

المحاضرة الثانية عشر : جودة الخدمات

أولاً: مفهوم جودة الخدمة: إن تعريف جودة الخدمة يتمركز أساساً حول المنافع التي تقدمها هذه الخدمة إلى الزبون، (مستوى ادراكه لجودة الخدمة المقدمة). كما أن جودة الخدمة تعتمد أيضاً على التجربة الحالية للزبون وتجاربه السابقة، أي أن جودة الخدمة لا يستند فقط إلى مقارنة الجودة المتوقعة مع الجودة المدركة (الجودة المدركة هي تلك الجودة التي يرى من خلالها المستهلك الخدمات، فهي الحكم الإجمالي للمستهلك حول تميز أو تفوق الخدمة)، بل يستند أيضاً إلى التجارب السابقة للمستهفيد من الخدمة.

ويقول "Gronroos" أن لجودة الخدمة بعدان أساسيان هما: الجودة الفنية وتشير إلى الجوانب الكمية للخدمة، بمعنى تلك الجوانب التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي، والجودة الوظيفية وهي تلك التي تشير إلى الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى المستفيد من الخدمة. ثانياً: أبعاد الجودة: ترى كل من "parasuraman" و "ziethaml" و "berry" أن المعايير الوحيدة التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة هي تلك التي يحددها المستفيد من الخدمة. حيث قام هؤلاء الباحثون بتحديد تسعة معايير يلجأ إليها المستفيد للحكم على جودة الخدمة المقدمة إليه. وهي كالتالي: الاعتمادية، مدى توفر الخدمة من حيث المكان والزمان، الأمان، المصداقية، درجة فهم مورد الخدمة للمستهفيد، الاستجابة، الجدارة، الأشياء الملموسة، الاتصالات.

وتتعلق الخمسة معايير الأولى بجودة المنافع النهائية التي يجنيها المستفيد من الخدمة، أما المعايير المتبقية فهي تشير إلى جودة عملية تقديم الخدمة نفسها.

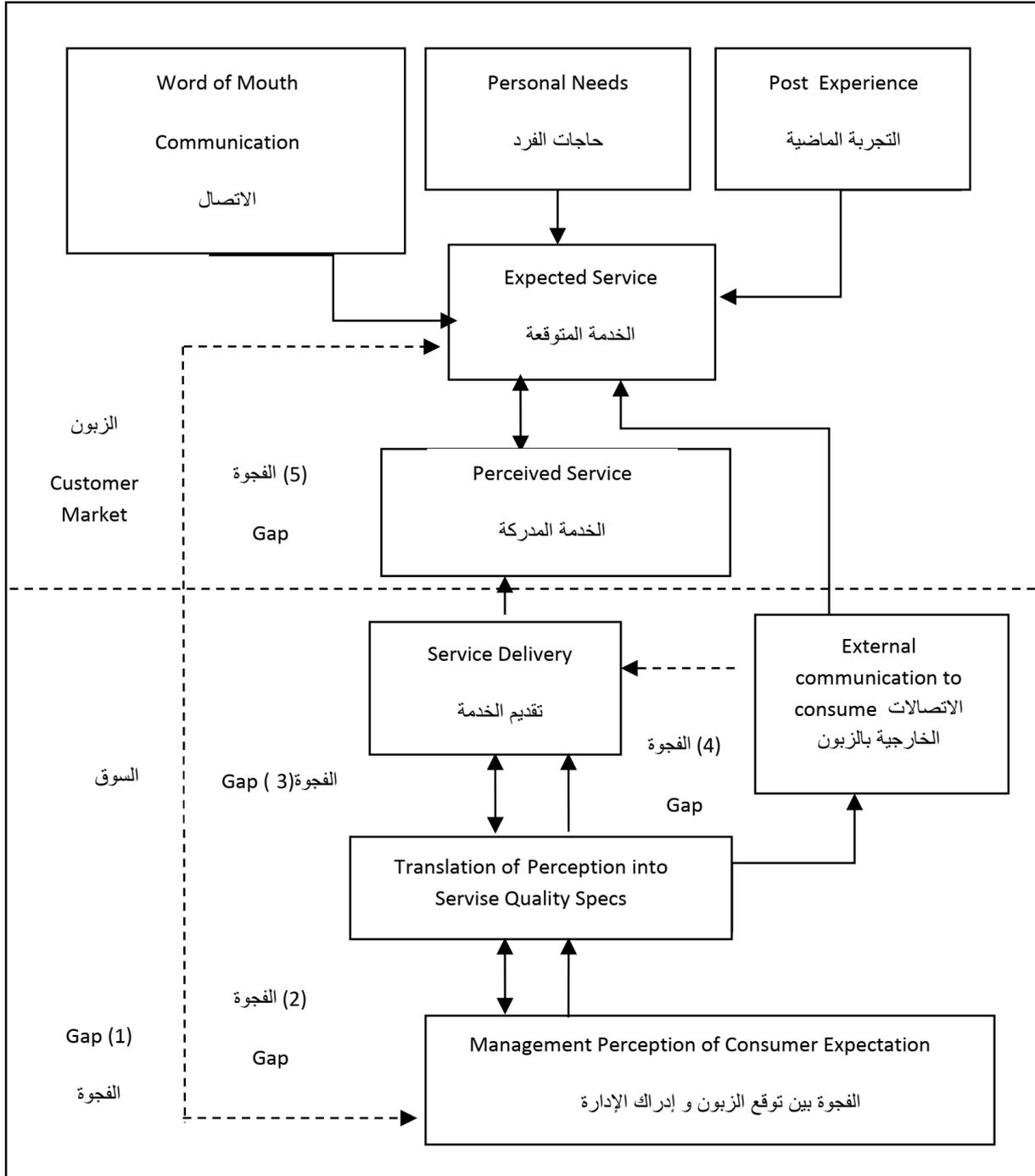
وقد حصر الباحثون الثلاثة السابقين المعايير السابقة في خمسة أبعاد أساسية لجودة الخدمة وهي: الأشياء الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، التوكيد، التعاطف.

ثالثاً: نماذج جودة الخدمة: في الواقع إن هناك نموذجين لقياس جودة الخدمة المقدمة، ويستند كلا النموذجين على مقدار الفجوة ما بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، بمعنى آخر إن أساس هذين النموذجين يستند إدراكات الزبون وتوقعات الزبون اللذان يقودان إلى الإشباع (الرضا).

أ. نموذج الفجوات التقليدي: إن هذا النموذج قدم من قبل كل من Parasurman , Zeithmal and Berry والذي أطلق عليه نموذج الفجوات، ويستند النموذج إلى مقدار الفجوة ما بين ما يتوقعه الزبون لجودة الخدمة والجودة الفعلية المدركة من قبله. لقد وضع هذا النموذج وفقاً للمفهوم التقليدي لجودة الخدمة ويتضمن خمسة فجوات كما هو موضح بالشكل رقم (01):

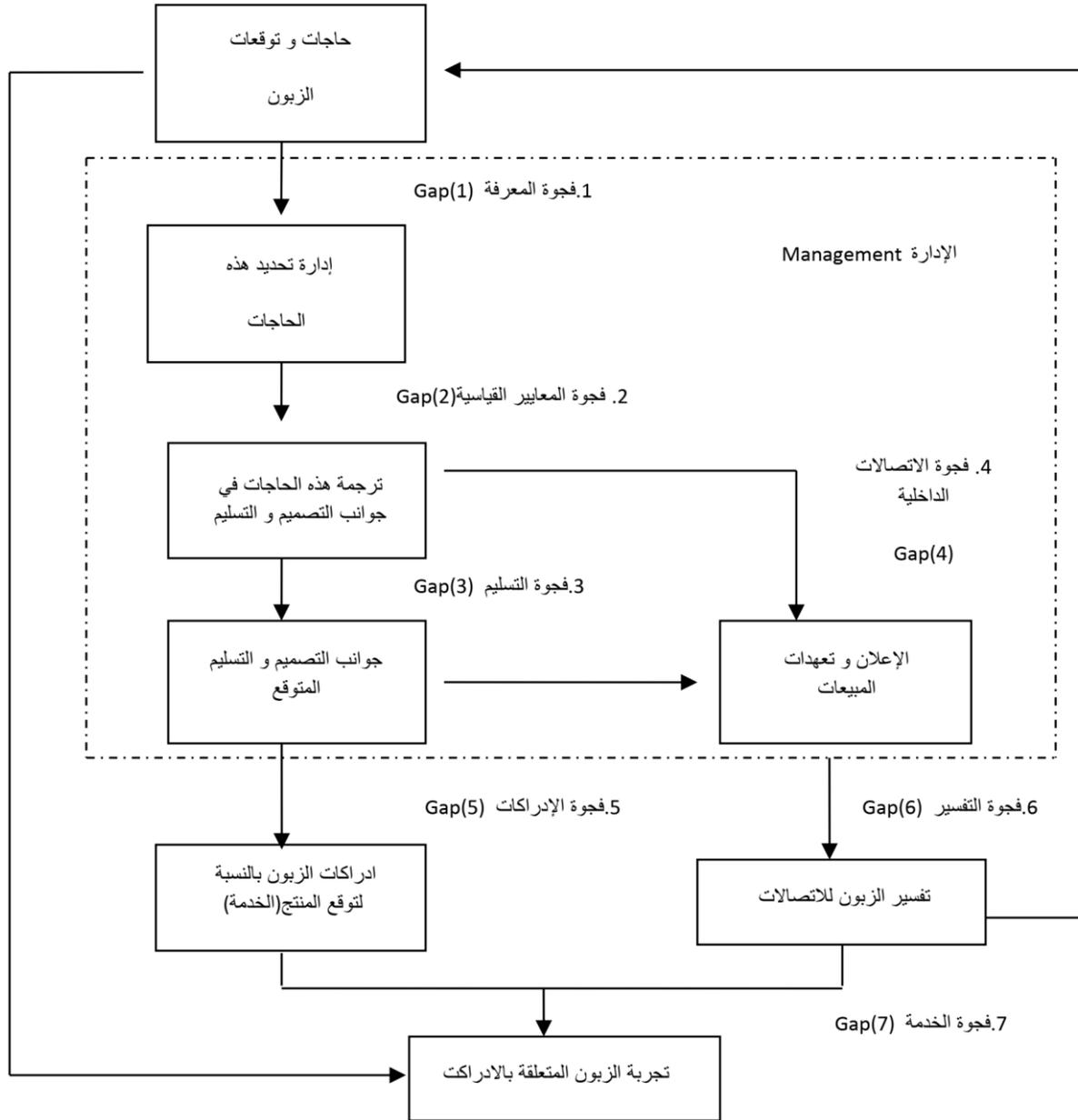
1. الفجوة ما بين توقعات الزبون وتصور الإدارة؛
2. الفجوة بين تصور الإدارة وميزان جودة الخدمة؛
3. الفجوة بين خصائص جودة الخدمة وتقديمها؛
4. الفجوة بين القيام بالخدمة والاتصالات الخارجية؛
5. الفجوة بين الخدمة المتصورة والخدمة المتوقعة.

الشكل رقم (01): نموذج الفجوات التقليدي



ب. نموذج الفجوات المطور: إن أساس هذا النموذج لا يختلف جوهرياً عن النموذج السابق، فقد حدد سبعة فجوات بدلاً من خمسة فجوات التي يقدمها النموذج التقليدي ... لقد وضع هذا النموذج من قبل Lovelock & Wirt و تم عرضه من قبل كل من Lovelock & Wirt إن هذا النموذج يعتبر أكثر تفصيلاً من النموذج السابق لاحتوائه على مؤشرات لم تكن موجودة سابقاً، و الشكل التالي هذا النموذج.

الشكل رقم (02): نموذج الفجوات المطور



ويشير الشكل السابق للفجوات التالية:

1. فجوة المعرفة؛

2. فجوة المعايير القياسية؛

3. فجوة التسليم؛

4. فجوة الاتصالات الداخلية؛

5. فجوة الإدراك؛

6. فجوة التفسير؛

7. فجوة الخدمة.