

المحاضرة رقم 3: تصنيف الخدمات

وقد صنفنا الخدمات إلى مجموعات مختلفة وفق المؤشرات الآتية:

1 = التصنيف الأول: حيث يتم الاعتماد على أساسه على المعايير التالية:

1-1 = من حيث الاعتمادية: حيث تتنوع الخدمات من حيث اعتمادها إما على المعدات مثل خدمات غسل السيارات، أو اعتمادها على الأفراد مثل خدمات تنظيف الشبايك كما تتنوع الخدمات التي تعتمد على الأفراد حسب أدائها من قبل عمال ماهرين وغير ماهرين أو من قبل محترفين ومهندسين.

1-2 = من حيث مشاركة الزبون أو المستفيد: حيث تتطلب بعض الخدمات حضور الزبون ومشاركته للحصول على الخدمة اللائقة مثل العمليات الجراحية والسفر، بينما هناك خدمات لا تتطلب مشاركة الزبون وحضوره طول الوقت للحصول على الخدمات مثل تصليح السيارات.

1-3 = من حيث نوع الحاجة: حيث تتباين الخدمات فيما إذا كانت تحقق حاجات شخصية (مثلا خدمات فردية)، أو حاجات غير فردية (حاجات الأعمال) فالأطباء مثلا يصفون تسعيرة الفحوصات الطبية للأفراد (المرضى المراجعين) بشكل يختلف عن فحوصات المنتسبين للشركات والمشاركين في التأمين الصحي، كما أن مؤسسات الخدمة تضع برامج تسويقية مختلفة لكل من الأفراد (خدمات شخصية) والأسواق التجارية (خدمات تجارية عامة).

1-4 = من حيث أهداف مزودي الخدمات: حيث تتباين أهداف مزودي الخدمات (الربحية وغير الربحية) أو من حيث الملكية الخاصة أو العامة فالبرامج التسويقية لمستشفى خاص (ربحي) تختلف عن تلك التي يتطلبها مستشفى حكومي أو مستشفى خيري خاص (غير ربحي).

2 = التصنيف الثاني: يتم وفق المعايير التالية:

2-1 = حسب نوع السوق: وهي كالآتي:

2-1-1 = خدمات استهلاكية: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية صرفة أو بحثة مثل الخدمات الصحية

والسياحية، وخدمات النقل... الخ ولهذا سميت بالخدمات الشخصية.

2-1-2 = خدمات الأعمال: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات منظمات الأعمال كما هو الحال في الاستشارات الإدارية، والخدمات المالية والمحاسبية، وصيانة المباني والمكائن والمعدات، وهناك خدمات يتم بيعها لكل من المستهلكين النهائيين والمستخدمين الصناعيين ولكن بأساليب وسياسات تسويقية مختلفة ومتباينة.

2-2 = حسب درجة كثافة قوة العمل: وهي كالآتي:

2-2-1 = خدمات تعتمد على المستلزمات والمعدات المادية: ومن أمثلتها خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، وخدمات النقل العام، خدمات الطعام وخدمات الصراف الآلي، وخدمات غسل السيارات آلياً، وخدمات النقل الجوي وغيرها.

2-2-2 = خدمات تعتمد على قوة عمل كثيفة: ومن أمثلتها خدمات الحلاقة والتجميل، خدمات الديكور، خدمات تربية الأطفال، خدمات البناء، خدمات التدريس، والخدمات التي يقدمها الطبيب في عيادته وغيرها.

2-3 = حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات: وهي كالآتي:

2-3-1 = خدمات مهنية: مثل خدمات الأطباء والمحامين والمستشارين الإداريين والصناعيين، الخبراء، وذوي المهارات البدنية والذهنية...

2-3-2 = خدمات غير مهنية: مثل خدمات حراسة العمارات، فلاحه الحدائق...

3 = التصنيف الثالث: حيث يعتمد على اعتبار الخدمة بمثابة عملية موجهة حسب الآتي:

3-1 = خدمات معالجة الناس: وتحصل عندما يطلب المستفيد خدمة تتألف عملياتها من إجراءات ملموسة تكون موجهة إلى المستفيد كشخص مادي، وعليه فإن الخدمة تتطلب حضور المستفيد شخصياً حتى يحصل على الخدمة، ومن أمثلتها خدمات الطبيب الموجهة إلى المريض شخصياً، وخدمات السفر التي تتطلب حضور المسافر للاستفادة من خدمة السفر.

2-3 = خدمات المثير العقلي: وتتضمن مجموعة من الخدمات المؤلفة من إجراءات أو أعمال غير محسوسة موجهة إلى عقول المستفيدين وأذهانهم، ولهذا فإن الخدمة تتطلب المشاركة الذهنية للمستفيدين خلال عملية تقديم الخدمة وبالإمكان تقديم مثل هذه الخدمات من خلال القنوات الإلكترونية؛ إن فاعلية هذا النوع من الخدمات تتطلب كشرط أن يكون المستفيد على استعداد للتفاعل مع الخدمة ذهنياً أو عاطفياً وليس بالضرورة أن يكون المستفيد حاضراً بشكل مادي للحصول على الخدمة، فالأمر قد لا يتطلب أن يكون حاضراً بذهنه وعقله ومشاعره خلال التواصل أو التعامل مع المعلومات ومن أمثلتها خدمات التدريس، والخدمات الدينية وخدمات الإذاعة والتلفزيون...

3-3 = خدمات معالجة الممتلكات: وتحدث عندما يطلب المستفيد من مزود الخدمة بإجراءات وأعمال أو خدمات غير موجهة إليه شخصياً، وإنما تكون موجهة إلى ممتلكاته المادية مثل صيانة السيارات أو المسكن أو أي شيء مادي آخر، ففي هذه الحالة فإن الأمر لا يتطلب مشاركة المستفيد بشكل مباشر في عملية إنتاج وتقديم الخدمة.

4-3 = خدمات معالجة المعلومات: وتتألف من إجراءات وأعمال غير محسوسة موجهة لممتلكات المستفيدين أو لموجوداتهم غير المحسوسة مثل معالجة البيانات، والمعلومات والخدمات القانونية والبحوث والمحاسبة....

4 = تصنيف الخدمات حسب طريقة تقديمها:

إن عملية تقديم الخدمة مرتبطة بمقدم الخدمة، الذي يتأثر بتكوينه الشخصي والحالة النفسية وهذا ما يتحكم في كون الخدمة المقدمة جيدة أو سيئة، وهنا سنتطرق إلى أربع أنواع للخدمة بناء على طريقة تقديمها:

1-4 = طريقة الخدمة الباردة: تتسم هذه الخدمة بأنها تعتمد أساليب وإجراءات سيئة في تقديم الخدمة للعملاء وعموماً فإن الجوانب السلوكية التي تمارس من خلالها الخدمة تنم عن تعاملات غير جيدة أو سليمة مع العملاء، إضافة إلى أن هذه الخدمة تواجه بمواقف وسلوك غير مناسب من العملاء أنفسهم

جراء السلوكيات غير المنافسة التي يتلقونها من مقدم الخدمة
ولذلك فإنها تتميز بما يلي:

أ = الجانب الإجرائي في تقديم الخدمة:

- خدمة بطيئة.
- الخدمة غير متناسقة.
- الخدمة غير منظمة عادة.
- تقديم الخدمة بشكل فوضوي.
- = وبالتالي تكون الخدمة غير صحيحة.

ب = الجانب الشخصي في تقديم الخدمة:

- الإجراءات غالبا ما تكون غير واضحة أو محددة أي أنها تكون غير شفافة.
- الخدمة تكون عادة باردة (أو فاترة).
- الخدمة غير جدية ومتحفظة وبعيدة عن أجواء الانفتاح والانبساط والمودة.
- العملاء غالبا يمقتون هذه الخدمة ولا يرغبون بها.
- تتسم بعدم الاكتراث للعملاء وعدم الاهتمام بهم ومتطلباتهم عموما.

2-4 = طريقة المصنع للخدمة: عادة ما تمتاز هذه الخدمة

بارتفاع الاهتمام بالجانب الإجرائي في تقديم الخدمة من الجانب الشخصي وبهذا تأخذ الصور التالية:

أ = الجانب الإجرائي في تقديم الخدمة:

- تقديم الخدمة يكون غالبا في الوقت المناسب.
- تكون الخدمة المقدمة منتظمة ومناسبة وموحدة لجميع العملاء.

- الخدمة بعيدة عن الفوضى وعدم التناسق.

ب = الجانب الشخصي في تقديم الخدمة:

- تتميز عملية تقديم الخدمة بعدم الشفافية.
- تقديم الخدمة بصورة باردة وفاترة.
- العملاء عادة لا يرغبون بمثل هذه الخدمة أو بأسلوب التعامل معهم.

- العملاء بالنسبة لمجهزي الخدمة مجرد أرقام وهم يحاولون لمعالجتها بأساليبهم الخاصة.
- الخدمة متحفظة.

3-4 = طريقة الحديقة الوردية للخدمة: تتميز هذه الطريقة بالاهتمام الكبير بالجانب الشخصي في تقديم الخدمة مع انخفاض مستوى الجانب الإجرائي وتأخذ الصور التالية:

أ = الجانب الإجرائي في تقديم الخدمة:

- الخدمة بطيئة.
 - الخدمة غير متناسقة أو موحدة للجميع.
 - الخدمة وطريقة تقديمها غير منتظمة.
- ب = الجانب الشخصي في تقديم الخدمة:**

- الخدمة تتسم بالود والمحبة في التقديم.
 - خدمة جذابة وعملية التقديم متقنة.
 - طرق تقديم الخدمة بارعة وسليمة.
 - طرق تقديم الخدمة مرغوبة من قبل العملاء.
- 4-4 = طريقة جودة خدمة العميل:** وتتميز هذه الطريقة بارتفاع الجوانب المتعلقة بالمستوى الإجرائي والشخصي معا وتعد من أفضل الطرق التي يتم استخدامها في تقديم الخدمة للعملاء، فهي تأخذ الصور التالية:

أ = الجانب الإجرائي في تقديم الخدمة:

- تقديم الخدمة في الوقت المناسب.
 - الخدمة متناسقة ومنتظمة.
 - الخدمة المقدمة موحدة لجميع العملاء.
- ب = الجانب الشخصي في تقديم الخدمة:**
- المعاملة الشخصية تتميز بالود والمحبة في التقديم.
 - طرق تقديم الخدمة جذابة وملفتة للنظر.
 - طرق تقديم الخدمة بارعة.
 - الخدمة المقدمة مرغوبة من طرف العملاء.

