

قياس تأثير الترتيب الداخلي في رضا الزبائن (المرضى) بأستعمال نموذج سيرفس سكيب (Servicescape)

م.د. نادية لطفي عبد الوهاب / كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة بغداد

المستخلص :

يهدف هذا البحث الى التعرف على تأثير الترتيب الداخلي لمستشفى غازي الحريري للجراحات التخصصية على رضا الزبائن (المرضى) بأستعمال نموذج سيرفس سكيب (Servicescape)، أما مشكلة البحث فتمثلت في مدى مراعاة إدارة المستشفى في تصميم الخدمة والترتيب الداخلي للمستشفى للنواحي الجمالية والوظيفية التي تلائم حصول المرضى على الخدمات العلاجية والتمريضية ، واستعمل المقياس المقدم في دراسة مايلز وآخرون (Miles et al,2012) لجمع البيانات ، والذي يتضمن المتغير المستقل فيه (١٧) فقرة موزعة على ثلاث ابعاد (النواحي الجمالية للمستشفى ، نظافة المستشفى ، و إتاحة الترتيب الداخلي للوصول) أما المتغير التابع فهو رضا الزبائن (المرضى) والذي يتضمن (١٠) فقرات ، وشمل البحث المرضى الراقدين في اقسام المستشفى المختلفة وبواقع (١٢٩) مريض ، وتم التحقق من صدق وثبات المقياس ، واستعملت اساليب احصائية عدة للحصول على النتائج كالوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (Z) لمعرفة معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين واختبار (F) لمعرفة معنوية التأثير بين المتغيرات ، وباستعمال البرنامج الاحصائي (SPSS) الاصدار الحادي والعشرين ، وتوصل البحث لعدة استنتاجات منها، تبين ان هنالك عدم تناسق ما بين اللون الجدران والارضية مما ينعكس على النواحي الجمالية للمستشفى وخصوصاً ان هذه الخاصية مهمة جداً في تصميم الترتيب الداخلي للخدمة ليكون وظيفي وجذاب للزبائن (المرضى)، كما ان المستشفى لاتراعي بشكل كافي استغلال مساحات ممرات المستشفى للاستفادة منها لاستراحة الزبائن (المرضى) وبالتالي تتوفر لهم أماكن للراحة وخصوصاً انهم من الحالات المرضية المختلفة ، واوصى البحث بضرورة الاهتمام بشكل خاص بتناسق الالوان وخصوصاً اللون الجدران والارضية لما لهذه الجوانب من انعكاسات مهمة على تفضيل البقاء والشعور بالراحة للزبائن (المرضى) ومحاولة الاستفادة من المساحات المتاحة كالممرات لوضع كراسي مريحة لجلوس المرضى أثناء انتقالهم داخل المستشفى لتلقي الخدمات العلاجية.

المصطلحات الرئيسية للبحث/ الترتيب الداخلي للخدمة - رضا الزبون (المرضى) - نموذج سيرفس سكيب Servicescape .



المقدمة :

جاء الاهتمام بالترتيب الداخلي للخدمة وتصميمها كأحد الموضوعات التي لها ارتباط بتحقيق رضا الزبائن فمنظمات الخدمة تختلف عن المنظمات الصناعية ، من حيث طبيعة انتاج الخدمة فيها كونها تنزامن مع استهلاكها ، لذا يتواجد مقدم الخدمة مع الزبون في نفس مكان الحصول على الخدمة ، أي ان تصميم الخدمة والترتيب الداخلي للخدمة مرتبطان بعضهم مع البعض الآخر ، لذا باتت اغلب المنظمات الخدمية تهتم بشكل كبير بالنواحي الجمالية وخصوصاً ضمن المكاتب الامامية لتقديم الخدمة الى جانب الاهتمام بالنواحي الوظيفية التي يمكن ان يحققها الترتيب الملائم لمنظمات الخدمة ، كما أصبح تصميم منظمات الخدمة كالمستشفيات والفنادق وغيرها يؤخذ من وجهة نظر الزبون وما يمكن ان يؤثر في مدة بقاءه داخل هذه الاماكن ويحقق له الراحة والرضا عن الخدمات المقدمة ، ويعد بتنر (Bitner ، ١٩٩٢) اول من استعمل مصطلح (Servicescape) في نمودجه الذي يتضمن ثلاث ابعاد (النواحي الجمالية للمستشفى ، نظافة المستشفى ، واتاحية الترتيب الداخلي للوصول) للإشارة الى الترتيب الداخلي للخدمة وما يحيط بتقديم الخدمة من جوانب مادية ملموسة ، ولإزالة العديد من الكتاب والباحثين يستعمل هذا النموذج لحد الان كونه يصلح لجميع انواع الخدمات ، ومن هنا فقد تمثلت مشكلة البحث بمدى اهتمام الجهات المسؤولة عن تقديم الخدمة بالزبون من خلال توفير جميع وسائل الراحة والشعور بالترحيب وانه جزء مهم من المكان الذي يتواجد فيه لتلقي الخدمة ، ومدى محاولة المستشفى في اعطاء انطباع للزبون يوحى بالتزام عالي بتقديم خدمات تتلائم مع احتياجات وتصورات الزبون (المرضى) ، واعتمد المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالبحث استناداً للمقياس المقدم في دراسة مايلز وآخرون (Miles et al,2012) والمعد وفق نموذج Bitner (، ١٩٩٢) ، ويتضمن البحث اربع محاور (منهجية البحث وبعض البحوث السابقة ، الاطار النظري للبحث ، الجانب العملي والاستنتاجات والتوصيات) .

المحور الاول / منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة

اولاً: منهجية البحث

١. مشكلة البحث

يحتاج المريض للشعور بالراحة في المكان الذي يتلقى فيه الخدمات العلاجية والتمريضية ، فتواجهه في المستشفى لايد من ان يجعله شخص مرحب به وأنه جزء من المكان المتواجد فيه وتتوفر له سهولة الانتقال والحصول على الخدمات المقدمة ، ومن هنا تمثلت مشكلة البحث في مدى مراعاة إدارة المستشفى في تصميم الخدمة والترتيب الداخلي للمستشفى النواحي الجمالية والوظيفية التي تلائم حصول المرضى على الخدمات العلاجية والتمريضية ، ومن هنا يمكن إثارة عدة تساؤلات بحثية وكما موضح على النحو الآتي :

أ- هل يراعي الترتيب الداخلي للمستشفى تحقيق ترتيب وظيفي ملائم لتقديم خدمات ترضي (المرضى) ، وما مدى حصول الزبائن على الخدمات من دون عناء وشعورهم أنهم موضع ترحيب وانتماء للمكان المتواجدين فيه لتلقي العلاج ؟

ب- ما مدى اهتمام إدارة مستشفى غازي الحريري للجراحات التخصصية بتوفير وسائل الراحة والاهتمام بوضع لوحات ارشادية تساعد المرضى بالوصول الى الخدمات بسهولة ويسر ؟

ج- هل تحاول إدارة المستشفى من خلال تصميم الترتيب الداخلي للمستشفى ترك انطباع لدى الزبون يوحى بالتزام عالي بتقديم خدمات تتلائم مع احتياجاته وتصوراته وتحقق رضاه ؟

٢. أهداف البحث

يهدف البحث لتحقيق الاهداف الآتية :

- التعرف على رأي الزبون(المرضى) حول مدى ملائمة الترتيب الداخلي للمستشفى ومراعاته الجوانب الوظيفية فضلاً عن الجوانب الجمالية والحصول على الخدمات من دون عناء .
- التحقق من رأي الزبون باللوحات الارشادية ووسائل الراحة الموجودة داخل المستشفى ، ومدى نظافة المستشفى .
- قياس معنوية العلاقات الارتباطية والتأثيرية من خلال واختبار (Z) لمعرفة معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين واختبار (F) لمعرفة معنوية التأثير بين المتغيرات .

٣. أهمية البحث .

تتجلى أهمية البحث بالآتي :

- أ- يوفر معلومات لادارة المستشفى تسمح لهم بالتعرف على رأي المرضى في تصميم الترتيب الداخلي للمستشفى ومدى سهولة الحصول على الخدمات ، فضلاً عن معلومات عن الأجواء داخل المستشفى خلال مدة اقامة المرضى فيها .
- ب- يتعامل البحث مع شريحة مهمة هم المرضى ، وان معرفة آرائهم وتصوراتهم عن كل ما يحيط بتقديم الخدمة له أهمية كبيرة كونه من التوجهات الحديثة في تقييم المنظمات وخدماتها .

٤. منهج البحث

اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي للحصول على المعلومات ، إذ استعملت الطريقة الوصفية في وصف المعلومات والمنهج التحليلي في تحليل البيانات والمعلومات التي جمعت من عينة البحث في مستشفى غازي الحريري للجراحات التخصصية، وقد جرى اعتماد الاستبانة بشكل رئيس في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالجانب التطبيقي والتي أستندت الى المقياس الذي استعمله مايلز وآخرون (Miles et al,2012) في دراستهم والذي يتضمن المتغير المستقل فيه (١٧) فقرة موزعة على ثلاث ابعاد (النواحي الجمالية للمستشفى ، نظافة المستشفى ، واتاحية الترتيب الداخلي للوصول) أما المتغير التابع فهو رضا الزبائن(المرضى) والذي يتضمن (١٠) فقرات .

٥. فرضيات البحث

تتطلق الفرضيات عادة لمحاولة حل مشكلة البحث ، وكما موضح على النحو الآتي :

الفرضية الرئيسية الأولى .

- توجد علاقة ارتباط معنوية بين ابعاد سيرفس سكيب (servicescape) ورضا المريض وتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية :
- توجد علاقة ارتباط معنوية بين النواحي الجمالية للمستشفى ورضا الزبون (المريض) .
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين نظافة المستشفى ورضا الزبون (المريض) .
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين اتاحية الترتيب الداخلي للوصول للخدمة ورضا الزبون (المريض) .

الفرضية الرئيسية الثانية .

- يوجد تأثير لابعاد سيرفس سكيب (servicescape) في رضا المريض وتفرع منها الفرضيات الفرعية الآتية :
- يوجد تأثير للنواحي الجمالية للمستشفى في رضا الزبون (المريض) .
 - يوجد تأثير لنظافة المستشفى في رضا الزبون (المريض) .
 - يوجد تأثير لاتاحية الترتيب الداخلي للوصول للخدمة في رضا الزبون (المريض) .

٦. مجتمع وعينة البحث .

تمثل مستشفى غازي الحريري للجراحات التخصصية موقعاً لاجراء البحث ، أما مجتمع البحث فهم المرضى الراقدين في المستشفى في الاسبوع الاول من شهر حزيران من عام ٢٠١٥ والبالغ عددهم حوالي (٣٥٠) مريض راقد في اقسام المستشفى المختلفة ، وتم اختيار عينة عشوائية من المرضى وزعت عليهم (١٣٠) استبانة وتم استبعاد استبانة واحدة والصالح منها (١٢٩) استبانة وكانت خصائص عينة البحث ، وكما موضحة في الجدول (١) والذي يشير الى التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لنتائج التحليل الاحصائي المتعلقة بعينة البحث ، إذ يلاحظ أن أغلبهم من الذكور وبلغت نسبتهم (٥٤.٣%) في حين شكلت نسبة الاناث (٤٥.٧%) ، أما أعلى فئة عمرية فكانت للاعمار التي تقع ما بين (٢٦-٣٥) سنة وبنسبة بلغت (٤١.٠%) ، أما ما يخص عدد مرات الدخول للمستشفى فكانت أعلى نسبة للداخليين مرة واحدة وبلغت (٣٦.٤%) الا انه من الملاحظ أيضاً أن نسبة كبيرة من المرضى تشكل (٦٣.٢%) للداخليين للمستشفى لاكثر من مرة ، أما اعلى نسبة للتحويل الدراسي فكان للحاصلين على شهادة البكلوريوس وبنسبة (٤٤.٢%) .

جدول (١) خصائص عينة البحث

الخصائص	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	70	54.3
	انثى	59	45.7
المجموع			
الفئة العمرية	أقل من ٢٥	32	24.8
	٢٦-٣٥	53	41.0
	٣٦-٤٥	18	13.9
	٤٦-٥٥	14	10.8
	٥٦-٦٥	10	7.8
	٦٦ فأكثر	2	1.6
المجموع			
عدد مرات الدخول	مرة واحدة	47	36.4
	مرتان	44	34.1
	ثلاث مرات	26	20.2
	أكثر من ثلاث مرات	12	9.3
المجموع			
التحصيل العلمي	أقل من اعدادية	21	16.3
	اعدادية	38	29.5
	بكلوريوس	57	44.2
	دبلوم عالي	8	6.2
	شهادة عليا	5	3.9
المجموع			
		١٢٩	%١٠٠

٧. قياس الصدق والثبات .

أ- اختبار الثبات

يمثل الثبات الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على نفس الأفراد ، وتم حساب الثبات بطريقة (ألفا كورنباخ) للاتساق الداخلي، وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة الى أخرى، ولاستخراج الثبات على وفق هذه الطريقة تم استعمال جميع استمارات البحث البالغ عددها (١٢٩) استمارة ولكل متغير من المتغيرات ، إذ بلغت قيمة معامل ثبات المقياس ألفا كورنباخ لمجمل فقرات الاستبانة (٠.٨٦) وبذلك يعد المقياس متسقاً داخلياً، لان هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً، كما في الجدول (٢) الذي يبين قيمة معامل (ألفا كورنباخ) لكل بعد من أبعاد البحث.

الجدول (٢) نتائج اختبار الاتساق الداخلي

الإبعاد	قيمة ألفا كورنباخ	التفسير
النواحي الجمالية للمستشفى	٠.٨٨	يعكس مدى اتساق فقرات هذه البعد
نظافة المستشفى	٠.٦٩	يعكس مدى اتساق فقرات هذه البعد
إتاحة الترتيب الداخلي للوصول	٠.٧٢	يعكس مدى اتساق فقرات هذه البعد
رضا الزبون(المرضى)	٠.٨٣	يعكس مدى اتساق فقرات هذه البعد
الإجمالي	٠.٨٦	يعكس مدى اتساق فقرات الاستبانة

ب- اختبار الصدق

يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس، سيما انه يشير إلى مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، وأن من أفضل طرق قياس الصدق هي طريقة صدق المحتوى بواسطة المقارنة الطرفية ، إذ تعد أسلوباً احصائياً يستند على ترتيب نتائج الاستبيان تنازلياً او تصاعدياً ليؤخذ من الاعلى ٢٧ % ومن اسفل البيانات ٢٧ % ثم نطبق اختبار (T-TEST) بين متوسط الربع الاعلى والاسفل، فإذا بلغت قيمة (T) المحسوبة (٢٥.٠٩) وهي أكبر من قيمة (T) الجدولية البالغة (٢.٠٤) عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، ما يشير إلى وجود فروق معنوية بين متوسطي الربع الاعلى والاسفل، وبذلك تكون الاستبانة قد اجتازت اختبار الصدق، والجدول (٣) يوضح اجتياز اختبار صدق المحتوى لكل بعد من ابعاد البحث وكانت النتائج كما موضح على النحو الآتي :

الجدول (٣) اختبار صدق المحتوى لكل بعد من ابعاد البحث

ابعد البحث	قيمة (T) المحتسبة	التفسير
النواحي الجمالية للمستشفى	٣٤.٢٠	بما ان قيمة T المحتسبة أكبر من نظيرتها الجدولية، اذا فقرات هذا البعد قد اجتازت اختبار الصدق، ما يشير إلى أن الصدق تميزي (ايجابي) لهذا البعد
نظافة المستشفى	١٤.٤٦	بما ان قيمة T المحتسبة أكبر من نظيرتها الجدولية، اذا فقرات هذا البعد قد اجتازت اختبار الصدق، ما يشير إلى أن الصدق تميزي (ايجابي) لهذا البعد
اتاحية الترتيب الداخلي للوصول	٢٣.٣٤	بما ان قيمة T المحتسبة أكبر من نظيرتها الجدولية، اذا فقرات هذا البعد قد اجتازت اختبار الصدق، ما يشير إلى أن الصدق تميزي (ايجابي) لهذا البعد
رضا الزبون (المريض)	٢٢.٥١	بما ان قيمة T المحتسبة أكبر من نظيرتها الجدولية، اذا فقرات هذا البعد قد اجتازت اختبار الصدق، ما يشير إلى أن الصدق تميزي (ايجابي) لهذا البعد
الاجمالي	٢٥.٠٩	بما ان قيمة T المحتسبة أكبر من نظيرتها الجدولية، اذا فقرات هذا البعد قد اجتازت اختبار الصدق، ما يشير إلى أن الصدق تميزي (ايجابي) لهذا البعد
درجة الحرية (٣٤) عند مستوى معنوية (٠.٠٥)		
قيمة T الجدولية (٢.٠٤)		
القيمة الاحتمالية Sig. (٠.٠٠)		

ثانيا : بعض البحوث السابقة

سيتم استعراض بعض الدراسات الاجنبية السابقة وحسب تسلسلها الزمني لعدم استطاعتنا العثور على دراسات عربية ضمن هذا الموضوع من خلال عملية البحث التي اجريناها وكما موضح على النحو الآتي :
١. دراسة (Miles وأخرون ٢٠١٢) .

عنوان الدراسة : Linking servicescape to customer satisfaction: exploring the role of competitive strategy

الربط ما بين الجوانب المادية الملموسة ورضا الزبون : استطلاع لدور الميزة الاستراتيجية هدف الدراسة : تهدف الدراسة لتحديد العلاقة بين خصائص شركات الخدمة ورضا الزبائن وأدائها لاستراتيجية تنافسية محددة ، إذ يستعمل البحث استراتيجيات بورتير التنافسية لتفسير قوة العلاقة بين خيارات سيرفيس سكيب (servicescape) ورضا الزبائن عن الخدمة .

اسلوب ومجال تطبيق الدراسة : تم جمع البيانات من (١٢٨٧) زبون لعشر منظمات للخدمة تمثل ثلاثة قطاعات لصناعة الخدمة، واستعمل الاسلوب الوصفي التحليلي للوصول الى النتائج واختبار الفرضيات .

اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة : تدعم التأكيد على أن استعمال استراتيجية تنافسية وتضمينها للجوانب المادية المحيطة بالخدمة له تأثير على قوة العلاقة بين رضا الزبائن وخصائص سيرفيس سكيب servicescape .

٢. دراسة (Nevesa و Fernandes ، ٢٠١٤) .

عنوان الدراسة : The role of servicescape as a driver of customer value in experience -centric service organizations: the Dragon Football Stadium case

دور سيرفيس سكيب (servicescape) كموجه لقيمة الزبائن في تجربة منظمات الخدمة المركزية : حالة دراسية في ملعب التنين لكرة القدم .

هدف الدراسة : تهدف الدراسة للتركيز على دور سيرفيس سكيب servicescape كموجه لتجربة الزبائن للخدمات المقدمة .

اسلوب ومجال تطبيق الدراسة : استعمل التحليل الوصفي التحليلي لقياس تأثير سيرفيس سكيب servicescape في دوافع وسلوكيات الزبائن من خلال توزيع استبانة على بعض مشجعي كرة القدم المتواجدين في ملعب التنين في البرتغال والبالغ عددهم (٣٤٩) شخص .

اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة : أظهرت النتائج ان الزبون ينظر للقيمة من تجربة الخدمة من خلال الجوانب المادية المحيطة مما يولد رضا الزبائن والذي بدوره له تأثير ايجابي على رغبتهم في تكرار هذه التجربة .

واهم مجالات الافادة من هذه الدراسات تتضمن الآتي :

أ- الاستفادة مما طرح عن نشأة وتطور هذا المفهوم وكل ما يتعلق بالجانب النظري .
ب- استعمال المقياس المقدم في الدراسة (١) الا ان التطبيق سيكون ضمن القطاع الصحي ، مستشفى على وجه التحديد .

المحور الثاني / الجانب النظري للبحث

أولاً: الترتيب الداخلي لمنظمات الخدمة The Layout of the service organizations

تعد متطلبات الترتيب الداخلي للخدمة مختلفة بطريقة ما عن متطلبات الترتيب الداخلي للمصنع فدرجة اتصال الزبائن والايصانية العالية تمثلان عاملان رئيسان في تصميم الترتيب الداخلي لمنظمات الخدمة (Stevenson,2012:256) ، ويمكن ان يأخذ الترتيب الداخلي للخدمة اهدافاً مختلفة عن الترتيب الداخلي للمصنع ، ألا انه يجب ان يكون وظيفي وجذاب (Russell & Taylor, 2011:273) ، ان الترتيب الداخلي على أساس العملية (وظيفي) شائع في انتاج الخدمات بسبب الدرجة العالية من التنوع في متطلبات عمليات الزبائن مثال ذلك المستشفيات ومراكز الصيانة ، والمصارف (Stevenson,2012:256) ، وتوجد الخدمات على حد سواء في المكاتب الامامية (على مرأى ومسمع من الزبون) أو في المكاتب الخلفية (غير مرئية للزبون) ، إذ يتم ترتيب المكاتب الخلفية بشكل وظيفي كفوء (على أساس العملية) ، بينما الترتيب الداخلي للمكاتب الامامية يجب ان يأخذ بنظر الاعتبار الجوانب الجمالية والوظيفية معاً ، لهذا يعد الترتيب الداخلي للخدمة جزء من عملية تصميم الخدمة (Russell & Taylor, 2011:274) ، يسمح تصميم الخدمة بشكل جيد تحقيق تدفق كفوء للعمليات مع تقديم خدمة مميزة للزبائن ، وان يحصل تدفق تقديم الخدمات بسلاسة ومن دون ان يواجه اي انقطاع ، ولايمكننا تجاهل حقيقة ان عملية الخدمة تجري في بيئة من شأنها ان تؤثر في منظور الزبون بعملية الخدمة بحد ذاتها (Johnston & Clark, 2005:181) ، ويتناول تصميم الخدمة التصميم الوظيفي وشكل الخدمات من وجهة نظر الزبائن ، إذ يتم التأكيد على البنى التحتية للخدمة من حيث انها مفيدة لتقديم الخدمة، ومرغوبة من وجهة نظر الزبون ، فضلاً عن انها كفوءة وفاعلة ومميزة من وجهة نظر جهاز الخدمة ، وتتألف خدمة الزبائن من العمليات ، والادلة المادية ، والخبرة ويمكن رؤية أدلة الخدمة كشكل وظيفي للبيئة التي يعمل ويتفاعل بها مقدم الخدمة والزبون (Lo,2011:5) وتستعمل معظم منظمات الخدمة الترتيب الداخلي على أساس العملية (وظيفي)، بسبب الطلبات المتباينة لزبائن الخدمة ، ويمكن القول ان تصميم الترتيب الداخلي للخدمة يحصل بنفس عملية الترتيب الداخلي للشركات الصناعية ، لكنه يختلف من حيث الهدف (Russell & Taylor, 2011:273) ، وقد أصبحت بيئة وموقع الخدمة أداة متزايدة الاهمية وجزء لايتجزء من صورة منظمة الخدمة وتتضمن جميع العناصر المادية التي تؤثر في الاجراءات ضمن بيئة الخدمة (Lio & Rody,2009:17) ، وظهرت ادلة في السنوات القليلة الماضية تشير الى ان المناطق المحيطة باعمال الخدمة تمثل شكل من أشكال التواصل غير اللفظي والتي يتم من خلالها التأثير على الافراد حول الخدمة ومقدميها ، إذ يمكن للعوامل البيئية المحيطة بتقديم الخدمة ان تكون ذات تأثير في ثقة الزبائن ومعتقداتهم وتصوراتهم بخصوص الخدمة المقدمة (Miles et al , 2012:778) .

يشار للبيئة المادية المحيطة بالخدمة بمصطلح سيرفس سكيب (Servicescapes) وضمن اي نوع من منظمات الخدمة ، وان هذه البيئة لها تأثير في الزبائن (Heizer&Render,2014:362) ، ويعد بتنر (Bitner, 1992) أول من صاغ مصطلح سيرفس سكيب (Servicescape) لوصف البيئة المادية المحيطة بعملية تقديم الخدمة في جميع انواع الخدمات والتي تشمل العمل في المكاتب الامامية والخلفية ، إذ يشير مصطلح سيرفس سكيب (Servicescape) في المستشفى على سبيل المثال الى الابنية ، الديكور ، ترتيب المقاعد في غرف الانتظار ، الخ (Johnston & Clark, 2005:182) ، وقد جرى البحث عن تأثير سيرفس سكيب (Servicescapes) على الزبائن وضمن مجالات مختلفة للخدمة (Lio & Rody,2009:17) .

وذكر (Bitner, 1992) انه لازال تحديد اثر تغيير تصميم معين للمرفق على المستعمل لهذه الخدمة ليس مفهوماً تماماً ، كما ان قدرة البيئة المادية المحيطة للتأثير في سلوكيات متلقي الخدمة من اجل ايجاد صورة واضحة لمنظمات الخدمة كالمستشفيات ، والمطاعم و المصارف والفنادق، لا يزال يدرس لحد الآن ، ويرجع السبب الى ان انتاج واستهلاك الخدمة يحصل بنفس الوقت ، لذا فالمكان الذي تنتج فيه هذه الخدمة لا يمكن ان يكون مخفياً ومن الممكن في الواقع ان يكون له تأثير قوي على تصورات الزبائن لتجربة الخدمة ، فالبيئة المادية يمكن ان تكون مؤثرة جداً في توصيل صورة المنظمة وهدفها لزبائنها ، وبما ان استهلاك الخدمة يتطلب اتصال وتفاعل ما بين العاملين والزبائن لذا ينبغي ان تدعم بيئة المنظمة احتياجات وتفضيلات الزبائن (Bitner,1992,57) ، وتشير البيئة المحيطة الى جميع التسهيلات المادية للخدمة والضرورية لاداء الخدمة كأن يكون شخص أو مجموعة أشخاص والمكان والمعدات أو كليهما معاً والابنية (Krajewski & Ritzman,2013:180) .

ان الطريقة التي يتم من خلالها الاعداد المادي لمنظمات الخدمة بالكاد يحصل على الاهتمام ، كما ان الموارد التنظيمية الملموسة عادة ما ينظر لادارتها داخل منظمات الخدمة كاشياء عرضية مقارنة مع غيرها من المتغيرات الأخرى والتي يمكن ان تؤثر بالزبائن ، كالسعر ، الاعلانات ، والميزات الإضافية ، اذ يمكن للبناء المادي ان يساعد أو يعيق انجاز الاهداف الداخلية والخارجية لمنظمات الخدمة (Bitner,1992:58)، والبيئة المادية التي يتم أنشاؤها عن خبرة تعد متغيراً رئيساً للتأثير في تصورات الزبائن وسلوكهم كما أنها موجه قوي لقيمة الخدمة (Fernandes & Nenesa, 2014:1) .

يفهم من ذلك على العموم عندما يدخل الزبائن للمنظمة فان احكامهم على الفور عن الجوانب المادية المحيطة سيرفيس سكيب (Servicescape) والتي تجعلهم ينتمون الى هذا المكان وانهم موضع ترحيب أو لا ، اذ ان في الجوانب المادية المحيطة سيرفيس سكيب (Servicescape) نقاط اتصال عدة تجعل عملية التواصل ممكنة أو غير ممكنة داخل المنظمة (Baker et al,2007:160) ، ولتوفير ترتيب داخلي جيد للخدمة فان المنظمات تاخذ بنظر الاعتبار عناصر ثلاثة مهمة وهي:

١. الشروط المحيطة (Ambient Conditions) وتمثل الخلفية المميزة لموقع الخدمة كالاضاءة والصوت وغيرها من المؤثرات ، والتي من الممكن ان تؤثر في كمية استهلاك ومقدار بقاء الشخص داخل البناية .

٢. الترتيب الداخلي والوظيفي للمكان (Spatial Layout and Functionality) ويتضمن تخطيط مسار تقديم الخدمة والمتمثلة بعرض المكان ، الاتجاه ، الزوايا ، العارضات الموجودة وغيرها .

٣. العلامات والرموز واللافتات (Signs, Symbols, and Artifacts) وهي خصائص تحمل اهمية اجتماعية في مناطق تقديم الخدمة والتي تجعل الزبون على دراية بالامكان التي يريد الوصول اليها لتلقي الخدمة (Russell & (Heizer&Render,2014:362) Taylor, 2011:199) .

اخذ الاهتمام بمنظمات الخدمة من قبل الباحثين والكتاب يتزايد بسبب ان الخدمة بصورة عامة تنتج وتستهلك ضمن البيئة المادية للمنظمة ، والتي تعرف بسيرفيس سكيب (Servicescape) والقرارات التي يتخذها الزبائن قد يكون لها التأثير الاكبر بالبيئة المادية ، وذلك لعدم وجود أدلة ملموسة أخرى عند استهلاك الخدمة ليتم تقييمها من قبل الزبون ، هنا يقع على عاتق الادارة البحث عن تأثيرات الادلة المادية سيرفيس سكيب (Servicescape) على الزبائن من اجل تحديد مدى اخذ هذه التأثيرات بالاعتبار على الزبائن عند استثمار اموال في مواقع تقديم الخدمة (Jr., & Mohammad,2009:375) ، اذ يتكون لقاء الخدمة من الصفات أو الخصائص الملموسة وغير الملموسة ، والاهداف المصممة في بيئة الخدمة يشار اليها بادلة الخدمة (Service evidence) لانها دليل مادي للخدمة التي تحصل ، ويعد تصميم ادلة الخدمة جزء هام من مكونات سيرفيس سكيب (Servicescape)، اذ تمثل البيئة المادية الجوانب الملموسة في منظمة الخدمة كما اشار اليها نموذج سيرفكوال (Servqual) لجودة الخدمة والمقدم من قبل (Parasuraman و Berry و Zeithamal ، 1988) والذي يتضمن الخدمات الملموسة كاحد خمس ابعاد لقياس جودة الخدمة ، أما باقي الابعاد فهي (الموثوقية ، سرعة الاستجابة ، وضمان الجودة ، والتعاطف).

واشير أيضاً لادلة المادية في استعمال اسلوب الخرائط الهندسية لتصميم الخدمة (Blueprinting) فقد قدم كل من (Shostack و Bitner و Morgan و Ostrom) من عام (١٩٨٢-٢٠٠٧) الادلة المادية على انها مظهر ملموس للخدمة الذي يظهر للعيان في مخطط الخدمة ، وان التعقيد المادي لادلة الخدمة والتصميم وضع للخدمات الشخصية كالمستشفيات والفنادق والمطاعم ، وليس للخدمات الذاتية مثل ماكينات الصراف الالي (Lo,2011:5).

كما تعد البيئة المادية كل ما هو موجود فعلياً حول الزبون من خلال تفاعل تقديم الخدمة اي بناء البيئة المحيطة بتقديم الخدمة والتي هي من صنع الانسان ، وهكذا يبدو ان سيرفيس سكيب (Servicescape) يشمل بشكل صريح كل المحفزات التي يتعرض لها الزبون خلال لقاء الخدمة ، فمن خلال لقاءات الخدمة يمكن ان يتأثر الزبون بثلاث مجموعات من المحفزات (Zaim & Purwanegara,2013:602):

١. العوامل المحيطة : الظروف الخلفية غير المرئية في بيئة الخدمة كدرجة الحرارة ، الاضاءة ومن المتوقع ادراجها ضمن بنود التقييم النهائي وفي الحقيقة فان الزبون لايعدها عنصراً من البيئة المادية المتعلقة بمقدم الخدمة .

٢. عوامل التصميم : هي العناصر البيئية الاكثر مرئية من العوامل المحيطة ويمكن ان تكون وظيفية أو جمالية .

٣. عوامل اجتماعية : تلك المحفزات المتصلة بالافراد والتي تكون موجودة ضمن بيئة لقاء الخدمة والمتعلقة بالسلوك البشري .

تعد احد الاسباب الرئيسية لقلّة وجود بحوث تجريبية بخصوص البيئة المادية سيرفيس سكيب (Servicescape) بالرغم من الفوائد المشهودة للعلاقة ما بين البيئة المادية والمخرجات الكبيرة التي تحصل اثناء تقديم الخدمة مثل الرغبة في المكوث ، أو نوايا إعادة شراء الخدمة هو عدم وجود وسيلة مشتركة لتحديد وتقييم البيئة المادية نظراً لضخامة النفقات التي تدفع للمرفق المادي لمنظمات الخدمة ، ومن المهم على المدراء فهم كيفية تقييم الزبائن للبيئة المادية وبالرغم من دخولنا منذ سنوات عدة في القرن الحادي والعشرين فما زال هنالك نقص كبير في مثل هذه الدراسات ، وان ما قدمه (Bitner, 1992) يعد أداة موثوق بها يمكن استعمالها من قبل الممارسين والباحثين لفهم وتحليل البيئة المادية على صنع قرارات الزبائن (381-376: Jr., & Mohammad,2009).

اقترح باحثين آخرين مثل (Vargo , Lusch) (٢٠٠٤) تصنيف لمخرجات الخدمات الى (عناصر مادية أو ملموسة) تسمى سيرفيس سكيب (Servicescape) وعناصر أخرى مثل المخرجات التي ترتبط بالخدمات الطبية الجوهرية ، المنافسة ، المعولية ، فضلاً عن عناصر ترتبط بوقت الانتظار وكما موضح على النحو الآتي :

١. عناصر مادية ملموسة (Servicescape)

٢. عناصر ترتبط بالمخرجات الخدمات الطبية الجوهرية ، المنافسة ، المعولية)

٣. عناصر ترتبط بالوصول للخدمة (access) : وقت الانتظار

٤. عناصر ترتبط بالعمليات (المعلومات ، الاتصالات ، المجاملة) .

كل هذه العناصر ترتبط بقيمة الخدمة التي تصنف بالقطاع الصحي ، أما (Michaelia) (٢٠٠٨) فقد وضع خمسة ابعاد للجوانب المادية ودرس العلاقة ما بين المكونات الخمسة لسرفيس سكيب (Servicescape) وهي اتاحية الترتيب الداخلي ، الجوانب الجمالية للمرفق ، الجلوس المريح ، المعدات الالكترونية ، ونظافة المرفق ، ووفقاً لتصور الكاتب فان هذه الابعاد تؤثر في الجودة المدركة للخدمة ومن ثم الارتياح وتحقيق رضا الزبون عن الخدمة ومدى الرغبة في البقاء في منطقة الخدمة (Dober et al,2013:685-693) ، وهناك العديد من الدراسات التي توصلت الى أهمية ابعاد سيرفيس سكيب (Servicescape) على رضا الزبون وتصوراته المتعلقة بجودة الخدمة ، وقد اوجدت دراسة Bitner (١٩٩٢) ان الترتيب الداخلي الوظيفي لموقع الخدمة يجب ان يراعي الآتي :

١. الاهتمام بالبيئة المادية المحيطة ، بسبب تفاعلات الخدمة ما بين الزبون ومقدم الخدمة .

٢. يمكن من خلال البيئة المحيطة الحصول على ردود فعل تخص الزبائن مما يؤثر على تصنيفهم للخدمة بطريقة معينة .

٣. الاعتبارات لابعاد سيرفيس سكيب (Servicescape) قد تكون مهمة في التصميم والتخطيط والتنفيذ للخدمات ضمن اي صناعة والتي يجب اخذ هذه الاولوية بنظر الاعتبار .

ان ابعاد سيرفيس سكيب (Servicescape) التي قدمها Bitner ومن ثم تم تبنيها من كتاب آخرين لاحقاً والتي سيتم اعتمادها ضمن الجانب العملي للبحث تشمل الجوانب الموضحة على النحو الآتي , Miles et al (2012:778-779) :

١. جماليات المرفق Facility aesthetics .
وصفت النواحي الجمالية للمرفق بتلك الظروف المحيطة بتقديم الخدمة (مثل اللون ، درجة الحرارة ، الموسيقى ، الإضاءة، لون الجدران ، الضوضاء وغيرها) والتي تؤثر على تصورات الزبائن وردود أفعالهم على المظهر العام لتصميم المنظمة .

٢. النظافة Cleanliness
وتشير الى كل ما يتعلق بنظافة مرفق الخدمة وتحقيق الراحة للزبون مما يجعله مستمتع بتلقي الخدمة داخل المنظمة .

٣. اتاحية الترتيب الداخلي للوصول Layout accessibility .
تشير الى ترتيب مكان تقديم الخدمة ومدى قابلية الموقع تأثيره لتحقيق راحة للزبون ، فالترتيب الوظيفي للمعدات والاثاث فضلاً عن الاشارات والرموز والتي تعد نوع من الاتصالات الضمنية في اماكن تقديم الخدمة فضلاً عن وجود الشهادات والصور والاشياء الشخصية فهي تمثل حالة مهنية في مكان تقديم الخدمة .

ثانياً : رضا الزبون (المريض) . Customer Satisfaction

يمكن تعريف رضا الزبائن (المرضى) بطرائق مختلفة ، إذ يمثل اجراء مقارنات للخدمة المستلمة مع التصورات أو التوقعات المسبقة للخدمة (Suchanek et al,2014:330) كما يعد احد أهم الثوابت لنجاح تقديم الخدمة أو انه شعور الزبون بالامتنان أو خيبة الامل الناتجة عن الاداء أو النتائج المتحققة (Almsalam,2014:79) .

وكون رضا الزبائن مفهوم شخصي لذا فإن الاجماع على تعريف محدد لم يتم التوصل اليه ، لذا وضعت العديد منها ، والرضا عن الخدمات المقدمة يجب أن يلبي التوقعات او يتجاوزها ، والرضا شعور بالاشباع مستمد من ردود الفعل نتيجة الحصول على الخدمة ، اي ان تكون النتيجة مرضية ، ويمكن القول ان الرضا يمثل العلاقة بين ما ينظر اليه الزبون من الخدمة وتوقعاته عنها ، إذ يعتمد رضا الزبون على المقارنات ما بين ما حصل عليه وتوقعاته ، فإذا كانت جميع العوامل تتماشى مع التوقعات فسوف يكون الزبون راضي ، اما اذا لم تتطابق مع هذه التوقعات فانه سيشعر بخيبة الامل ولن يكون راضي ، وفي حال تفوق ما يقدم له على توقعاته فسوف يكون لديه مستوى عال من الرضا والارتياح . (Enel & Ozkaya,2014:54) ، كما أنه ادراك للعقل عن نتائج تجربة الزبائن الفعلي للخدمة (Gopal & Bedi,2014:38) ، أو انه شعور من الارتياح العميق ، ويمثل استجابة وحكم للخدمة المقدمة ويشكل ذلك ميزة بحد ذاتها من خلال الحصول على متعة استهلاك الخدمة ، وينطوي تحقيق الرضا من خلال المقارنات ما بين الخدمات المقدمة مع بعض المعايير الموجودة لدى الزبون حصول حالات ثلاث (Almsalam,2014:79) :

١. عندما تتطابق معايير الخدمة مع توقعات الزبون فسيكون شعور الزبون محايد أو لديه مشاعر محايدة .

٢. عندما يكون مستوى الخدمة افضل فسوف يؤدي الى الارتياح فيكون الرضا ايجابي .

٣. في حال الخدمة اسوء من المستوى المطلوب مما يؤدي الى عدم الرضا أو الرضا السلبي .

ويمكن قياس رضا الزبون (المريض) عن طريق عوامل متعددة للخدمة كالاتاحية ومدى توافر اماكن ومقاعد للجلوس والنظافة والسلامة وامن الافراد والمساعدة المقدمة لهم فضلاً عن الشروط المادية لمكان الخدمة ، واللافئات والاضاءة والمناظر الطبيعية وغيرها من العوامل والتي تختلف باختلاف نوع الخدمات المقدمة (Nandan,2010:99) ، وتحاول معظم المنظمات جذب زبائنها وجعلهم راضين عن ما يقدم لهم من خدمات لزيادة ولائهم ، فضلاً عن ان رضا الزبائن يمثل احدى الطرق الاكثر قبولاً عالمياً لقياس الاداء والقدرة التنافسية للمنظمة .

إذ تحاول المنظمات قياس رضا الزبائن من أجل تقييم الخدمات هل كانت أفضل من المنافسين ام لا وان زيادة الارتياح والرضا لدى الزبائن يشكل نتائج ايجابية للمنظمات كونها نجحت في اداء اعمالها أفضل من المنافسين (Jafarnejad & Lotfi,2014:2).

وقد تم تسليط الضوء على أهمية الزبائن ورضاهم من الكتاب والباحثين ، إذ كان موضوع التواصل مع الزبائن من خلال بناء علاقات قوية معهم من اجل تلبية توقعاتهم ، لذلك ينظر المدراء الى الزبائن ورضاهم كونها الوسيلة الوحيدة لتحقيق النجاح في المنظمات (Angelova & Zekiri,2011:236) ، ويكشف استعراض الادبيات ان هنالك العديد من المتغيرات المحتملة التي تؤدي الى رضا أو عدم رضا المريض ، كما تعد توقعات وتصورات المرضى عن الخدمات الطبية ورضاهم العام عن البنى التحتية في غاية الاهمية سواء كانت مستشفى كبير ام صغير فالاداء الناجح يتحقق عندما تستوفي الخدمة توقعات المريض (Gopal & Bedi,2014:37-38).

يتم تلبية احتياجات المريض في بيئة مثالية كون منظمات الرعاية الصحية لا تبحث فقط عن تلبية احتياجات المرضى بل التفوق في الخدمات المقدمة ، ويمكن ان تعد نتائج مسوحات رضا الزبائن كمقياس لتجربة الزبون لخدمات الرعاية الصحية ، وبالتالي يمكن ان تكون القوة الدافعة وراء التغيرات التي تقوم بها المنظمات الصحية لخدماتها ، فضلاً عن ان مثل هذه المبادرات تعزز التحسينات في ممارسات تقديم الخدمة للاعراب عن الاستجابة لاحتياجات المرضى (Sreenivas & Badu, 2012:101) ، وبرز خلال السنوات الماضية رضا المريض كمقياس مهم لما يقدم من خدمات من قبل منظمات الرعاية الصحية إذ ان رضا الزبون ليس فقط مؤشر على تصورات وتوقعات الزبائن لخدمات الرعاية الصحية المقدمة ، ولكن يعد أيضاً مؤشراً رئيساً لمخرجات الرعاية الصحية ، ويمثل رضا الزبون كذلك عنصر حاسم لاجراء التحسينات فضلاً عن انه يمكن المنظمات من تحديد اولويات وتفضيلات الزبائن المختلفة ، وان فهم الخصائص الفردية للمريض ووجهات نظره والعوامل التي تؤثر على ارتياح المريض يمكن ان يقدم تقييم للعمليات التي تجري داخل المستشفى وبالتالي تقديم معلومات من وجهة نظر المريض ، إذ ان قياس تصورات المرضى للنظافة والراحة والجوانب المادية المحيطة يعد مؤشرات مهمة لرضا الزبون (المريض) (Abd Manaf,2012:6-7).

المحور الثالث/ الجانب العملي للبحث

أولاً: عرض وتحليل نتائج شدة اجابة افراد العينة لمتغيرات البحث .

سيتم عرض نتائج البحث وتحليلها اعتماداً على مقياس (Likert) السباعي والذي يتدرج من أعلى وزن (٧) ليمثل موافق بشدة الى اوطأ وزن (١) ليمثل غير موافق بشدة ، بهدف الوقوف على آراء عينة البحث واستجاباتهم ، وقد أستخدم (الوسط الحسابي ، والانحراف المعياري) لتحديد مدى الانسجام والتوافق بين آراء عينة البحث وكانت النتائج كما موضح على النحو الآتي :

١. ابعاد البيئة المادية للخدمة Servicescape

تم قياس متغير سيرفس سكيب (Servicescape) من خلال ثلاث ابعاد (النواحي الجمالية للمستشفى ، النظافة ، واتاحية الترتيب الداخلي للوصول) إذ تمثل هذه الابعاد المتغير المستقل للبحث ، ويشير الجدول (٤) الى الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بوجهة نظر العينة المبحوثة في مستشفى غازي الحريري للجراحات التخصصية وكما موضح على النحو الآتي :

أ- النواحي الجمالية للمستشفى.

يتضح من معطيات الجدول (4) ان قيمة الوسط الحسابي الاجمالي لهذا البعد قد بلغ (5.44) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغة (4) وهذا يعني بان اجابات العينة لهذا البعد متجه نحو الاتفاق ، وبانحراف معياري سجل (٠.٦٨)، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات عينة البحث بخصوص بعد النواحي الجمالية للمستشفى، وقد توزعت اجابات فقرات البعد بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة الثالثة (تصميم بناء المستشفى يعطيها طابعاً جميلاً) مسجلة وسطاً حسابياً بلغ (٥.٦٣) وبانحراف معياري (٠.٦٠) ، أما الفقرة الثانية (هنالك تناسق ما بين ألوان الجدران والأرضية) فقد حققت ادنى مستوى اجابة إذ بلغ الوسط الحسابي لها (٥.٢٨) وكان الانحراف المعياري لهذه الفقرة (٠.٩٩) وتشير أيضاً الى تجانس في اجابات عينة البحث بخصوص

هذه الفقرة .

ب- نظافة المستشفى.

حصل هذا البعد على وسط حسابي أجمالي بلغ (٤.٥٣) وتمثل هذه النتيجة أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغة (4) وهذا يعني بان اجابات العينة لهذا البعد متجه نحو الاتفاق ، وبانحراف معياري بلغ (٠.٨١)، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات عينة البحث بخصوص بعد نظافة المستشفى، وقد توزعت اجابات فقرات هذا البعد بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة السابعة (ممرات ومخارج المستشفى نظيفة) مسجلة وسطاً حسابياً بلغ (٥.٣٤) وبانحراف معياري (٠.٨٧) ، أما الفقرة العاشرة (أود البقاء في هذه المستشفى لاطول مدة ممكنة) فقد حققت ادنى مستوى اجابة إذ بلغ الوسط الحسابي لها (٣.٣٦) وهي أقل من الوسط الفرضي والبالغ (٤) وكان الانحراف المعياري لهذه الفقرة (١.٤٤) ، مما يشير الى مدى تجانس باجابات عينة البحث .

ج- اتاحية الترتيب الداخلي للمستشفى.

نلاحظ من جدول (4) ان قيمة الوسط الحسابي لهذا البعد بلغ (٥.١٧) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغة (4) وهذا يعني بان اجابات العينة لهذا البعد متجه نحو الاتفاق ، وبانحراف معياري بلغ (٠.٩١)، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات عينة البحث بخصوص بعد اتاحية الترتيب الداخلي للمستشفى، وقد توزعت اجابات فقرات هذا البعد بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة الثالثة عشر (يتم ترتيب الداخلي امكانية الوصول الى دورات المياه بسهولة) مسجلة وسطاً حسابياً بلغ (٦.١٢) وبانحراف معياري (١.١٦) مما يشير الى مدى تجانس باجابات عينة البحث ، أما الفقرة السابعة عشر (يتم ترتيب ممرات المستشفى للاستفادة منها للاستراحة) فقد حققت ادنى مستوى اجابة إذ بلغ الوسط الحسابي لها (٤.٠٦) وكان الانحراف المعياري لهذه الفقرة (١.٣٢) مما يشير الى مدى تجانس باجابات عينة البحث.

جدول (٤) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير سيرفس سكيب (Servicescape)

ت	الابعاد	فقرات المقياس						
		موافق بشدة	موافق	موافق الى حد ما	محايد	موافق الى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
النسب المئوية								
0.68	٥.٤٤	النواحي الجمالية للمستشفى						
1	تم طلاء جدران المستشفى باللون جذابة	٨.٥	٤٦.٥	٣٨.٨	٠	٢.٣	٠	٣.٩
2	هناك تناسق ما بين اللون الجدران والارضية	١٤.٧	٢٤.٨	٤٩.٦	٣.١	٣.٩	٠	٣.٩
3	تصميم بناء المستشفى يعطيها طابعاً جميلاً	٦.٢	٥١.٢	٤٢.٦	٠	٠	٠	٠
4	تم ترتيب هذه المستشفى بشكل جيد	١٠.٩	٤٨	٢٤	١١.٦	١.٦	٠	٣.٩
٠.٨١	٤.٥٣	نظافة المستشفى						
5	تحافظ المستشفى على دورات مياه نظيفة	٠.٨	٣٦.٤	٤١.٩	٢.٣	٢.٣	١٣.٢	٣.١
6	تحافظ المستشفى على اماكن نظيفة لاعداد الطعام	٣.١	٣٠.٢	١٤.٧	٢٠.٩	٢٣.٣	٦.٢	١.٦
٠.٨٧	٥.٣٤	ممرات ومخارج المستشفى نظيفة						
7	ممرات ومخارج المستشفى نظيفة	٨.٥	٤١.٨	٣٧.٢	٣.١	٧.٨	٠	١.٦
١.١٧	٥.٣٣	نجد على العموم هذه المستشفى نظيفة						
8	نجد على العموم هذه المستشفى نظيفة	٤.٧	٥٦.٥	١٧.٨	١٤	٣.١	٢.٣	١.٦
1.08	٣.٩١	المستشفى تشعرني بالراحة وانا استمتع بقضاء وقت العلاج داخل هذه المستشفى						
9	المستشفى تشعرني بالراحة وانا استمتع بقضاء وقت العلاج داخل هذه المستشفى	١.٦	١٢.٤	٢٠.٢	٢٩.٤	١٧.٨	١٥.٥	٣.١
١.٤٤	٣.٣٦	أود البقاء في هذه المستشفى لاطول فترة ممكنة						
10	أود البقاء في هذه المستشفى لاطول فترة ممكنة	٣.٩	٣.١	١٢.٤	٢٣.٣	٢٨.٦	٢٠.٢	٨.٥
٠.٩١	٥.١٧	اتاحية الترتيب الداخلي للوصول						

١١	١٧.٨	٧	٤١.١	٢٣.٣	٢.٣	٣.١	٥.٤	٤.٨٤	١.٠٣	يتيح الترتيب الداخلي للمستشفى امكانية الوصول الى اماكن تقديم الخدمات بسهولة
١٢	١١.٦	١٣.٢	١٣.١	٤١.١	٧	١٢.٤	١.٦	٤.٣٨	0.86	يتيح الترتيب الداخلي الحصول على مقعد مناسب للاستراحة
١٣	٤٤.٢	٤١.١	٤.٧	٦.٢	٠	٣.٨	٠	٦.١٢	١.١٦	يتيح الترتيب الداخلي امكانية الوصول الى دورات المياه بسهولة
١٤	١٤.٧	٣٠.٢	٣١	١٢.٤	٤.٧	٧	٠	٥.١٧	١.٠١	يتيح الترتيب الداخلي للمستشفى امكانية الوصول الى اي مكان بسهولة
١٥	٢٧.٩	٤٩.٦	١٦.٣	٦.٢	٠	٠	٠	٥.٩٩	٠.٨٣	من السهل الحصول على الخدمات العلاجية بسهولة
١٦	٣٨.١	٢٧.١	٢٤	٠	٠	٥.٤	٥.٤	٥.٦٥	١.٠٦	هناك الكثير من الغرف المتاحة لشغلها من قبل المرضى
١٧	٠	١٩.٤	١٨.٦	٢٥.٦	٢٧.٩	٢.٣	٦.٢	٤.٠٦	١.٣٨	يتم ترتيب ممرات المستشفى للاستفادة منها للاستراحة

وللمقارنة بين الاوساط الحسابية الاجمالية لابعاد سيرفس سكيب Servicescape نلاحظ من معطيات الجدول (٥) أدناه ان الابعاد الثلاث أعلى من قيمة الوسط الفرضي والبالغة (٤) ، وكان أعلى الاوساط الحسابية الاجمالية قد حققه بعد النواحي الجمالية للمستشفى وبلغ (٥.٤٤) مما يدل على ان الزبائن (المرضى) قد لمسوا اهتمام نوعاً ما من قبل إدارة المستشفى بتحقيق الجوانب الجمالية لمكان تقديم الخدمة ، ثم تلاه بعد اتاحية الترتيب الداخلي للوصول بوسط حسابي بلغ (٥.١٧) والذي يعد اعلى من الوسط الفرضي ايضاً وتؤكد هذه النتيجة ايضاً ان الترتيب يراعي سهولة وصول المرضى لجميع اقسام ووحدات تقديم الخدمة من دون عناء كبير ، ثم جاء بعد نظافة المستشفى بالمرتبة الثالثة حيث سجل أقل وسط حسابي بلغ (٤.٥٣) مما يؤشر عدم اتفاق نوعاً ما على اهتمام إدارة المستشفى بهذا الجانب وان ما متوفر من خدمات للنظافة لايرقى لما يطمح اليه المرضى .

جدول (٥) توزيع اجابات عينة البحث على ابعاد سيرفس سكيب Servicescape

الابعاد	المقاييس الاحصائية	الوسط الحسابي
النواحي الجمالية للمستشفى	٥.٤٤	
أتاحية الترتيب الداخلي للوصول	٥.١٧	
نظافة المستشفى	٤.٥٣	

٢. رضا المريض.

يتضح من جدول (٥) ان قيمة الوسط الحسابي لهذا البعد بلغت (٥.١٥) وهي أكبر من قيمة الوسط الفرضي البالغة (٤) وهذا يعني بان اجابات العينة لهذا البعد متجه نحو الاتفاق ، وبانحراف معياري بلغ (١.٠٧)، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات عينة البحث بخصوص متغير رضا المريض، وقد توزعت اجابات فقرات هذا المتغير بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة الرابعة (تمثل هذه المستشفى خيارى الاول لتلقي العلاج) مسجلة وسطاً حسابياً بلغ (5.71) وبانحراف معياري (١.٠٨) ، أما الفقرة الثانية (انا راضي عن التعريف بالخدمات الموجودة بالمستشفى واللوحات الارشادية فيها) فقد حققت ادنى مستوى اجابة إذ بلغ الوسط الحسابي لها (٤.٢٤) وكان الانحراف المعياري لهذه الفقرة (١.١٢) مما يشير الى مدى تجانس في اجابات عينة البحث بخصوص هذه الفقرة .

جدول (٦) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير رضا الزبون (المرضى)

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	غير موافق الى حد ما	محايد	موافق الى حد ما	موافق	موافق بشدة	فقرات المقياس	
									الابعاد	ت
النسب المئوية										
١.٠٤	٤.٨٨	١٢.٤	٥.٤	٠	٦.٢	٢٧.٩	٣٥.٧	١٢.٤	١	انا مسرور بتجربة تلقي الخدمة في هذه المستشفى
١.١٢	٤.٢٤	٦.١	١.٦	٠	١٠.١	٣١	٣٨.٨	١٢.٤	٢	انا راضي عن التعريف بالخدمات الموجودة بالمستشفى والوحات الارشادية فيها
١.١٧	٤.٦٩	٣.١	٠	٧.٨	٣٤.١	٢٤	٣١	٠	٣	انا راضي عن وقت الحصول على الخدمة
١.٠٨	٥.٧١	٣.١	٠	٦.٢	١٠.١	١١.٦	٣١.٨	٣٧.٢	٤	تمثل هذه المستشفى خيارى الاول لتلقي العلاج
١.٢٥	٥.٤٢	٠	٠	٣.١٠	٣١.٨	٩.٣	٣١.٨	٢٤	٥	ينتابني شعور جيد عندما اتلقى الخدمات من هذه المستشفى
١.١٩	٥.١٩	٣.١	٣.٩	٣.١	١١.٦	٢٩.٥	٣٦.٤	١٢.٤	٦	انا راضي عن جودة المواد المستخدمة لتقديم العلاج
١.١٣	٥.٢٥	٣.١	٤.٧	٣.١	٧	٢٧.١	٤٥.٧	٩.٣	٧	انا راضي عن جودة الخدمات المقدمة في المستشفى
١.٠٥	٥.٤٩	١.٦	٣.١	٣.١	١٣.٢	١٦.٣	٤١.٨	٢٠.٩	٨	انا راضي عن اداء تقديم الخدمة
١.١٤	٥.٢٢	١.٦	٠	٦.٢	١٢.٤	٣٦.٤	٣٤.١	٩.٣	٩	انطباعي عن جودة الخدمات العلاجية المقدمة لي عالي
١.٠٦	٥.٤٣	٠	٠	٧.٨	٩.٣	٢٦.٤	٤٥.٧	١٠.٨	١٠	انطباعي عن الخدمات المقدمة لي بشكل عام في هذه المستشفى عالي
١.٠٧	٥.١٥	رضا الزبون (المرضى)								

ثانيا: اختبار فرضيات العلاقات الارتباطية والتأثيرية بين متغيرات البحث

١. اختبار فرضيات العلاقات الارتباطية

سيتم اختبار الفرضيات الخاصة بالعلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة المتمثلة بـ (النواحي الجمالية للمستشفى، نظافة المستشفى، اتاحة الترتيب الداخلي للوصول) والمتغير المعتمد المتمثل برضا الزبون (المرضى) من خلال حساب قيمة معامل ارتباط الرتب البسيط (لسبير- مان)، لمعرفة قوة العلاقة الارتباطية بين المتغيرين، وتطبيق اختبار (Z) لمعرفة معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين، فإذا كانت قيمة (Z) المحسوبة أكبر من قيمة (Z) الجدولية، دل ذلك على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد، والعكس صحيح، كما يشير ظهور علامة (**) يشير إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية (٠.٠١)، اما اذا كانت العلامة (*) فتعني وجود علاقة ارتباط معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية (٠.٠٥) فقط وكما موضح على النحو الآتي:

أ- العلاقة الارتباطية بين النواحي الجمالية للمستشفى ورضا الزبون (المرضى).

نلاحظ من خلال جدول (٧) وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين النواحي الجمالية للمستشفى ورضا المريض، إذ سجل معامل الارتباط البسيط بينهما (0.48**) ، والذي يشير إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين المتغيرين، في حين بلغت قيمة (Z) المحسوبة (٥.٤٣) وهي أكبر من قيمة (Z) الجدولية البالغة (١.٩٦) ، ما يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المتغيرين وعليه:

قبول الفرضية المتعلقة بـ (توجد علاقة ارتباط معنوية بين النواحي الجمالية للمستشفى ورضا المريض ، ما يؤكد ذلك وجود اشارة ** مع قيمة معامل الارتباط البسيط في نتائج التحليل الاحصائي.

ب- العلاقة الارتباطية بين نظافة المستشفى ورضا الزبون (المرضى).

نلاحظ من خلال جدول (٧) وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين نظافة المستشفى ورضا الزبون (المرضى)، إذ سجل معامل الارتباط البسيط بينهما (** 0.35) ، والذي يشير إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين المتغيرين، في حين بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.96) وهي أكبر من قيمة (Z) الجدولية البالغة (١.٩٦) ، ما يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المتغيرين وعليه :

قبول الفرضية المتعلقة بـ (توجد علاقة ارتباط معنوية بين نظافة المستشفى ورضا الزبون (المرضى))، ما يؤكد ذلك وجود اشارة ** مع قيمة معامل الارتباط البسيط في نتائج التحليل الاحصائي.

ج- العلاقة الارتباطية بين إتاحة الترتيب الداخلي للوصول ورضا الزبون (المرضى).

نلاحظ من خلال جدول (٧) وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة معنوية بين إتاحة الترتيب الداخلي للمستشفى ورضا المريض، إذ سجل معامل الارتباط البسيط بينهما (** 0.39) ، والذي يشير إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين المتغيرين، في حين بلغت قيمة (Z) المحسوبة (4.41) وهي أكبر من قيمة (Z) الجدولية البالغة (١.٩٦) ، ما يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المتغيرين وعليه :

قبول الفرضية المتعلقة بـ (توجد علاقة ارتباط معنوية بين إتاحة الترتيب الداخلي للمستشفى ورضا الزبون (المرضى))، ما يؤكد ذلك وجود اشارة ** مع قيمة معامل الارتباط البسيط في نتائج التحليل الاحصائي.

جدول (٧) نتائج اختبارات فرضيات العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المستقلة الثلاثة و المتغير المعتمد المتمثل برضا المريض

المتغير المعتمد	المتغيرات المستقلة	معامل الارتباط البسيط Spearman's rank correlation coeff.	اختبار Z	المعنوية	التفسير
رضا المريض	النواحي الجمالية للمستشفى	0.48**	5.43	٠.٠٠	يوجد ارتباط طردية معنوي بين المتغيرين
رضا المريض	إتاحة الترتيب الداخلي للوصول	0.35**	٣.٩٦	٠.٠٠	يوجد ارتباط طردية معنوي بين المتغيرين
رضا المريض	نظافة المستشفى	0.39**	٤.٤١	٠.٠٠	يوجد ارتباط طردية معنوي بين المتغيرين
قيمة T الجدولية (١.٩٦)		درجة الحرية (١٢٨) عند مستوى معنوية (٠.٠٥)			

٢. اختبار فرضيات العلاقات التائية

سنستخدم لاختبار تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد اختبار (F - TEST) لمعرفة معنوية هذا التأثير ، فإذا كانت قيمة (F) المحسوبة أكبر من قيمة (F) الجدولية، دل ذلك على وجود تأثير ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير المعتمد، والعكس صحيح، وكذلك تم احتساب قيمة معامل التحديد (R^2) والتي تبين نسبة تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد المتمثل برضا الزبون (المرضى) ، ثم حسبت قيمة بيتا التي تمثل معامل الانحدار الذي يشير إلى نسبة التغير الحاصل في قيمة المتغير المعتمد عند حصول تغير في قيمة المتغير المستقل بقيمة وحدة واحدة ، وكانت النتائج كما موضح على النحو الآتي :

أ- العلاقة التائية للنواحي الجمالية للمستشفى في رضا الزبون (المرضى).

نلاحظ من خلال جدول (٨) وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير النواحي الجمالية للمستشفى في رضا المريض، إذ بلغت قيمة (F) المحسوبة (٦٣.٠٣) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (٣.٩٢) ، ما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير النواحي الجمالية للمستشفى في رضا المريض وعليه :

قبول الفرضية المتعلقة بـ (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمتغير النواحي الجمالية للمستشفى في رضا الزبون (المرضى)) ، في حين بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (٠.٣٣) ، والتي تشير إلى نسبة تأثير المتغير المستقل في المعتمد، بينما شكلت قيمة الميل الحدي بيتا (٠.٩١) .

ب- العلاقة التآثيرية لنظافة المستشفى في رضا الزبون (المرضى).

نلاحظ من خلال جدول (٨) وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير نظافة المستشفى في رضا المريض، إذ بلغت قيمة (F) المحتسبة (٣٦.٠٩) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (٣.٩٢) ، ما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير نظافة المستشفى في رضا الزبون (المرضى) وعليه:

قبول الفرضية المتعلقة بـ (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمتغير نظافة المستشفى في رضا الزبون (المرضى))، في حين بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (٠.٢٢) ، والتي تشير إلى نسبة تأثير المتغير المستقل في المعتمد، بينما شكلت قيمة الميل الحدي بيتا (٠.٦٣).

ج- العلاقة التآثيرية لأتاحة الترتيب الداخلي للوصول في رضا الزبون (المرضى).

نلاحظ من خلال جدول (٨) وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير إتاحة الترتيب الداخلي للمستشفى في رضا المريض، إذ بلغت قيمة (F) المحتسبة (٤٤.٣٨) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (٣.٩٢) ، ما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمتغير إتاحة الترتيب الداخلي للمستشفى في رضا المريض وعليه:

قبول الفرضية المتعلقة بـ (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمتغير إتاحة الترتيب الداخلي للمستشفى في رضا الزبون (المرضى))، في حين بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (٠.٢٣) ، والتي تشير إلى نسبة تأثير المتغير المستقل في المعتمد، بينما شكلت قيمة الميل الحدي بيتا (٠.٥٧).

جدول (٨) نتائج اختبارات فرضيات تأثير المتغيرات المستقلة الثلاثة في رضا الزبون (المرضى)

المتغير المعتمد	المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	اختبار t	المعنوية	معامل التحديد R^2	اختبار F	المعنوية
رضا الزبون (المرضى)	النواحي الجمالية للمستشفى	الحد الثابت b0	٠.٣٠	٠.٤٨	٠.٣٣	٦٣.٠٣	٠.٠٠
		الميل الحدي b1	٠.٩١	٧.٩٤			
رضا الزبون (المرضى)	نظافة المستشفى	الحد الثابت b0	٢.٤٢	٥.٠٥	٠.٢٢	٣٦.٠٩	٠.٠٠
		الميل الحدي b1	٠.٦٣	٦.٠١			
رضا الزبون (المرضى)	إتاحة الترتيب الداخلي للوصول	الحد الثابت b0	٢.٣٢	٤.٨٣	٠.٢٣	٤٤.٣٨	٠.٠٠
		الميل الحدي b1	٠.٥٧	٦.٢٠			

٣. العلاقة التآثيرية لأبعاد سيرفيس سكيب Servicescape في رضا الزبون (المرضى).

نلاحظ من خلال جدول (٩) وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد سيرفيس سكيب في رضا الزبون (المرضى)، إذ بلغت قيمة (F) المحتسبة (٢٦.٩٥) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية البالغة (٢.٦٨) ، ما يدل على وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لأبعاد سيرفيس سكيب في رضا المريض وعليه:

قبول الفرضية المتعلقة بـ (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لأبعاد سيرفيس سكيب في رضا الزبون (المرضى)) ، في حين بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (٠.٣٩) ، والتي تشير إلى نسبة تأثير أبعاد سيرفيس سكيب مجتمعة في رضا المريض.

جدول (٩) العلاقة التآثيرية لابعاد سيرفس سكيب Servicescape في رضا الزبون (المرضى)

المتغير المعتمد	المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار	اختبار t	المعنوية	معامل التحديد R ²	اختبار F	المعنوية
رضا الزبون (المرضى)	النواحي الجمالية للمستشفى	الحد الثابت b0	٢.٩٨	٠.٠٣	٠.٣٩	٢٦.٩٥	٠.٠٠
		b1	٥.٧٤	٠.٠٠			
	b2	٣.٣٢	٠.٠٠				
	b3	٣.٧٨	٠.٠٠				
	نظافة المستشفى						
	اتاحة الترتيب الداخلي للوصول						

المحور الرابع / الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات .

١. تبين ان هنالك عدم تناسق ما بين الوان الجدران والارضية مما ينعكس على النواحي الجمالية للمستشفى وخصوصاً ان هذه الخاصية مهمة جداً في تصميم الترتيب الداخلي للخدمة ليكون وظيفي وجذاب للزبائن (المرضى) في نفس الوقت .
٢. اتضح ان الزبائن (المرضى) لا يشعرون بالراحة داخل المستشفى وهم لايفضلون البقاء في المستشفى لفترة طويلة .
٣. تبين ان المستشفى لاتراعي استغلال مساحات ممرات المستشفى للاستفادة منها لاستراحة الزبائن (المرضى) وبالتالي تتوفر لهم أماكن للراحة وخصوصاً أنهم من الحالات المرضية المختلفة .
٤. اتضح ان الزبائن (المرضى) لديهم ملاحظات عن التعريف بالخدمات الموجودة بالمستشفى واللوحات الارشادية فيها، إذ ان اغلب المرضى كانوا متفقين بخصوص وجود صعوبات بالوصول لاماكن تقديم الخدمة بسبب عدم وضوح اللوحات التعريفية بهذه الاماكن .
٥. لوحظ ان أكثر الابعاد الذي حقق علاقات ارتباطية وتأثيرية كان النواحي الجمالية للمستشفى ، مما يدل على ان المستشفى قد راعت نوعاً ما هذه الجوانب في تصميم الترتيب الداخلي للخدمة فضلاً عن النواحي الوظيفية للخدمة .

ثانياً : التوصيات .

١. ضرورة الاهتمام بشكل خاص تناسق الالوان وخصوصاً الوان الجدران والارضية لما لهذه الجوانب من انعكاسات مهمة على تفضيل البقاء والشعور بالراحة للزبائن (المرضى) .
٢. ضرورة تركيز جهود إدارة المستشفى بشكل أكبر على جوانب النظافة بشكل عام وما يتعلق بأماكن تقديم الطعام ودورات المياه كونها تعكس صورة إدارة المستشفى والعاملين فيها وأهتمامهم بأظهار المستشفى وخدماتها بشكل لائق للزبائن(المرضى) لكسب رضاهم عن ما يقدم لهم من خدمات .
٣. مراعاة التعريف بالخدمات الموجودة بالمستشفى مع وضع اللوحات الارشادية المناسبة، حتى يتمكن المرضى من الوصول لاماكن تقديم الخدمة بسهولة .
٤. محاولة الاستفادة من المساحات المتاحة كالممرات لوضع كراسي مريحة لجلوس المرضى أثناء انتقالهم داخل المستشفى لتلقي الخدمات العلاجية .



قائمة المصادر

1. Abd Manaf, Noor Hazilah, (2012), Inpatient Satisfaction : an analysis of Malaysian Public Hospitals, International Journal of Public Sector Management, Vol.25, No.1, PP:6-16.
2. Almsalam ,Samaan, (2014), The Effects of Customer Expectation and Perceived Service Quality on Customer Satisfaction, International Journal of Business and Management , Volume 3 No. 8, PP.79-84.
3. Angelova, Biljana & Zekiri, Jusuf , (2011) Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model), International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 1, No. 3, PP: ٢٣٢ – ٢٥٨.
4. Baker ,Stacey Menzel , Holland, Jonna , & Kaufman-Scarborough, Carol , (2007), How consumers with disabilities perceive “welcome” in retail servicescapes: a critical incident study, Journal of Services Marketing , Vol.21, No.3 ,pp: 160–173.
5. Bitner, Mary Jo, (1992), Servicescape: The Impact of Physical Surrounding on Customers and Employees", Journal of Marketing, Vol.56, No.2, PP:57-71.
6. Dobre, Costinel, Dragomir, Anca Cristina, & Milovan-Ciuta, Anca-Maria, (2013), A Marketing Perspective On The Influences Of Waiting Time and Servicescape on Perceived Value, Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society, Vol.8, No.4, PP:683-698.
7. Enel, Selda & Ozkaya, Betul, (2014), A Study on Corporate Image, Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Context of Retail Stores , Asian Social Science; Vol. 10, No. 14 ,PP:52-66.
8. Fernandes, Tersa & Neves, Sara, (2014), The role of servicescape as a driver of customer value in experience-centric service organizations: the Dragon Football Stadium case, Journal of Strategic Marketing, Taylor & Francis, pp:1-13.
9. GOPAL, R. & BEDI, SATVINDER SINGH , (2014), IMPACT OF HOSPITAL SERVICES ON OUTPATIENT SATISFACTION, International Journal of Research in Business Management (Impact Journals), Vol. 2, No. 4, pp: 37-44.
10. Heizer, Jay & Render, Barry, (2014), , Operations Management, Sustainability and Supply Chain Management, Eleventh Edition, Pearson Education Inc.
11. Jafarnejad, Ahmad & Lotfi, Mahmood, (2014), Evaluating customers, satisfaction in the industrial company with uncertainty, Journal of Soft Computing and Applications , Vol.2014, PP: 1-8.
12. Johnston, Robert & Clark, Graham, (2005), Service Operations Management: Improving Service Delivery, Second edition, Pearson Education Limited, England.
13. Jr., Hightower Roscoe & Mohammad, Shariat, (2009), Servicescape's Hierarchical Factor Structure Model, Global Review of Business and Economic Research, Vol.5, No.2, pp:375-398.



14. Krajewski, Lee J., Ritzman, Larry P., & Malhotra, Manoj K., (2013), Operations Management, processes and Supply Chain, Tenth Edition, Person Education Limited.
15. Lio, Hei-Lim (Michael), & Rody Raymond, (2009), " The Emotional Impact of Casino Servicescape", UNLV Gaming Research & Review Journal, Vol.13, No.2, PP:17-26.
16. Lo, Kathy Pui Ying, (2011), Designing Service Evidence for Positive Relational Messages, International Journal of Design, Vol.5, No.2, PP:5-13.
17. Miles, Patti, Miles, Grant, & Cannon, Alan, (2012), "Linking Servicescape to Customer Satisfaction : exploring the role of Competitive Strategy" International Journal of Operations & Production Management, Vol.32, No.7, PP: 772-795.
18. Nandan, Geetika Shefali, (2010), Determinants of Customer Satisfaction on Service Quality: A Study of Railway Platforms in India, Journal of Public Transportation, Vol. 13, No. 1, PP:97-113.
19. Russell, Roberta S. & Taylor III Bernard W., (2011), " Operations Management, Creating Value Along the Supply Chain", Seventh Edition, John Wiley & Sons, Inc. United States of America.
20. Sreenivas, T. & Babu, Nethi Suresh, (2012), A Study on Patient Satisfaction in Hospitals: A Study on Three Urban Hospitals in Guntur District, Andhra Pradesh, International Journal of Management Research and Business Strategy, Vol.1, No.1, pp:101-118.
21. Stevenson, William J. (2012), Operations Management, Eleventh Edition, McGraw-Hill Co. Inc., United States, New York.
22. Suchanek, Petr, Richter, Jiri, & Kralova, Maria, (2014), Customer Satisfaction, Product Quality and Performance of Companies, REVIEW OF ECONOMIC PERSPECTIVES, VOL. 14, No.4, pp. 329-344.
23. Zaim, Ilma Aulia, & Purwanegara, Ir. Mustika Sufiati, (2013), DORM HOSTEL SERVICESCAPE PREFERENCES IN BANDUNG TOURISM, 4TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND ECONOMIC RESEARCH (4TH ICBER 2013) PROCEEDING 04 - 05 MARCH, INDONESIA.



The effect of Layout in measuring customer satisfaction (patients) using (Servicescape) model

Abstract:

This research aims to identify the impact of the Layout Ghazi al-Hariri hospital for surgery specialist on customer satisfaction (patients) using the model (Servicescape), the problem of the research represented in the extent to which the hospital management design of the service and Layout hospital aesthetic and functional aspects that fit patients for therapeutic and nursing services , and used the developer scale by (Miles et al., 2012) for data collection, which includes the independent variable in (17) items distributed in three dimensions (Facility aesthetics , hospital cleanliness, and the Layout accessibility) The dependent variable is the satisfaction of customers (patients) which includes 10 Items, and research involved patients admitted in different hospital departments and by 129 patients, were verified validity and reliability of the scale, and used several methods of statistical to get the results such as mean and standard deviation and test (Z) to see a significant correlation between the two variables and test ((F) test to know the moral of this influence and the use of statistical software (SPSS) version twenty one, The research found several conclusions from them, showing that there is an inconsistency between the colors of the walls and the floor, which is reflected on the aesthetics of the hospital and especially in the design of the Layout of the service task to be functional and attractive to customers (patients) at the same time, and that the hospital does not respect the exploitation of space this property hospital corridors to take advantage of them to break customers (patients) and thus places available to them to rest, and in particular they are of different pathological conditions, and recommended Find the need to pay particular attention to harmonically colors, especially the colors of the walls and floor of what for these aspects of the important implications of preferring to stay comfortable feeling to customers (patients) to try to take advantage of available spaces such as corridors to put comfortable chairs to sit sick while traveling inside the hospital to receive treatment services .

Keywords: Layout of the service, customer satisfaction (patient), model Servicescape