

## الفصل 4: جودة الخدمات

يختلف مفهوم الجودة في قطاع الخدمات عن القطاعات الاقتصادية الأخرى من حيث التعريف و الرقابة و القياس و الحكم عليها وهذا راجع لطبيعة الخدمة كمنتج غير مادي.

### 1\_تعريف الجودة

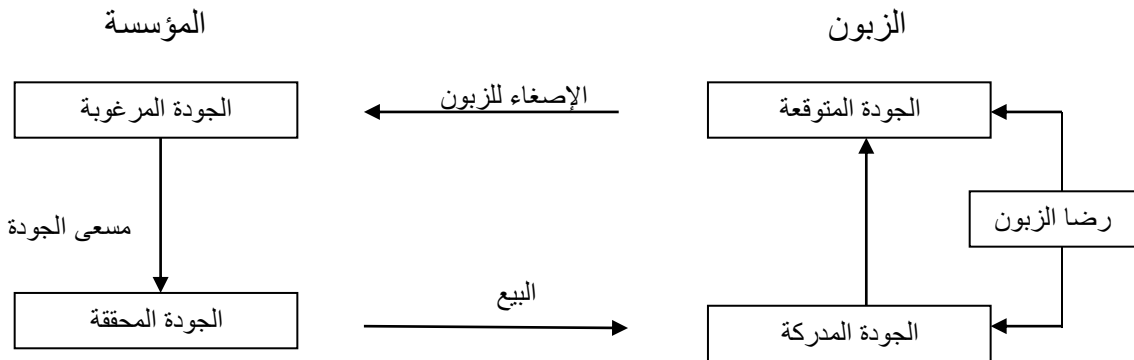
يرجع مفهوم الجودة (Quality) إلى الكلمة اللاتينية (Qualitas) التي تعني طبيعة الشخص أو الشيء و درجة صلابته، و عرفها أهم رواد الجودة كما يلي:

- ❖ عرفها Deming بأنها: "تحقيق احتياجات المستفيد حاضرا و مستقبلا"
- ❖ عرفها Juran : " مدى ملاءمة المنتج للاستعمال"
- ❖ عرفها Crosby بأنها: "مدى المطابقة مع المتطلبات"
- ❖ كما عرفتها المنظمة الدولية للتقييس (ISO): مجموعة من المزايا و الخصائص الخاصة بالمنتج أو الخدمة و التي تساهم في إشباع الرغبات المعلنة أو الكامنة.

### 2\_تعريف جودة الخدمة

- ❖ تعرف جودة الخدمة بأنها: معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات المستهلكين
- ❖ عرفها كل من Kotler & Keiler بأنها: درجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبون لهذه الخدمة.
- ❖ و يمكن تعريفها بأنها: تحقيق التطابق و التوافق مع محددات العميل، أو مدى قدرة الخدمة على تحقيق توقعات العميل.
- ❖ كما يمكن تعريفها بأنها: تلك الجودة التي تشتمل على البعد الإجرائي (الجودة الفنية) و البعد الشخصي (الجودة الوظيفية) حيث يتكون الجانب الإجرائي من النظم و الإجراءات المحددة لتقديم الخدمة و التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي، أما الجانب الشخصي فيمثل كيفية تعامل مقدمي الخدمة مع الزبائن.

و تعتبر جودة الخدمة المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة أي التي يتوقعها العملاء أو التي يدركونها في الواقع الفعلي، هي المحدد الرئيسي لرضا العميل، و عليه فان مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين توقعات المستهلك و إدراكه للأداء الفعلي (الجودة)، كما هو موضح في المخطط أسفله



### 3\_ أبعاد جودة الخدمة

حسب كل من Berry, Zeithaml, Parasurman المعايير التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة بالنسبة للمستفيد تتمثل في:

1. الاعتمادية: تشير إلى قدرة مولد الخدمة على أداء الخدمة الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه.
2. مدى توفر الخدمة من حيث الزمان و المكان .
3. الأمان: هل أن الخدمة خالية من المخاطر و الشك
4. المصداقية: درجة الثقة
5. درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد
6. الاستجابة: مدى استعداد و رغبة مورد الخدمة على تقديم المساعدة للمستفيد.
7. الجدارة: مدى كفاءة و مهارة مقدم الخدمة و المعرف التي تمكنه من أداء مهامه.
8. الأشياء الملموسة: التسهيلات المادية التابعة لمورد الخدمة (المعدات ، الأفراد...).
9. الاتصالات: توفير المعلومات للمستفيد .

كما يمكن حصر هذه العوامل في خمسة أبعاد تتمثل في:

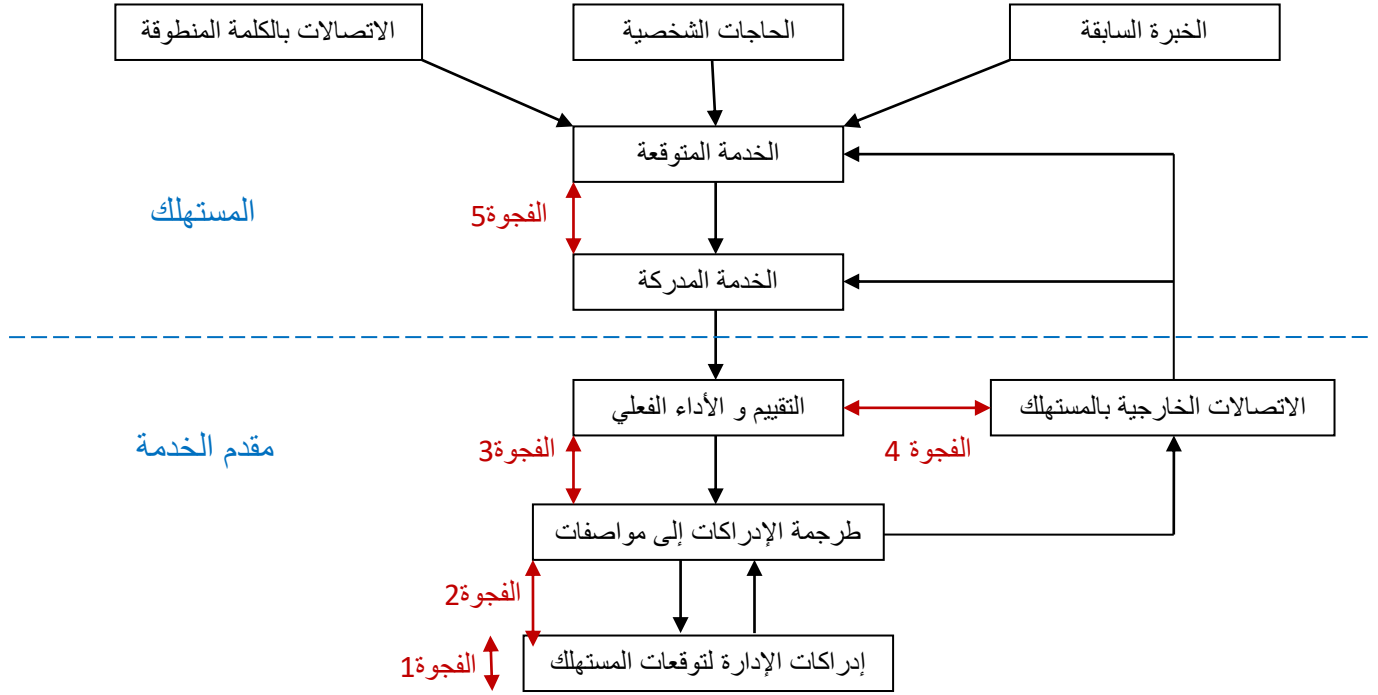
1. الأشياء الملموسة
2. الاعتمادية
3. الاستجابة
4. التوكيد: الكياسة و الكياسة، و المصداقية، و الأمان
5. التعاطف: مدى توفر الخدمة، الاتصالات، و درجة فهم المستفيد

### 4\_ نماذج تقييم جودة الخدمة

يرى البعض أن تقييم جودة الخدمة يكون من قبل المستفيد فقط في حين يرى آخرون أن قدرات المؤسسة الخدمية هي العامل الأهم

#### نموذج الفجوات

طور من قبل كل من: Berry , Zeithaml , Parasurman لتشخيص المسببات الرئيسية لفجوة الخدمة المدركة أي الفرق بين توقعات و إدراكات المستفيد وذلك وفق الشكل التالي:



الفجوة 1: بيت توقعات المستهلك للخدمة و تصور الإدارة لتلك الخدمة

الفجوة 2: بين تصور الإدارة للخدمة و مواصفات جودة الخدمة المقدمة و هي الحالة التي فيها للإدارة إدراك ما يريد العميل بشكل صحيح ولكن قد لا يتم تحديد معايير الأداء بشكل صحيح

الفجوة 3: بين مواصفات جودة الخدمة و تقديم الخدمة

الفجوة 4: بين تقديم الخدمة و الاتصال الخارجي: وتحدث عندما لا تتحقق توقعات العملاء المفترضة و الناتجة عن المعلومات المقدمة من مقدمي الخدمة

الفجوة 5: بين الخدمة المدركة و الخدمة التي تمت تجربتها سابقا

نموذج الاتجاه

ظهر هذا النموذج سنة 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من Tayler & Crovin و تعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوم اتجاها يرتبط بإدراك المستهلك للأداء الفعلي للخدمة المقدمة و يعرف نموذج الاتجاه تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة، حيث يقوم نموذج الاتجاه على أساس رفض فكرة نموذج الفجوة في تقييم جودة الخدمة و يركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالمستهلك فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات و هي دالة لإدراكات المستهلكين السابقة و خبراتهم و تجارب تعاملهم مع المؤسسة و مستوى الرضا على الأداء الحالي للخدمة.