكتوراه جامعة تلمسان ص17

للزبون، كما هناك بعض المواقف الظرفية (الخارجية عن سيطرة المؤسسة)تجعل الزبون غير راض حتى ولو توافق الأداء مع التوقعات.[21]

3 اهمية رضا الزبون

يؤكد koutler في هذا المجال ان المؤسسة التي ترغب في النجاح في أسواق المنافسة اليوم ان تجعل من الزبون النواة التي تدور حولها عمليات وأن تبتعد عن مفهوم البيعي وتركز على المفهوم التسويقي الحديث الذي يبدأ وينتهي بحاجات ورغبات الزبون وكيفية اشباعها [22]

تحقق حالة الرضا جملة من المزايا للزبون والمؤسسة في نفس الوقت منها:

- حالة الرضا تعتبر ميزة في حد ذاتها للزبون كزنها تعبر عن الحالة من الاستقرار النفسي تجاه موضوع معين؛
- رضا الزبون يحقق ميزة تنافس للمؤسسة لأنه يسمح باستمرار برامج وخطط العمل خلال فترة زمنية وبالتالي تخفيض أعباء وتكاليف المؤسسة؛
- تدفع مستويات الرضا العالية للزبون إلى تكرار عملية الشراء مما يعني المعاملات التي تربط المؤسسة بالزبون وبالتالي يمكن أن تنشا علاقة واتصال دائم بينهما؛
- الرضا يخلق حافز لدى الزبون ليكون وفيا للمؤسسة او العلامة.[23]

4 خصائص رضا الزبون

يمكننا التعرف على طبيعة الرضا من خلال ثلاث خصائص المتمثلة فيما يلي:

4-1الرضا الذاتي

يتعلق رضا العميل هذا بعنصرين أساسيين: كبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى فنطرة العميل لا تحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة فالعميل الذي يرى بأن الخدمة الموجودة في السوق، بأنها احسن من الخدمات المنافسة، يراها عميل آخر بانها اقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق.

---

[21] واله عائشة **اهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون** مذكرة ماجيستير جامعة الجزائر 3 ص109

[22] مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال العلاقة التفاعلية بين ابعاد الجودة الخدمة ورضا الزبون العدد 04/2017 ص33

[23] عتيق عائشة جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية الجزائرية مذكرة ماجستير جامعة ابو بكر تلمسان ص 106

2.4 الرضا النسبي

لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظرته لمعايير السوق، فالرضا إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع، ففي حالة عميان يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماما لأن توقعتهما الأساسية نحو الخدمة مختلفة.

3-4 الرضا التطوري

يتغير الرضا التطوري من خلال هاذين المعياريين:

مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة الأخرى، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل إن تعرف تطور نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك زيادة المنافسة، ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن هو أيضا تطورا خلال عملية تقييم الخدمة.

إن قياس رضا العميل، أصبح يتبع نظام يتوافق مع هذه التطورات عن طريق الأخذ في الحسبان جميع التغيرات الحاصلة.[24]

الفرع الثاني: محددات رضا الزبون

تتمثل محددات الرضا وعدم الرضا فيما يلي:

1 التوقعات:

يمكن الاتفاق بصفة عامة على أن الوقعات ماهي إلا احتمالات يشكلها الزبون وهي خاصة بظهور احداث معينة سوء كانت سلبية أو ايجابية وقد اوضحت الدراسات أن الزبائن قد يلجؤون الى استخدام أنواع مختلفة من التوقعات عند قيامهم بتكوين رأي معين عن مستوى اداء خدمة ما مقدما، لذلك تحدد الجوانب الأساسية للتوقع الذي يكونه الزبون عن الخدمة كما يلي:

- **توقعات عن خصائص الخدمة(الجودة المتوقعة)**: هي خصائص الموجودة في الخدمة في حد ذاتها والتي يرى أنها تحقق له المنافع.

[24] بوعنان نور الدين جودة الخدمات الصحية وأثرها على رضا العميل شهادة ماجيستير جامعة محمد بوضياف المسيلة ص114

- **توقعات عن التكاليف الخدمة:** هي توقعات عن التكاليف والسعر الذي يجده الزبون نفسه ملتزما بدفعه للحصول على المنتج.

لقد عرض woodride و pitt ثلاث انواع من التوقعات:

- التوقع التنبؤي: وهو يوضح معتقدات العميل عن الخصائص والصفات التي يتوقع العميل وجودها في المنتج
- **التوقع المعياري:** يركز على المستويات المتتالية التي يجب أن يكون عليها اداء المنتج.
- **التوقع المقارن:** يمثل معتقدات العميل حول أداء المنتج أو العلامة معينة بالمقارنة بمنتجات أو علامات أخرى.[25]

2 الأداء المدرك (الفعلي)

يلعب الأداء المدرك للمنتج دورا كبيرا في حدوث الرضا، حيث أن الأداء المدرك للمنتج هو بمثابة المعيار الذي يستخدم للمقارنة، والذي يمكن من خلاله تقييم وتحديد تأثير عدم التحقيق، وذلك بمقارنة الأداء المدرك مع توقعات السابقة هن المنتج، كما يمثل الأداء الفعلي في مستوى الأداء الذي يدركه الزبون عند استعمال المنتج أو الحصول على الخدمة بالإضافة الى الخصائص الفعلية لكليهكما يمكن الاعتماد على مقاييس الأداء الفعلي للتسعير عن الرضا او عدم الرضا وهذا من خلال سؤال الزبون عن رأيه في الجوانب المختلفة المتعلقة بأداء السلعة أو الخدمة.[26]

3 المطابقة او عدم المطابقة

أن عملية المطابقة تحقق تساوي الأداء الفعلي للخدمة مع الاداء المتوقع، والتي تولد الشعور بالرضا الخدمة، حالة عدم الرضا المطابقة يمكن تعريفها بأنها درجة انحراف أداة الخدمة عن المستوى التوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء فيتولد عنها الرضا.

الفرع الثالث: العلاقة بين البيئة المادية و رضا الزبون

تعتبر المستلزمات الطبيعية العنصر الوحيد الملموس ويستطيع الزبائن مشاهدته وتكوين صور ذهنية عنها، وهذه الصورة تلعب دور كبير في تقييم الخدمات (مثل قاعات الاستقبال، بنايات، ....إلخ)

[25] بكرو هشام، تأثير جودة الخدمات على رضا العميل ،ذكرة شهادة ماستر جامعة تيسمسيلت ص54.55

[26] بوجام السعيد عثامنية عبد الرحيم استراتيجية التوزيع واثرها على التنمية رضا الزبون دراسة حالة مذكرة ماستر جامعة 8ماي 1945قالمة ص 24.25

يرى Chaitra 2008 إن العنصر الملموس في تقييم الخدمة يلعب دور مهم في إمكانية تقيس الخدمة ومساعدة المستهلك على خدمة نفسه بنفسه مثال (استخدام جهاز فحص السكر من قبل المريض، استخدام الصراف الآلي).

في حين يرى karenأن مقدم الخدمة يحتاج الى استخدام الأشياء الملموسة لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وتقوية العلاقة معهم، وفهم الصعوبة الذهنية للمستهلك، وما يتوقع أن يحصل عليه، فنجاح مقدم الخدمة يعتمد على المستلزمات المادية لمساعدة الزبون على للحصول على الخدمة وتكوين صورة ذهنية وشعوره بالرضا[27].

اكتسبت أهمية خلق البيئة المادية جذابة اهتماما متزايدا بين المدراء والمسيرين لأنها عامل رئيسي لجذب وإرضاء العملاء، فوفقا ل Ryu and 2008jang، يمكن أن يكون للبيئة المادية تأثير كبير صور الجودة الشاملة لمقابلة الخدمة والتي تؤثر بدورها على رضا العملاء.
واستخدم bitner (1990) مصطلح رأس الخدمات لوصف البيئة المادية من صنع الإنسان حيث يتم تسليم منتجات حددت ثلاثة أبعاد لرأس الخدمات التي لها تأثير على إرضاء العملاء وإعادة ربطهم

- الظروف المحيطة
- التخطيط المكاني والوظائف
- العلامات والرموز والتحف
- كما اكد chnng (2009) أن البيئة المادية لديها المؤشر لرضا العملاء ونية العودة[28]

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية

يستحوذ موضوع تأثير البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون على اهتمام ودراسة كثير من الباحثين في شتى ميادين المعرفة، مما يتعلق بالخدمات ورغبة كل المؤسسات الخدمية تقديم الافضل للزبون، ومن أهم هذه الدراسات ما يلي:

المطلب الأول: الدراسات السابقة المتعلقة اثر البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى أهم الدراسات المتعلقة بموضوع أثر البيئة المادية للخدمات الصحية ورضا الزبون.

[27] محمود جاسم السميدعي ردينة عثمان تسويق خدمات تم ذكره 2010ص 326.327
[28] المجة الاسيوية لدراسات العلوم الاجتماعية المجلد 2 رقم 1 2017 ص12

- **دراسة مُحَمَّد غاندي الريماوي 2018**

تحت عنوان **اثر المزيج التسويقي على اخيار أولياء الأمور للمدارس الخاصة** مذكرة ماجيستير جامعة الزرقاء كلية الدراسات العليا دراسة تطبيقية في مدينة الزرقاء– الأردن تهدف هذه الدراسة الى بيان أثر المزيج التسويقي على اختيار الأولياء، وقد شملت الدراسة المتغيرات التالية: (الخدمة التعليمية، التسعير، المكان، البيئة المادية، العنصر البشري، عمليات تقديم الخدمة التعليمية،) حيث توصلت الدراسة إلى وجود اثر ذو دلالة احصائية لجميع عناصر المزيج التسويقي للخدمة التعليمية على اختيار الاولياء، حيث حاز متغير العنصر البشري على المرتبة الأولى، وبينما حاز في المرتبة الاخيرة متغير الترويج للخدمة التعليمية من وجهة نظر ولياء الأمور، كما اوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالمستلزمات المادية والتكنولوجيا اللازمة لتقديم الخدمة التعليمية.

- دراسة: **عابر سليم** 2017

تحت عنوان **المظهر المادي لخدمة وأثره على رضا اتجاهات الزبون** مذكرة ماجستير جامعة البليدة 2 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2017، والذي ركزت فيه على دور واهمية المظهر المادي كأحد اهم عناصر المزيج التسويقي للخدمات، باعتباره المكون الملموس والداعم في عرض الخدمات ليتيح للمؤسسة فرصة ارسال تلميحات قوية لزبائنها حول مستوى خدماتها مثل (الجو العام، التصميم الداخلي والخارجي، التصميم الداخلي للغرف، والعوامل الاجتماعية) وأثرها في اتجاهات الزبون من خلال دراسة ميدانية تشمل عينة من فنادق ولاية سطيف وتم التوصل إلى وجود أثر معنوي لكل عوامل المظهر المادي على إحدى اتجاهات الزبون، وكما اظهرت النتائج وجود فروقات معنوية بين اتجاهات الزبائن تبعا لخصائصهم الشخصية، وتختلف اتجاهات حسب عامل السن والجنس ،الدخل، ولا تختلف تبعا لمستوهم التعليمي ولا مدة زيارتهم.

- **دراسة منذر منهج ،خالد الهايس 2018**

تحت عنوان **اثر الصورة الذهنية والدليل المادي على زيادة رضا عملاء المنظمات الخدمية** مجلة جامعة تشرين للبحوث العلمية سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد(40) العدد(3)،هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة ذات الصلة بالدور الذي تؤديه الصورة الذهنية والدليل المادي ورضا المستفيد من الخدمة الصحية، وكذلك استطلاع الامكانية الفعلية للاستفادة من الصورة الذهنية والدليل المادي في المستشفيات، حيث كانت الدراسة الاستقصائية على المستشفيات الخاصة و قام بإعداد الاستبانة خاص

بجمع البيانات من عينة الدراسة وتحصل على عدة نتائج منها الدليل المادي وصورة الذهنية تؤثر تأثيرا طرديا بزيادة رضا المستفيد من الخدمة الصحية، وتأثر ايضا من وجهة مقدمي الخدمة الصحية.

- **دراسة سامر مصطفى 2017**

تحت عنوان **أثر الدليل المادي في تحقيق رضا العميل** مجلة جامعة البعث المجلد 39 العدد 21، دراسة ميدانية على مطعم قصر كيوان بدمشق، هدفت هذه الدراسة إلى اثر الدليل المادي في تحقيق وتلبية رضا الزبون، والذي ينقسم الى عناصر داخلية وعناصر خارجية، وقد تم التطرق الى معرفة تأثير الدليل المادي في تحقيق رضا العميل وتحديد التفضيلات التي يرغب بها العميل ومدى اختلافات الجوهرية فيما يتعلق بالدليل المادي ورضا العملاء، وفقا للمتغيرات الديمغرافية في المطعم، وتم التوصل الى نتائج اهمها تخلق آراء العملاء مطعم لكل من الرضا والدليل المادي باختلاف العمر، يشعر مرتادي المطعم بالرضا الشديد عن الخدمة المقدمة من قبله واخيرا لا تختلف آراء الذكور عن الإناث فيما يتعلق بتمييز الدليل المادي ورضاهم عن الخدمة المقدمة في المطعم.

- **دراسة فرح علي جسام 2016**

تحت عنوان **البيئة المادية للقاء الخدمي ودورها في إعادة الشراء للخدمة المصرفية** مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية المجلد 18 العدد2، تطرق الباحث في هذه الدراسة الى تحليل طبيعة مناخ الخدمة واللقاء الخدمي، وتأثيره على قرارات الزبون بتكرار وإعادة الشراء، كما يوضح ايضا طبيعة البيئة المادية في المصرف التجارة العراقي كما يدركها الزبائن وتأثير المناخ على قرارات الزبون في الشراء وقد تم التوصل الى نتائج بناء على الاشكاليات ان الانطباعات الايجابية للزبائن عن بيئة القاء الخدمي ومناخ الخدمة كان لها الاثر الواضح في الدراسة بضرورة الاهتمام المتزايد بالبيئة الداخلية للمصرف، واهمها قاعة الانتظار، وتأمين مداخل المصرف لضمان مواقف إيجابية من قبل الزبون وحفزه على تكرار الشراء، واستمرار علاقته بالمصرف.

Margaret N Githrin **Influence of physical Enivrement on Customer Satisfaction and retum Intention in Kenyan Rated Restaurants** asisan Journal of social science studies vol.2 no 1/201- 2017

تطرقت هذه الدراسة لفحص تأثير البيئة المادية على رضا العملاء ونية عودتهم، شملت الدراسة 345 عميلاً في كل من نيروبي والمنطقة الساحلية في كينيا، تم أخذ العينات بتقنية عشوائية بسيطة، وتم استخدام عناصر DINESCAPEفي قياس البيئة المادية، كما بينت الدراسة ان هناك علاقة إيجابية بين البيئة المادية ونية العودة وان أغلبية المستجيبين كانوا غير راضيين عن المظهر الخارجي الذي يمثل في بيئة المطعم، أثرت البيئة المادية بشكل كبير على نية عودة العملاء في المطاعم المصنفة لإرضاء وتشجيع العملاء لزيارة المطاعم، اقترحت الدراسة على مديري المطاعم أن يتم لتحسين المظهر الخارجي للمطاعم. ويجب عليهم أيضًا تقديم خلفية موسيقية مناسبة لعملائها.

Jin-sae Klm **Affect of "physical Enivrement of hospital on Customer satisfaction and Worth of mouth، Rrvisit Intention"**

Journal of the korea Académies –Industriel cooperation socity vol13.10,2012 Tongmyong univrrsity

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير البيئة المادية للمؤسسات الطبية على الزيارات في رضا المرضى، وقيمة الكلمة المنطوقة، وإعادة النظر في نية العودة، وبعض المواد الاستراتيجية المفيدة المستمدة من هذا الدراسة يمكن أن تكون مفيدة إلى حد كبير لمديري المؤسسات الطبية، وتم التوصل الى النتائج التالية، العناصر الأساسية التي يمكن أن تقرر جودة البيئة المادية للمؤسسات الطبية هي سهولة الوصول والنظافة والراحة، تؤثر البيئة المادية المتصورة تأثيرًا إيجابيًا على الزيارات في رضا المرضى،كلما زاد رضا العملاء كلما ارتفعت قيمة الكلمة المنطوقة،كلما زاد رضا العملاء، كلما ارتفعت نية إعادة الزيارة.

المطلب الثاني: محل الدراسات السابقة من الدراسة الحالية

سيتم في هذا المطلب توضيح أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدارسات السابقة من حيث المتغيرات الدراسة، الهدف، مكان الدراسة، المنهج المتبع وأداة الدراسة ونوجزها في الجدول التالي:

الجدول رقم (1) : أوجه الاختلاف و التشابه

الدراسات السابقة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف

مُحَّد غاندي الريماوي 2018 **الاردن** **مذكرة ماجيستير**	يوجد تشابه في عنصر البيئة المادية والمتمثل في المتغير المستقل اتخاذ نفس اداة المستخدمة spss منهج الوصفي التحليلي وكلا الدراستان اجريت في فترة حديثة	يوجد اختلاف في معالجة المتغيرة التابع حيث ركز على الاولياء وتطرق الى دراسة جميع عناصر المزيج التسويقي السبعة اختلاف في دراسة تطبيقية واختلاف مكان الدراسة
عابر سليم 2017 **بليدة 2** **مذكرة ماجيستير**	تشابه في عنصر المتغير المستقل والتابع المتمثل في البيئة المادية ورضا الزبون، نفس اداة المستخدمة spss،الوصفي الاحصائي تشابه في العينة الدراسة	اختلاف في متغير التابع اتجاه الزبون مؤسسة اجراء الدراسة الفندق والمدينة سطيف دراسة الحالية في غرداية
منذر منهج ،خالد الهايس 2018 **مجلة**	في عنصر المتغير المستقل والتابع، مؤسسة إجراء الدراسة العيادة الخاصة ، عينة الدراسة ادوات البحث الاستبانة، منهج الدراسة	تطرق الى الصورة الذهنية وجودة الخدمة، اختلاف في الدراسة الاستقصائية في حين نقوم بدراسة حالة
سامر مصطفى 2017 **دمشق** **مجلة**	نقاط التشابه تكمن في المتغير التابع والمستقل، معا منهج الدراسة، والعينة وحتى الادوات الاستبانة،	مكان اجراء الدراسة، واختلاف في نوع الدراسة الميدانية، والمؤسسة
فرح علي جسام 2016 **مجلة**	تشابه في المتغير المستقل وكان في البيئة المادية ، وكذاك ادوات وجمع البيانات، وكل من الدراسات اجريت حديثة	اختلاف في المتغير التابع اي تكرار الشراء ومكان ومؤسسة اجراء الدراسة والهدف من الدراسة
2017 Margaret N Githrin Asisan Journal	نشابه في المتغيرين البيئة المادية ورضا العملاء، ادوات وجمع البيانات نفس الدراستان اجيزت في فترة حديثة	اختلاف في دراسة نية عودة العملاء، اختلاف مؤسسة ومكان الدراسة
2012 Jin-sae Klm Korea Journal	تشابه في المتغير المستقل البيئة المادية ومؤسسة اجراء الدراسة المستشفى، ادوات الدراسة الاستبيان، ومقياس ليكارث الخماسي	اختلاف في المتغير التابع تطرق الى العديد من المتغيرات، تطرق الى التحليل الفضي وبرنامج amous 20.0 مكان الدراسة حيث اجريا في كوريا

خلاصة الفصل

من خلال تطرقنا في الفصل الأول إلى مفهوم البيئة المادية في الخدمات الصحية، ومكوناته ومكانته في المؤسسة الخدمية، منه نستخلص، ان البيئة المادية تعتبر مزيج تسويقي خدمي وهو عبارة عن ماديات يجب ان تتوفر في

العيادة الخدمية منها توفر كل سبل الراحة والأمن للزبون، مثل (الاثاث، والديكور، تصميم المبنى،.....). مما يساعد على جذب الزبون ورضاه على كل الخدمات المقدمة.

كما تناولنا مفهوم رضا الزبون الذي يعد المحور الاساسي ونقطة ارتكاز في نجاح المؤسسات، وتأثره بالبيئة المادية وبينا اهميته خصائصه ومحددات الزبون، قد يساهم ويؤثر في البيئة المادية باعتباره العنصر الوحيد الملموس في منتج الخدمة.

وكما قمنا بإجراء علاقة بين البيئة المادية ورضا الزبون، إذ تعتبر البيئة المادية العنصر الوحيد الملموس ويستطيع الزبون مشاهدته وتكوين صورة ذهنية عنها وسوف نقوم في الفصل الثاني بإسقاط نظري على الدراسة في **عيادة الواحات**.

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية في عيادة الواحات

تمهيد:

قمنا في الفصل السابق بتسليط الضوء على مفهوم البيئة المادية للخدمات الصحية ورضا الزبون، من الناحية النظرية الجوانب الملمة بالموضوع وسنتناول في هذا الفصل الدراسة الميدانية لمعرفة ما مدى تأثير البيئة المادية للخدمات على رضا الزبون في عيادة الواحات.(محل الدراسة)

وقد قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

المبحث الثاني: تحليل الدراسة الميدانية وعرض النتائج ومناقشتها

المبحث الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

خصصنا هذا المبحث لتقديم للعيادة وتعريفها وسنعرض من خلالها في المطلب الثاني مجموعة من الأدوات والطرق من الأساليب الإحصائية المناسبة لخصائص مجتمع وعينة الدراسة، بغرض عرض ومعالجة وتحليل المعطيات.

المطلب الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

الفرع الأول: المجتمع وعينة الدراسة

- **مجتمع الدراسة يتمثل** مجمع الدراسة على زبائن عيادة الواحات حيث قمنا بتقديم الاستمارة الإلكترونية عبر موقع العيادة ونشرها في مجموعات الإلكترونية وتم ملئها من طرف الزبائن المستفيدين من الخدمات الصحية للعيادة وتقديم اجوبة تساعدنا في الدراسة الميدانية.
- **حجم العينة** تم الاعتماد على الاستبيان الإلكتروني و نشره في الصفحات والمجموعات وملئه من طرف الزبائن و المستفيدين من الخدمات الصحية في عيادة الواحات.

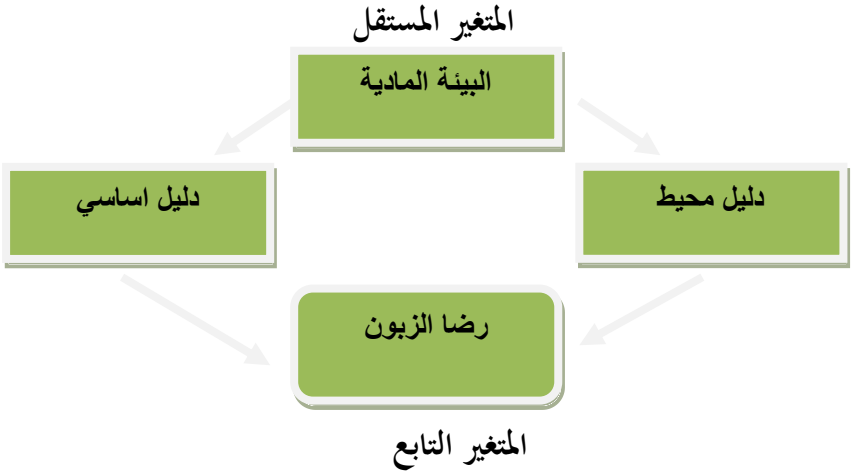
الفرع الثاني: متغيرات الدراسة

تتمثل متغيرات الدراسة فيما يلي:

المتغير المستقل: البيئة المادية للخدمات الصحية (دليل اساسي دليل المحيط)

المتغير التابع: رضا الزبون وشكل أدناه يوضح العلاقة بين المتغيرين:

الشكل (01) العلاقة بين المتغيرين التابع والمستقل



مصدر: من إعداد الطالب رابح الحاج حمو

المطلب الثاني : أدوات الدراسة

حيث سنتطرق لكفية تخطيط وتصميم أداة الدراسة، وهذا بإبراز نوع الأداة المستخدمة لجمع البيانات، وكذا المحاور التي يغطيها، لننتقل بعدها إلى إبراز أساليب المعالجة الإحصائية المستعملة لاختبار الأداة وقدتم تفريغ البيانات وتحليلها من خلال البرنامج الإحصائي (**SPSS**) (**EXCEL**):

1. الاستبيان:

خطوات تصميم وتنفيذ أداة الدراسة

قمنا بإعداد أداة الدراسة حول البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون وقد اتبعنا الخطوات التالية لبناء الاستبانة:

1- الاطلاع على بعض الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبانة وصياغة فقراتها، حيث تم الاعتماد على ذلك في صياغة فقرات الاستبانة.

2- استشارة المشرف وبعض أساتذة الكلية وفي تحديد محاور الاستبانة وفقراتها.

3- تحديد المحاور الرئيسية التي تشملها الاستبانة، وتحديد الفقرات التي تقع تحت كل محور من المحاور.

4- عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين.

5- في ضوء آراء المحكمين وتوجيهات المشرف تم تعديل بعض الفقرات الاستبانة من حيث التعديل والحذف والإضافة، لتستقر في صورتها النهائية إلى إلى ثلاثة محاور في الجزء الاول محورين الدليل الاساسي يتكون من 8 أسئلة والدليل المحيط يتكون من 9 أسئلة وفي الجزء الثاني محور رضا الزبون يحتوي على 9أسئلة

2. المجالات المعتمدة لتحديد الاتجاه العام للعبارات

تم تحدي طول الخلايا في مقياس ليكارت الخماسي من خلال المدى بين درجات المقياس (5-1=4) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي (4/5=0.80) وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (02):يوضح مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاهات العامة للعبارات

طول الخلية	درجة الموافقة
من 1 إلى 1.80	غير موافق بشدة
أكبر من1.80 إلى 2.60	غير موافق
أكبر من2.60 إلى 3.40	موافق نوعا ما
أكبر من 3.40 إلى 4.20	موافق
أكبر من 4.20 إلى 5	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نموذج ليكارث الخماسي

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمدنا على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبانة ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حددنا اتجاه العبارات حسب المجالات المعتمدة.

2. أساليب التحليل الاحصائي:

النسب المئوية والتكرارات الوصفية لعينة الدراسة والمتوسط الحسابي والمتوسط الحسابي النسبي والانحراف المعياري اختبار ألفا كرونباخ، لمعرفة درجة ثبات الاستبانة، اختبار شابيرو ويلك، لاختبار ما إذا كانت البيانات تتتبع التوزيع الطبيعي من عدمه.

جذر ألفا لحساب صدق الدراسة واختبار كاي مربع، لدراسة مدى الاستقلالية وكذا اختبار (**T-TEST**) في حالة عينتين لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة واختبار

تحليل التباين الأحادي (**ANOVA**) لمعرفة ما إذا كانت هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات.

3. ثبات وصدق أداة الدراسة:

للتأكد من صدق الاستبانة تم عرضها على بعض الأساتذة المحكمين والمختصين في التسويق في جامعة غرداية ،ولتأكد من صدق وثبات الإستبانة نقوم بحساب معامل الفا كرو نباخ.

4. الفرع الرابع : منهج الدراسة

بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي سعت لتحقيقها، استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول من خلاله وصف الظاهرة موضوع الدراسة كما توجد في الواقع، وتحليل بياناتها، والعلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها. ويعرف الحمداني المنهج الوصفي بأنه "المنهج الذي يسعى لوصف الظواهر أو الأحداث المعاصرة، أو الراهنة فهو أحد أشكال التفسير المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة، ويقدم بيانات عن خصائص معينة في الواقع، تتطلب معرفة المشاركين في الدراسة والظواهر التي ندرسها والأوقاف التي نستعملها لجمع البيانات"[1]

وقد استخدمت الطالب مصدرين أساسيين للمعلومات:

1- **المصادر الثانوية**: حيث اتجهنا في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب ذات العلاقة والمقالات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، وكذا البحث في مواقع الإنترنت.

2- **المصادر الأولية**: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة اتجهنا إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، صممت خصيصا لهذا الغرض وقد تم توزيعها على عدد من الزبائن، وتم تحليلها بواسطة برنامج التحليل الإحصائي (**SPSS**) وذلك للتحقق من صحة الفروض الموضوعة للدراسة.

[1] ميسون إسماعيل محمود الفقعاوي ، إستراتيجيات إدارة الصراع التنظيمي و أثرها على الأداء الوظيفي لدى العاملين "، رسالة ماجستير ، قسم إدارة الأعمال ، جامعة الأزهر ،كلية الإقتصاد و العلوم الإدارية ، غزة ، فلسطين ، 2017، ص 73

المبحث الثاني: تحليل الدراسة الميدانية وعرض النتائج ومناقشتها

خلال هذا المبحث سنقوم بتحليل نتائج الدراسة الميدانية حيث سيحتوي على عرض خصائص العينة المدروسة وكذا على عرض نتائج الدراسة، كما سيشتمل هذا المبحث على اختبار الفرضيات وبالتالي التعرف على أثر البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون، دراسة حالة عيادة الواحات.

وسنحاول هنا عرض وتحليل النتائج والتعقيب عنها، واستعراض خصائص كل متغير لعينة الدراسة للتحقق من صحة الفرضيات المطروحة في البحث وكذلك تحليل النتائج التي كشفت عنها الدراسة.

المطلب الاول : مناقشة وتفسير النتائج

اولا : ثبات المقياس :

تم حساب ثبات المقياس بطريقة ألفا كرو نباخ (Cronbch Alpha) : قام الباحث بحساب معامل ألفا لكل مقياس مستخدم في الدراسة وذلك بهدف اختبار ثبات المقاييس , وتتراوح قيمة ألفا بين (0) و (1) وكلما أقتربت من الواحد دلت على وجود ارتباط عالي وكلما اقتربت من الصفر دلت على عدم وجود ثبات , ويبين الجدول التالي معاملات الثبات لمقاييس الدراسة .

جدول رقم (03) : معامل أفا كرونباخ لمحاور الدراسة

المتغيرات	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
عناصر دليل المحيط	8	0.62
عناصر الدليل الاساسي	9	0.58
رضا الزبون	9	0.81
الإجمالي	26	0.80

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج spss

تشير النتائج الظاهر في الجدول ان قيم الفا للعوامل المستخدمة في الدراسة كانت جميعها تتراوح بين 0 و 1 و قيمة الفا الاجمالية0.80 وتعتبر قيمة مقبولة كقيمة ثبات وبالتالي يمكن القول بان العوامل المستخدمة تتمتع بالثبات الداخلي مايدل على درجة من الثبات لجميع الاسألة .

التحليل الوصفي للعينة

من أجل تحديد عينة الدراسة قمنا بتمثيل البيانات الشخصية التي وصفت خصائص مجتمع الدراسة.

1- الجنس:

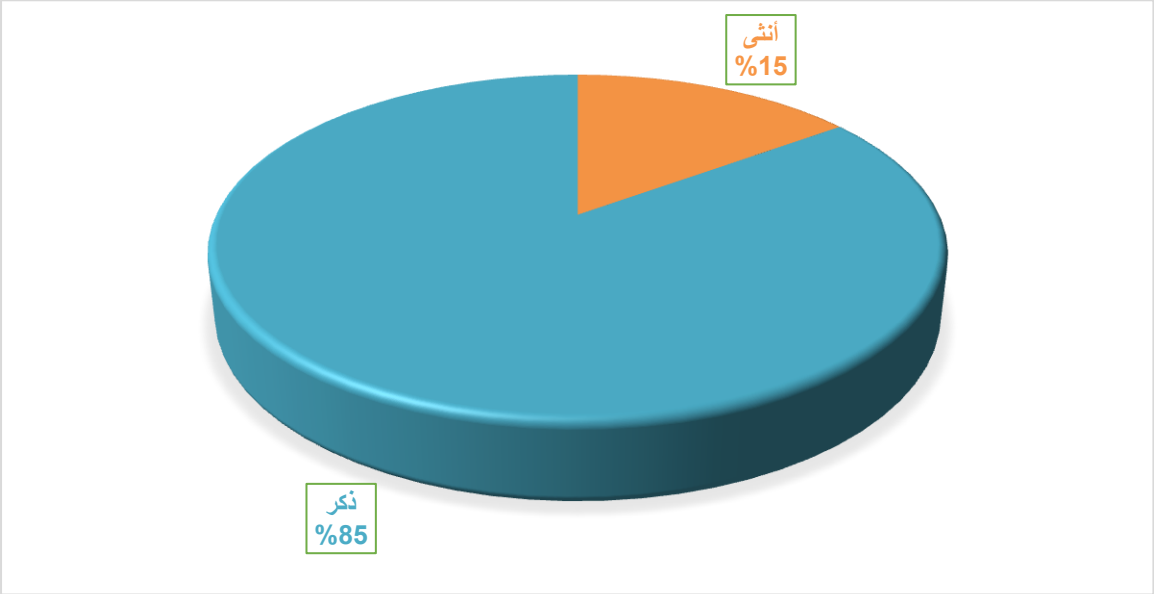
جدول رقم (4): يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب الجنس

الفئة	التكرار	النسبة
أنثى	12	15%
ذكر	68	85%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS.24**

ومنه يمكن توضيح نتائج من الجدول أعلاه من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (02): تركيبة مجتمع الدراسة حسب الجنس



المصدر : من اعداد الباحث

يبين الجدول والشكل أعلاه أن ما نسبته (85%) من مجتمع الدراسة من الذكور و (25%) من الإناث ومنه نلاحظ أن هناك اختلاف كبير بين النسبتين، وقد يعود للاستخدام المجتمع الذكور للمواقع التواصل الاجتماعي بصفة اكبر من الاناث اثناء ملئ الاستمارة الإلكترونية.

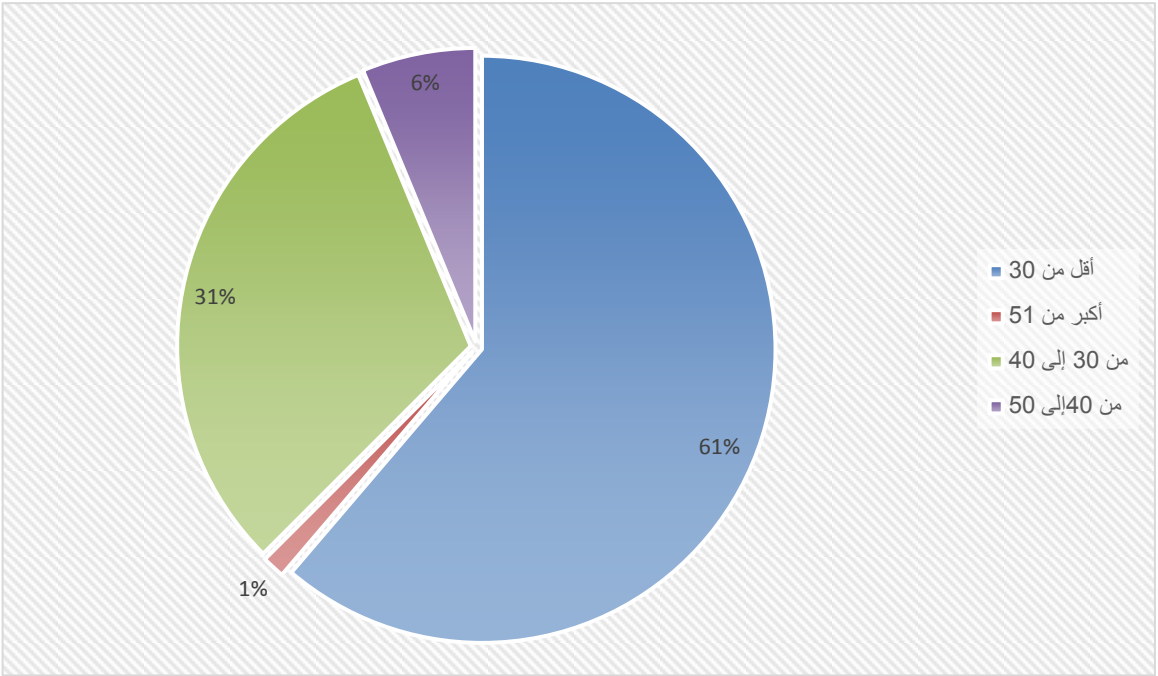
2- **السن:**

جدول رقم (05):يوضح توزيع مجتمع الدراسة حسب السن

الفئة	التكرار	النسبة
أقل من 30	49	61.25%
من30 إلى 40	25	31.25%
من 40إلى 50	5	6.25%
أكبر من 51	5	1.25%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS24**

الشكل رقم (03) : توزيع عينة مجتمع الدراسة حسب السن



المصدر: على ضوء نتائج الاستبان EXCEL 2010 من مخرجات

يمكن أن نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين، وجود نسبة 61.25% من الزبائن أعمارهم أقل من 30، ووجود نسبة من 30 إلى 40 من الزبائن أعمارهم من 30 إلى 40، ونسبة 6.25% من الزبائن أعمارهم من 40إلى 50، وأقل فئة يمثلها الزبائن الذين يزيد أعمارهم عن 51 سنة بنسبة 1.25%، قد يعزى ذلك إلى الإجراءات إلى طريقة الاستبيان الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي التي يغلب عليها الشباب أكثر الوقائية أو المرضية الغير المعقدة التي يجريها هذه الفئة الشابة، أو يمكن ردها للزيارات التي تتم إلى العيادة بشكل دوري من قبل هذه الفئة العمرية.

3 المستوى الدراسي:

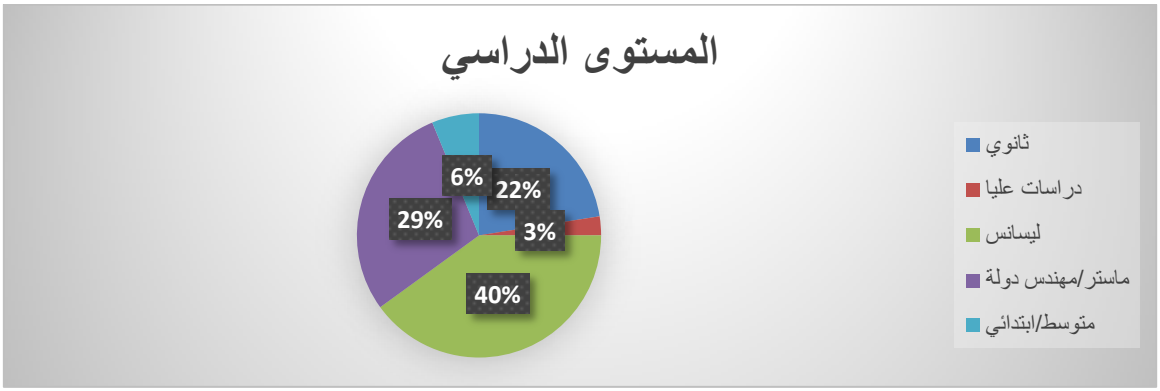
جدول رقم (06): توزيع مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي

3- الفئة	التكرار	النسبة
ثانوي	18	22.5%
دراسات عليا	2	2.5%
ليسانس	32	40%
ماستر/مهندس دولة	23	28.75%
متوسط /ابتدائي	5	6.25%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS24**

ومنه يمكن توضيح نتائج الجدول أعلاه من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (04): تركيبة مجتمع الدراسة حسب المستوى الدراسي



المصدر : من مخرجات برنامج Excel على ضوء نتائج الاستبانة

نلاحظ من الجدول والشكل السابقين أن مجتمع الدراسة يتكون من حاملي شهادة ليسانس بما نسبته 40% من أفراد العينة، وتليها فئة حاملي شهادة ماستر/مهندس دولة بنسبة 28.75%، وتليها مرحلة الثانوي بنسبة 22.5%، ثم تأتي فئة المتوسط والدراسات العليا بنسبة 2.5% و6.25% على التوالي.

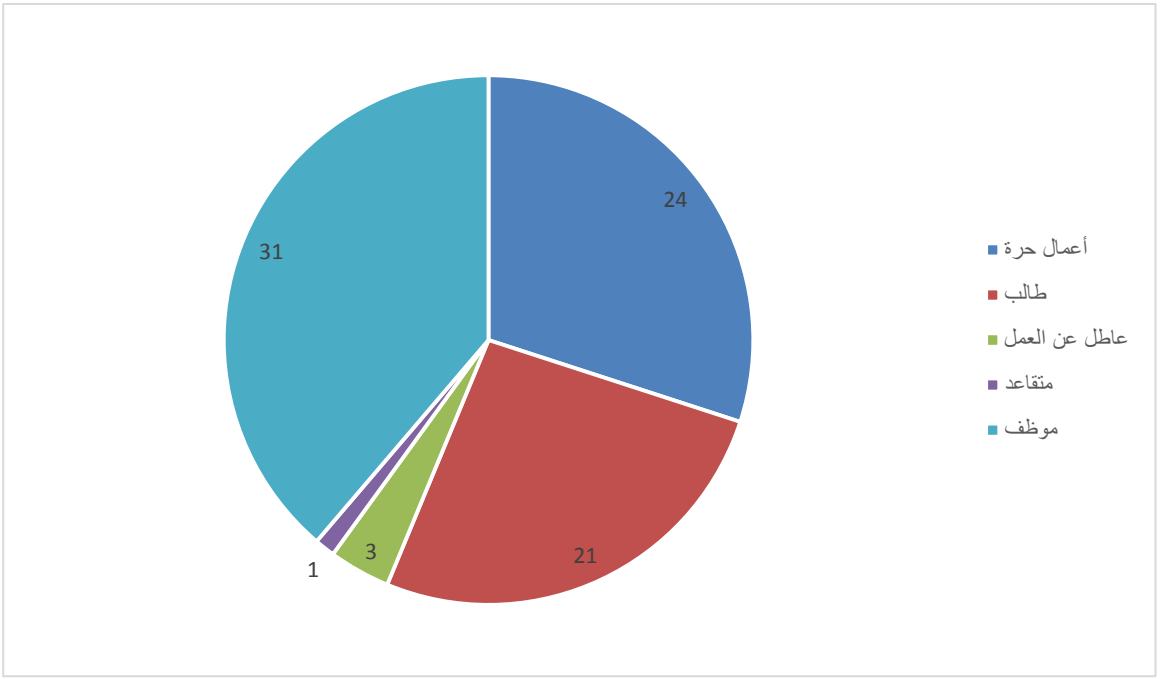
4- الوظيفة:

جدول رقم (07): توزيع مجتمع الدراسة حسب الوظيفة

الفئة	التكرار	النسبة
أعمال حرة	24	30%
طالب	21	26.25%
عاطل عن العمل	3	3.75%
متقاعد	1	1.25%
موظف	31	38.75%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات SPSS24

الشكل رقم (05): تركيبة مجتمع الدراسة حسب الوظيفة



المصدر: من مخرجات **EXCEL 2010** على ضوء نتائج الاستبانة

والملاحظ من الجدول والشكل السابقين أن أفراد العينة من فئة الموظفين تشكل ما نسبته 38.75% من أفراد العينة، تليها فئة أعمال حرة بنسبة 30% بعدها فئة الطلاب بنسبة 26.25%، ونجد فئة العاطلين عن العمل والمتقاعدين بنسبة 3.75% و1.25% على التوالي.

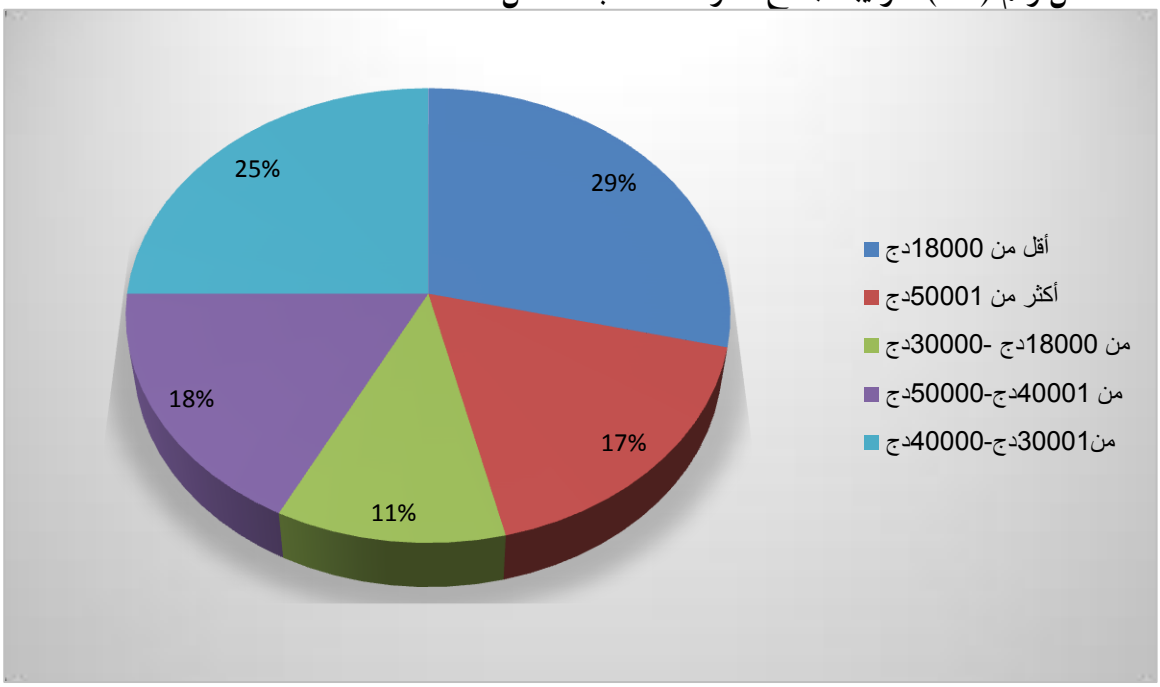
5- الدخل الشهري:

جدول رقم (08): توزيع مجتمع الدراسة حسب الدخل الشهري

الفئة	التكرار	النسبة
أقل من 18000دج	23	28.75%
أكثر من 50001دج	14	17.5%
من 18000دج -30000دج	9	11.25%
من 40001دج-50000دج	14	17.5%
من30001دج-40000دج	20	25%
المجموع	80	100%

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات SPSS24

الشكل رقم (06): تركيبة مجتمع الدراسة حسب الدخل



المصدر: من مخرجات **EXCEL 2010** على ضوء نتائج الاستبانة

والملاحظ من الجدول والشكل السابقين أن أفراد العينة من ذوي الدخل أقل من 18000دج يشكل ما نسبته 28.75% من أفراد العينة، تليها فئة ذوي الدخل من30001دج-40000دج بنسبة 25%، بعدها الفئتين ذوي الدخل من 40001دج-50000دج وأكثر من 50001دج بنفس النسبة 17.5%، ونجد فئة ذوي الدخل من 18000دج -30000دج بنسبة 11.25%.

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الإستجابة، اعتمدنا على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للاستبانة ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حددنا إتجاه العبارات حسب المجالات المعتمدة.

ثانيا : التحليل الإحصائي

تم استخدام المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والنسب المئوية والتكرارات لمعرفة درجة الموافقة.

1- تحليل إتجاهات عبارات عناصر البيئة المادية للعيادة

1-1. تحليل إتجاه المحور الأول دليل محيط العيادة:

جدول رقم (09): اتجاه إجابات أفراد العينة حول دليل محيط العيادة

العبارة	غير موافق تماما		غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		موافق تماما		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%			
1	2	2.5%	3	3.8%	23	28.8%	17	21.2%	35	43.8%	2.00	1.055	موافق الى حد ما
2	2	2.5%	4	5.0%	13	16.2%	16	20.0%	45	56.2%	1.00	1.055	غير موافق
3	9	11.2%	26	32.5%	30	37.5%	6	7.5%	9	11.2%	3.00	1.119	موافق بشدة
4	1	1.2%	3	3.8%	10	12.5%	37	46.2%	29	36.2%	2.00	0.862	موافق الى حد ما
5	1	1.2%	4	5.0%	7	8.8%	31	38.8%	37	46.2%	2.00	0.903	موافق الى حد ما
6	1	1.2%	6	7.5%	24	30.0%	18	22.5%	31	38.8%	2.00	1.051	موافق الى حد ما
7	2	2.5%	3	3.8%	10	12.5%	26	32.5%	39	48.8%	2.00	0.977	موافق الى حد ما
8	4	5.0%	13	16.2%	23	28.8%	8	10.0%	32	40.0%	2.50	1.295	موافق
متوسط عبارات المحور الأول											**2.00**	**0.548**	موافق الى حد ما

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS 24**

من الجدول أعلاه يتضح أن متوسط عبارات المحور المتعلقة بالدليل المحيط للعيادة هو 2.00 بانحراف معياري قدره 0.55 والذي يتجه إلى درجة موافق إلى حد ما، وأن العبارة الثانية وهي الأقل تجانسا بين عبارات المحور بانحراف معياري قدره 1.05، بينما العبارة الثالثة هي الأكثر تجانسا بانحراف معياري قدره 1.12.

2-1. تحليل إتجاهات المحور الثاني الدليل الأساسي للعيادة:

جدول رقم (10) اتجاه اجابات أفراد العينة حول الدليل الأساسي للعيادة

العبارة	غير موافق تماما		غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		موافق تماما		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%			
9	0	0.0%	2	2.5%	9	11.2%	25	31.2%	44	55.0%	1.00	0.787	غير موافق
10	0	0.0%	1	1.2%	9	11.2%	27	33.8%	43	53.8%	1.00	0.739	غير موافق
11	0	0.0%	4	5.0%	11	13.8%	28	35.0%	37	46.2%	2.00	0.871	موافق الى حد ما
12	0	0.0%	2	2.5%	12	15.0%	18	22.5%	48	60.0%	1.00	0.836	غير موافق
13	0	0.0%	2	2.5%	10	12.5%	33	41.2%	35	43.8%	2.00	0.775	موافق الى حد ما
14	0	0.0%	5	6.2%	14	17.5%	26	32.5%	35	43.8%	2.00	0.924	موافق الى حد ما
15	0	0.0%	5	6.2%	24	30.0%	14	17.5%	37	46.2%	2.00	1.012	موافق الى حد ما
16	1	1.2%	7	8.8%	21	26.2%	17	21.2%	34	42.5%	2.00	1.078	موافق الى حد ما
متوسط عبارات المحور الثاني											**1.67**	**0.423**	موافق الى حد ما

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS 24**

من الجدول أعلاه يتضح أن متوسط عبارات المحور المتعلقة بالدليل المحيط للعيادة هو 1.67 بانحراف معياري قدره 0.42 والذي يتجه إلى درجة موافق إلى حد ما، وأن العبارة الأولى والثانية والرابعة هي الأقل تجانسا بين العبارات بانحراف معياري قدره 0.79 و0.74 و0.84 على التوالي، بينما العبارة السادسة هي الأكثر تجانسا بانحراف معياري قدره 0.92.

اختبار ثبات نموذج الدراسة:

لتأكد من ثبات الدراسة في البرمجة بالمعادلات البنائية لا يكفي فقط حساب معامل الفا كرونباخ، بل نحتاج الى اختبارات أخرى هي:

معامل التشبع (FL –Factor Loadings)، ويقصد به مؤشر التوافق وانسجام العبارات مع بعضها البعض، وحتى نستطيع اعتماد العبارة في القياس يجب ان يكون لها FL يفوق على الاقل 70 %

- **الموثوقية المركبة** المعبر عليها بـ:(CR-Composite Reliability)، حيث تشترط قيمة أكبر من 0.7، وهي تقيس المحور ككل، وليس كل عبارة على حدى كما هو الحال على معامل التشبع. أي أنها تشير الى الاتساق الداخلي بين العبارات والمحور وهي شبيها الفا كرونباخ بالإضافة انها مستحدثة.
- **متوسط التباين المستخرج (AVE–average variance extracted)** وهو مؤشر القيم المتوسطة الكبرى لحزم المربعات للمؤشرات المرتبطة بالنموذج، وحتى يتصف النموذج بصدق التقارب يجب أن يكون أكبر من 0.5، والجدول التالي يبين قيم هذه الاختبارات الثلاثة على النحو التالي:

جدول رقم (11): قيمة الموثوقية وصحة التقارب

Construct Reliability and Validity					
AVE	CR	Factor loding	Items		
0.603	**0.857**	**0.625**	Q1		
		0.818	Q2		
		0.816	Q3		
		0.829	Q4		
		0.742	Q5		
		0.768	Q6		
		0.902	Q7		
		0.748	Q8		
0.629	**0.815**	**0.788**	Q9		
		0.771	Q10		
		0.798	Q11		
		0.787	Q12		
		0.637	Q13		
		0.843	Q14		
		0.820	Q15		
		0.854	Q16		

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن كل قيم العبارات بالنسبة للموثوقية المركبة تفوق قيمة 0.7، لذلك يمكن أن نصف أداة الدراسة المعتمد عليها في المذكرة بأنها ثابتة، وحتى ولو أعيد تكرار العملية في نفس الظروف، وعليه يمكن الاعتماد عليها.

ونلاحظ أيضا من الجدول السابق أعلاه أن قيمة (AVE) أكبر من 0.5 لكل أبعاد الدراسة، وعليه يمكن الاستنتاج أن الشرط الثاني المتمثل في صدق التقارب محقق، ونموذج الدراسة يتصف بصدق التقارب.

وانطلاقا الجدول أعلاه يتبين صحة فرضيات البحث، بأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير عناصر البيئة المادية للعيادة ومتغير رضا الزبون، عند مستوى الدلالة a أكبر من 0.05، والجدول الموالي يبن ذلك.

مصفوفة الأرتباط :

الجدول رقم (12) : مصفوفة الارتباط لمحاور الدراسة

	البيئة المادية	عناصر دليل المحيط	عناصر الدليل الاساسي
رضا الزبون	**0.385**	**0.297**	**0.341**
	0.000	**0.007**	**0.002**
	80	**80**	**80**

المصدر : من أعداد الباحث بناءا على مخرجات برنامج spss

****= دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 %.**

***= دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.05 % .**

الجدول أعلاه يفسر المصفوفة الارتباطية بين مختلف مؤشرات الدراسة حيث يتضح لنا بان كل المؤشرات لها دلالة إحصائية ولها ارتباط فيما بينها حيث ان مستوى معنوية أقل من 0.05% .

ونلاحظ بان توجد دلالة إحصائية بين محور رضا الزبون و البيئة المادية بمعدل إرتباط 0.385** و مستوى دلالة معنوية بنسبة 0.000%. وهوا مايفسر بانه توجد ارتباط متوسط بين محاور الدراسة .

اختبار T:

الجدول رقم (13) : اختبار جودة النموذج لمعاملات الارتباط

المتغييرات المستقلة	رضا الزبون	إختبار جودة النموذج F-test	معامل التحديد R^2	اختبار التأثير T-test
البيئة المادية	**0.385	13.53	0.14	3.67
عناصر دليل المحيط	**0.297	7.55	0.08	2.74
عناصر الدليل الاساسي	**0.341	10.24	0.11	3.20

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج spss

****= دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.01 %.**

***= دال احصائيا عند مستوى معنوية 0.05 % .**

من خلال الجدول السابق يمكن ان نستنتج من اختبار معاملات الارتباط ان رضا الزبون بانه دال احصائيا وله إراتباط متوسط مع المتغيير التابع البيئة المادية حيث ان معدل الارتباط 0.385**و اختبار F الذي قيميته 13.53**يبين بانها دالة احصائيا لأن دلالة اصغر من 0.01% اما معدل التغير R^2 لمحور البيئة المادية لمحور رضا الزبون فنسبته 14 % وهيا نسبة متوسطة اما اختبار T فهو يساوي 3.67** وهو دال احصائيا عند مستوى 0.01. %.

دراسة الفروق المعنوية

في هذا المطلب يتم دراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الزبائن حول البيئة المادية للعيادة ورضا الزبون – دراسة حالة عيادة الواحات– تعزى للمتغيرات الشخصية والديمغرافية التالية:

- الجنس
- السن
- المستوى الدراسي
- الوظيفة
- الدخل الشهري

1. **بالنسبة للجنس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الزبائن حول البيئة المادية للعيادة ورضا الزبون – تعزى لمتغير الجنس.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى للجنس عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى للجنس عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

جدول رقم(14): إختبار T–test بالنسبة للجنس

المحور	إختبار ليفين		إختبار (T)					
	F	القيمة الإحتمالية Sig	T	درجة الحرية	القيمة الإحتمالية الثنائية	متوسط الفرق	%95	
							القصوى	الدنيا
01	1.595	**0.211**	-1.821-	75	0.073	0.42753-	0.23481	0.89647-
			-1.927-	48.487	0.060	-.42753-	0.22191	-0.87360-
02	0.215	**0.644**	-0.482-	75	0.632	-.08914-	0.18512	-0.45884-
			-0.498-	45.582	0.621	-.08914-	0.17908	-0.44971-

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS 24**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنها لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية حيث أن متوسطات إجابة الذكور والإناث كانت متقاربة، بالإضافة إلى أن كل القيم الإحتمالية **sig** كانت أكبر من (0.05)، في المحورين وهو ما يثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين تعزى للجنس.

2. **بالنسبة للسن:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات الموظفين حول البيئة المادية للعيادة ورضا الزبون – تعزي لمتغير السن.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى للسن عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى للسن عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

جدول رقم (15) : إختبار (ANOVA) بالنسبة للسن

المحور	إختبار ليفين		إختبار (T)					
	F	القيمة الإحتمالية Sig	T	درجة الحرية	القيمة الإحتمالية الثنائية	متوسط الفرق	%95	
							القصوى	الدنيا
01	0.210	**0.649**	-0.914-	75	0.364	-.21540-	0.23567	-0.68607-
			-0.954-	46.759	0.345	-.21540-	0.22581	-0.66973-
02	0.231	**0.633**	0.015	75	0.988	0.00354	0.23208	-0.45995-
			-1.821-	75	0.073	-.42753-	0.23481	-0.89647-

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS 24**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيم الاحتمالية بالنسبة للمحورين أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين تعزى للسن عند مستوى المعنوية $0.05 \geq \alpha$.

3. بالنسبة المستوى الدراسي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات الموظفين حول البيئة المادية للعيادة ورضا الزبون – تعزى لمتغير المستوى الدراسي.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى المستوى الدراسي عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى المستوى الدراسي عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

جدول رقم (16) إختبار (ANOVA) بالنسبة لمستوى الدراسي

		مجموع المربعات	درجة الحرية	مربع المتوسطات	F	القيمة الإحتمالية
المحور 01	بين المجموعات	.025	4	.025	0.083	**0.774**
	بين المجموعات	23.700	75	.304		
	المجموع	23.725	79			
المحور 02	بين المجموعات	.840	4	0.210	0.405	**0.8050**
	بين المجموعات	32.190	75	0.519		
	المجموع	33.030	79			

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS 24**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيم الاحتمالية بالنسبة للمحورين أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين تعزى للمستوى الدراسي عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

4. بالنسبة للوظيفة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات الموظفين حول البيئة المادية للعيادة ورضا الزبون – تعزى لمتغير الوظيفة.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى للوظيفة عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

H_1 هناك فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة تعزى للوظيفة عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

جدول رقم (17): اختبار (ANOVA) بالنسبة لسنوات الخدمة

		مجموع المربعات	درجة الحرية	مربع المتوسطات	F	القيمة الإحتمالية
المحور 01	بين المجموعات	2.621	4	0.874	1.038	**0.382**
	بين المجموعات	53.034	75	0.842		
	المجموع	55.655	79			
المحور 02	بين المجموعات	.446	4	0.149	0.287	**0.834**
	بين المجموعات	32.584	75	0.517		
	المجموع	33.030	79			

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS 24**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيم الإحتمالية بالنسبة لكل المحاور أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين تعزى للوظيفة عند مستوى المعنوية $0.05 \geq \alpha$

1. بالنسبة للدخل الشهري:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في إجابات المبحوثين حول البيئة المادية للعيادة ورضا الزبون – تعزى لمتغير الدخل الشهري.

H_0 لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين تعزى للدخل الشهري عند مستوى المعنوية $\geq \alpha$ .0.05

H_1 توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين تعزى للدخل الشهري عند مستوى المعنوية $\geq \alpha$ .0.05

جدول رقم (18): إختبار (ANOVA) بالنسبة للدخل الشهري

		مجموع المربعات	درجة الحرية	مربع المتوسطات	F	القيمة الإحتمالية
المحور 01	بين المجموعات	1.523	4	.381	1.286	**.283**
	بين المجموعات	22.202	75	.296		
	المجموع	23.725	79			
المحور 02	بين المجموعات	4.492	4	0.898	1.920	**0.104**
	بين المجموعات	28.538	75	0.468		
	المجموع	33.030	79			

المصدر: من إعداد الطالب على ضوء مخرجات **SPSS 24**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيم الإحتمالية بالنسبة لكل المحاور أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين تعزي للدخل الشهري عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

المطلب الثاني : نتائج هذه الدراسة في ضوء الفرضيات المدروسة

في هذا المطلب سنتناول النتائج التي تم التوصل اليها

1)- نتائج الدراسة :

بعد ان قمنا بحساب معاملات الارتباط بين المغيرات المستقلة و المتغير التابع , تم اختبار جودة النموذج العلاقة باستخدام F ثم حساب النسبة التي يفسرها كل متغير مستقل في التغيير الحاصل في درجة تاثير البيئة المادية كمتغير مستقل على رضا الزبون كمتغيير تابع وذلك باستخدام R^2 ثم التأكد من معنوية تاثير هذه المتغيرات المستقلة على محور العوامل المتعلقة بموضوع الدراسة و باستخدام اختبار Tتبين انه :

- ✓ توجد علاقة إحصائية بين محور رضا الزبون و محور البيئة المادية حيث ان معامل الارتباط يساوي 0.385** و بنسبة دلالة معنوية 0.000 % .
- ✓ توجد علاقة دلالة إحصائية بين محور رضا الزبون ومحور عناصر دليل المحيط حيث ان معامل الارتباط يساوي0.297** وبنسبة دلالة معنوية 0.000% .

توجد علاقة دلالة إحصائية بين محور رضا الزبون ومحور عناصر دليل الاساسي حيث ان معامل الارتباط يساوي0.341** وبنسبة دلالة معنوية 0.000% .

إختبار فرضيات الدراسة

بعد استعراض نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة بشأن بعض المحاور والابعاد المتعلقة مدى البيئة المادية في رضا الزبون ، سنقوم الان باختبار الفرضيات التي تقيس مجموعة من علاقات التأثيرية بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة ، وذلك استنادا للإجابات والنتائج المتحصل عليها :

الفرضية 1 :

(يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل محيط للعيادة على رضا الزبون)

لدينا :

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل محيط للعيادة على رضا الزبون

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل محيط للعيادة على رضا الزبون

من خلال مصفوفة الارتباط و اختبار T يتضح لنا بأنه توجد علاقة ارتباطية وذات دلالة إحصائية بين عناصر الدليل محيط العيادة و رضا الزبون ، حيث ان معامل الارتباط بنسبة **0.297****وبقيمة احتمالية

sig= 0.000 وهي اقل من مستوى معنوية 0.01% ، وهي قيمة مقبولة لأنها ترفض فرضية العدم H0 و تقبل الفرضية البديلةH1 لان مستوى الثقة 0.01% اقل من 0.05%.

ستنتج بانه توجد علاقة ارتباطية وذات دلالة إحصائية بين محور عناصر الدليل محيط العيادة و رضا الزبون ، بحيث نسبة التغيير عناصر الدليل محيط العيادة في رضا الزبون تساوي 8% وهي نسبة متوسطة وبالتالي تكون الفرضية الاولى صحيحة .

الفرضية 2:

(يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل الأساسي للعيادة على رضا الزبون)

لدينا :

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل الاساسي للعيادة على رضا الزبون

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعناصر الدليل الاساسي للعيادة على رضا الزبون

من خلال مصفوفة الارتباط و اختبار T يتضح لنا بأنه توجد علاقة ارتباطية وذات دلالة إحصائية بين عناصر الدليل الاساسي العيادة و رضا الزبون ، حيث ان معامل الارتباط بنسبة **0.341****وبقيمة احتمالية

sig= 0.000 وهي اقل من مستوى معنوية 0.01% ، وهي قيمة مقبولة لأنها ترفض فرضية العدم H0 و تقبل الفرضية البديلةH1 لان مستوى الثقة 0.01% اقل من 0.05%.

ستنتج بانه توجد علاقة ارتباطية وذات دلالة إحصائية بين محور عناصر الدليل الاساسي للعيادة و رضا الزبون ، بحيث نسبة التغيير عناصر الدليل الاساسي للعيادة في رضا الزبون تساوي 11% وهي نسبة متوسطة وبالتالي تكون الفرضية الثانية صحيحة.

الفرضية 3:

(يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للزبائن حول البيئة المادية للعيادة تعزى للمتغيرات الشخصية والديمغرافية (الجنس، السن مستوى التعليمي).

H0: لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للزبائن حول البيئة المادية للعيادة تعزى للمتغيرات الشخصية والديمغرافية (الجنس، السن مستوى التعليمي

H1: يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية للزبائن حول البيئة المادية للعيادة تعزى للمتغيرات الشخصية والديمغرافية (الجنس، السن مستوى التعليمي

لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية حيث أن متوسطات إجابة الذكور والإناث كانت متقاربة، بالإضافة إلى أن كل القيم الإحتمالية **sig** كانت أكبر من (0.05)، في المحورين وهو ما يثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين تعزى للجنس

أن القيم الاحتمالية بالنسبة للمحورين أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين تعزى للسن عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

القيم الاحتمالية بالنسبة للمحورين أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين تعزى للمستوى الدراسي عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

أن القيم الإحتمالية بالنسبة لكل المحاور أكبر من مستوى الدلالة 0.05، أي نقبل الفرضية العدمية، مما يدل على عدم وجود فروقات في إجابة المبحوثين تعزي للدخل الشهري عند مستوى المعنوية $\alpha \geq 0.05$.

خلاصة الفصل الثاني:

تناولنا في هذا الفصل دراسة حالة حول مدى تأثير البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون على مستوى عيادة الواحات، أما في ما يتعلق في دراسة الميدانية، فقد استخدمنا طريقة التحليل من خلال الاستبانة الذي تم توزيعها على عينة من مجتمع ، وتم استخدام 80 استبيان مكون من عدد من الأسئلة على ثلاث محاور كما هو مبين في العنصر المتعلق بأداة الدراسة، تم التوصل إلي أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين البيئة المادية ورضا الزبون، بحيث تم قبول الفرضية الرئيسية وفرضياتها الفرعية.

الخاتمـــــــة

من خلال هذه الدراسة واعتمادا على الاطار النظري و التطبيقي يتضح ان لعناصر البيئة المادية أهمية كبيرة في المؤسسات الصحية حيث يعمل على تحسين أداء امما يساهم في كسب رضا الزبون وتحسين معنوياته ويمكن ان نصيغ أهم النتائج المتوصل إليها في الجانب التطبيقي لعينة الدراسة في النقاط التالية :

أولا النتائج الدراسة :

نتائج الدراسة: توصلنا من خلال الدراسة الميدانية للنتائج التالية:

- ✓ توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين البيئة المادية للعيادة (الدليل المحيط للعيادة، الدليل الأساسي للعيادة) وبين رضا الزبون.
- ✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابة المبحوثين نحو البيئة المادية للعيادة وتأثيرها على رضا الزبون تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى الدراسي، الوظيفة، الدخل الشهري).
- ✓ يوجد أثر إيجابي وعلاقة ارتباط طردية وقوية بين هذا المتغير المستقل والمتغير التابع للدراسة.

ثانيا : التوصيات

بناء على ما توصلنا إليه من نتائج، فيما يتعلق بالجانب المادي للعيادة ورضا الزبون، فإنه يمكن تقديم اقتراحات والتوصيات التالية:

- ضرورة الاهتمام أكثر بالجانب المادي للعيادة وتوفير متطلباتها.
- استغلال المعارف والأفكار والخبرات وتشجيعها ودعمها لتحقيق رضا الزبون.
- ضرورة تفعيل وتمكين الجوانب المادية كمدخل لتطوير وتحسين جودة الخدمات.
- التحسين المستمر للدليل المادي باعتباره عنصر مهم يساعد على زيادة إدراك جودة الخدمات ورضا الزبون.
- الالتزام بضرورة التوافق والتأقلم مع المتغيرات الخارجية والاجتماعية والاقتصادية بما يحقق رضا الزبون.

ثالثا : آفاق الدراسة

نأمل ان يفتح هذا البحث مجالا واسعا للبحوث تتناول الموضوع من جوانب أخرى وتثري نقاط لم يسعنا المجال ان نذكرها آملين ان لا يتوقف البحث في المجال الصحي آفاقه ونقترح جملة من المواضيع :

مستوى رضا الزبون عن الخدمات العيادات

آثر تبني المؤسسات الصحية إدارة الجودة الشاملة على رضا الزبون

واقع الإصلاح الحي في الجزائر وانعكاساته على جودة الخدمات

المصادر والمراجع

أولا: المراجع العربية

الكتب:

- محمود جاسم الصميدعي ردينة عثمان تسويق الخدمات دار المسير والنشر والتوزيع الاردن عمان2010
- محمود جاسم الصميدعي ,ردينة عثمان ,**تسويق الخدمات** ,دار المسيرة والنشر والتوزيع ,عمان ,الأردن 7303
- ففريد كورتل، تسويق الخدمات، جامعة سكيكدة – الجزائر، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى
- فريد كورتل واخرون **تسويق الخدمات الصحية** دار النشر والتوزيع

المذكرات:

- ✓ عياد ليلى **اثر جودة الخدمات الصحية على رضا المستهلك** اطروحة دكتوراه جامعة تلمسان
- ✓ شنيني عبد الرحيم، "**دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية دراسة حالة مدينة غرداية**"، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،2010؛
- ✓ بوزناد دليلة **ضرورة تفعيل التوجه التسويقي للوصول إلى جودة الخدمة في المؤسسات الصحية العمومية** دراسة حالة على قطاع الصحة في الجزائر، مذكرة ماجيستير، جامعة الجزائر،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2012.2011؛
- ✓ عابر سليم **المظهر المادي للخدمة واثره على اتجاهات الزبون دراسة حالة الفنادق**، بمدينة سطيف، مذكرة ماجيستير جامعة البليدة 2، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- ✓ دريدي احلام **دور استخدام نماذج صفوف الانتظار في تحسين جودة الخدمات الصحية**، دراسة حالة المؤسسة العمومية للصحة الجوارية مذكرة ماجستير، جامعة مُحَمَّد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،2014

- ✓ بوعنان نور الدين **جودة الخدمات واثرها على رضا العملاء، دراسةميدانية في المؤسسات المينائية لسكيكدة**، مذكرة ماجستير، جامعة مُحَّد بوضياف مسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2016/2017
- ✓ واله عائشة **اهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون دراسة حالة المؤسسة العمومية الاستشفائية لعين الطاية**، مذكرة ماجيستير، جامعة الجزائر3، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير 2011/2010
- ✓ عتيق عائشة **جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية الجزائرية مذكرة ماجستير** جامعة ابو بكر تلمسان
- ✓ مُحَّد غاندي الريماوي **اثر عناصر المزيج التسويقي على اختيار اولياء الأمور للمدارس الخاصة دراسة تطبيقية في مدينة الزرقاء – الاردن، جامعة الزرقاء، كلية الدراسات العليا 2017/2018**
- ✓ بكرو هشام تأثير **جودة خدمات على رضا العميل دراسة حالة مذكرة شهادة ماستر** جامعة تيسمسيلت
- ✓ بوجام السعيد عثامنية عبد الرحيم **استراتيجية التوزيع واثرها على التنمية رضا الزبون دراسة حالة** مذكرة ماستر جامعة 8ماي 1945قالمة
- ✓ ميسون إسماعيل محمود الفقعاوي، **استراتيجيات إدارة الصراع التنظيمي وأثرها على الأداء الوظيفي لدى العاملين**، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة الأزهر، كلية الإقتصاد و العلوم الإدارية ، غزة ، فلسطين ، 2017،

-المجلات:

- ✓ مجلة قياس وتقييم جودة الخدمات الصحية دراسة تطبيقية في مستشفى الفيحاء العام / البصر؛
- ✓ منذر مرهج، خالد الهايس **اثر الصورة الذهنية والدليل المادي على زيادة رضا العملاء المنظمات الخدمية**، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات المجلد 40/ عدد 3 /2018
- ✓ قياس وتقييم **جودة الخدمات الصحية دراسة التطبيقية** في مستشفى الفيحاء العام / البصرة مجلة
- ✓ **العلاقة التفاعلية بين ابعاد الجودة الخدمة ورضا الزبون** مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال ، المجلد 03العدد 04/2017

- ✓ المجة الاسيوية لدراسات العلوم الاجتماعية المجلد 2 رقم 1 2017 ص12
- ✓ سامر المصطفى ماهر الحبيب زيد اثر الدليل المادي في تحقيق رضا العملاء دراسة ميدامية على مطعم قصر كيوان بدمشق مجلة الجامعة البحث المجلد 39/ العدد21-.2017
- ✓ فرح علي جاسم، **البيئة المادية للقاء الخدمي ودورها في اعادة الشراء للخدمة المصرفية دراسة تطبيقية في المصرف العراقي للتجارة TBI** مجلة القادسية للعلوم والاقتصاديات، المجلد 18/عدد2016/2

.

ثانيا: المراجع الأجنبية.

Christopher Lovelock et autre ,marketing des services , Pearson education France ,6 edition , 2008

* Margaret N Githrin **Influence of physical Enivrement on Customer Satisfaction and retum Intention in Kenyan Rated Restaurants** asisan Journal of social science studies vol.2 no 1/201-2017

Jin-sae Klm **Affect of "physical Enivrement of hospital on Customer satisfaction and Worth of mouth، Rrvisit Intention"**

Journal of the korea Académies –Industriel cooperation socity vol13.10,2012 Tongmyong univrrsity

الملاحق

الملحق رقم (1) : قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
تامر احمد البشير	أستاذ محاضر	جامعة غرداية
أولاد حيمودة عبد اللطيف	أستاذ محاضر	جامعة غرداية
عبيدي فتيحة	أستاذ محاضر	جامعة غرداية

الملحق رقم 2 : استمار الاستبيان

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير

شعبة العلوم التجارية

تخصص تسويق خدمات

استمارة استبيان

أخي الفاضل أختي الفاضلة تحية طيبة:

نحن بصدد إنجاز مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق خدمات بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة غرداية تحت عنوان "**أثر البيئة المادية للخدمات الصحية على رضا الزبون**"، نتقدم إلى سيادتكم المحترمة لكونكم أحد أفراد عينة دراستنا الميدانية، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر البيئة المادية بالعيادة وأقسامها وتصميمها وخدماتها على رضا الزبون، ونظرا لأهمية رأيكم في هذا المجال، نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستمارة بكل دقة وموضوعية، وذلك بوضع إشارة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، إن مشاركتكم مهمة وعامل أساسي من عوامل نجاحنا.

علما أن إجابتكم ستعامل بشكل سري ولأهداف البحث العلمي فقط، شاكرين لكم حسن تعاونكم.

من إعداد الطالب: تحت إشراف الأستاذ:

رابح الحاج حمو د. أويابة صالح

السنة الجامعية: 2020/2019

قائمة الملاحق

أولا البيانات الشخصية :الرجاء وضع العلامة (x) في المكان المناسب

1.الجنس:

ذكر ☐ **أنثى** ☐

2.السن:

أقل من 30سنة ☐ **من 30الى 40سنة** ☐

من 41الى 50 سنة ☐ **اكبر من 51سنة** ☐

3.المستوى التعليمي

أقل من ثانوي ☐ **ثانوي** ☐ **ليسانس** ☐

ماستر ☐ **ماجيستير** ☐ **دكتوراه** ☐

4.الوظيفة:

موظف ☐ **أعمال حرة** ☐

طالب ☐ **متقاعد** ☐

عاطل ☐

5.الدخل الشهري:

أقل من 18000 دج ☐ **30000–18001 دج** ☐

40000 30001دج ☐ **50000–40001دج** ☐

أكثر من 50001 دج ☐

الجزء الأول البيئة المادية

1–عناصر الدليل المحيط

الرقم	العبارة	موافق	موافق بشدة	موافق نوعا ما	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يسهل الوصول الى موقع العيادة.					
2	تصميم مدخل العيادة يدل عليها.					
3	موقع العيادة مناسب وقريب من مكان سكنك ومن النقل العام.					
4	توفر العيادة على موقف السيارات للمرضى واسعة ومنظمة.					
5	تتضمن العيادة على ممرات خاصة لدخول وخروج لذوي الاحتياجات الخاصة.					
6	تتضمن العيادة على مساحة خضراء وبيئة طبيعية تساهم في راحة المرضى					
7	تتوفر العيادة على قاعات الانتظار مريحة					

8	تتضمن العيادة على خدمات تكميلية (كافيتريا ،فليكسي ،مصلى، صيدلية)					

2– عناصر الدليل الاساسي

الرقم	العبارة	موافق	موافق بشدة	موافق نوعا ما	غير موافق	غير موافق بشدة
9	التصميم الداخلي للعيادة راقي ومريح (التنقل بين الاقسام والمصالح ،ممرات واسعة).					
10	تضع العيادة لوحات وعلامات إرشادية تسهل الوصول إلى مختلف الأقسام والمصالح.					
11	تجهيزات الغرف التي تمتلكها العيادة ذات جودة عالية (أسرة، تدفئة وتبريد، إضاءة، ألوان).					
12	تستخدم العيادة أجهزة حديثة ومتطورة في الخدمة (مخابر تحليلية)					
13	تتمتع العيادة بتهوية ونظافة عالية في مرافقه المختلفة					
14	توفر لدى العيادة سيارة إسعاف خاصة.					
15	وجبة الطعام التي تقدمها العيادة للمرضى صحية وملائمة.					
16	تتوفر العيادة على والأدوية اللازمة التي يحتاجها المريض					
17	تقدم العيادة على خدمات تكميلية (التأهيل الحركي الرياضة، السباحة)					

الجزء الثاني: رضا الزبون

الرقم	العبارة	موافق	موافق بشدة	موافق نوعا ما	غير موافق	غير مواق بشدة
1	تعتبر نوعية الخدمات أفضل من توقعك.					
2	تسعى العيادة دوما لتلبية حاجاتكم ورغباتكم ورغبات مرضاكم					
3	تقوم العيادة بوضع سجل لملاحظاتكم واقتراحاتكم.					
4	تتم معاملتك بشكل لائق من طرف العاملين أو مقدمي الخدمة.					
5	أسعار العيادة متوافقة مع مستوى خدماتها وتعبر عنها بشكل جيد.					

6	تشجع أقاربك وأصدقاءك للتعامل مع هذه العيادة.					
7	ترغب في الاستمرار بالتعامل مع هذه العيادة.					
8	إذا واجهتك مشكلة في الخدمة التي تقدمها العيادة ستنقلها مباشرة إلى الادارة.					
9	تشعر بأن العيادة تضع مصلحة زبائنها فوق كل اعتبار.					

الملحق 3 : مخرجات برنامج spss

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,805	26

الجنس

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	68	85,0	85,0	85,0
	أنثى	12	15,0	15,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

السن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة30 من أقل	49	61,3	61,3	61,3
	سنة40 الى30 من	25	31,3	31,3	92,5
	سنة 50 الى41 من	5	6,3	6,3	98,8
	سنة51 من اكبر	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي من أقل	5	6,3	6,3	6,3
	ثانوي	18	22,5	22,5	28,8
	ليسانس	34	42,5	42,5	71,3
	ماستر	22	27,5	27,5	98,8
	ماجيستير	1	1,3	1,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart-type	N
الزبون رضا	2,1014	,72596	80
المادية البيئة	1,9331	,39772	80

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques			
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2
1	,385[a]	,148	,137	,67442	,148	13,536	1	

a. Valeurs prédites : (constantes), المادية البيئة

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression	6,157	1	6,157	13,536	,000[b]
	Résidu	35,478	78	,455		
	Total	41,634	79			

a. Variable dépendante : الزبون رضا

b. Valeurs prédites : (constantes), المادية البيئة

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,745	,376		1,978	,051
	المادية البيئة	,702	,191	,385	3,679	,000

a. Variable dépendante : الزبون رضا

Corrélations

		المادية البيئة	المحيط دليل عناصر	الاساسي دليل عناصر	الزبون رضا
المادية البيئة	Corrélation de Pearson	1	,851**	,796**	,385**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	80	80	80	80
المحيط دليل عناصر	Corrélation de Pearson	,851**	1	,359**	,297**
	Sig. (bilatérale)	,000		,001	,007
	N	80	80	80	80
الاساسي دليل عناصر	Corrélation de Pearson	,796**	,359**	1	,341**
	Sig. (bilatérale)	,000	,001		,002
	N	80	80	80	80
الزبون رضا	Corrélation de Pearson	,385**	,297**	,341**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,007	,002	
	N	80	80	80	80

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).