

الفصل الثامن: علاقة جودة الخدمة المدركة برضا وولاء الزبون والربحية

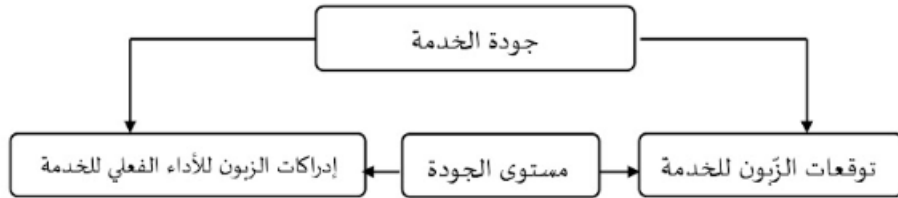
— مفهوم الجودة المدركة للخدمة:

عرّفها Gronroos بأنها "نتيجة عملية تقييم يقارن فيها الزبون توقعاته بالخدمة المقدمة له والتي قُدمت له فعلاً" كما عرفها كل من Parasuraman, Zeithaml, Berry بأنها "الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها". ويرى كل من Wright & Lovelock جودة المدركة للخدمة كما يلي "تقييم إدراكي طويل المدى يقوم به الزبون لعملية تقديم الخدمة لمنظمة ما". كما تعرّف الجودة المدركة بأنها "حكم أو تقدير شخصي للزبون، بمعنى أنه إذا توافقت إدراكات العملاء للنتائج مع توقعاتهم له، فإنهم سيكونون راضين عن الخدمة، أما إذا فاق الناتج التوقعات أو تجاوزها فإن الخدمة تعتبر متميزة، وأما إذا تحقق العكس وهو أن الناتج لم يرق إلى مستوى التوقعات فإنّ الخدمة تصبح رديئةً، ومن ثمّ فإنّ الزبون سيكون غير راض عن الخدمة".

كما عرفها البكري بأنها "تلك الدرجة التي يراها الزبون في الخدمة المقدمة إليه، وما يمكن أن يفيض عنها قياساً بما يتوقع". ويرى البعض بأنها: "تمثل مستوى الإدراك المتحقق من نتائج الأداء . الخدمة قياساً بما كان عليه في مرحلة سابقة". في حين يرى كل من Boom & Lewis بأنها: "معيار لدرجة التطابق الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة".

وبالتالي تميل غالبية التعريفات للجودة المدركة للخدمة على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات الزبائن لها، والذي يمكن عرضه في الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: عوض البدير تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة 01، (1999)، ص 337.

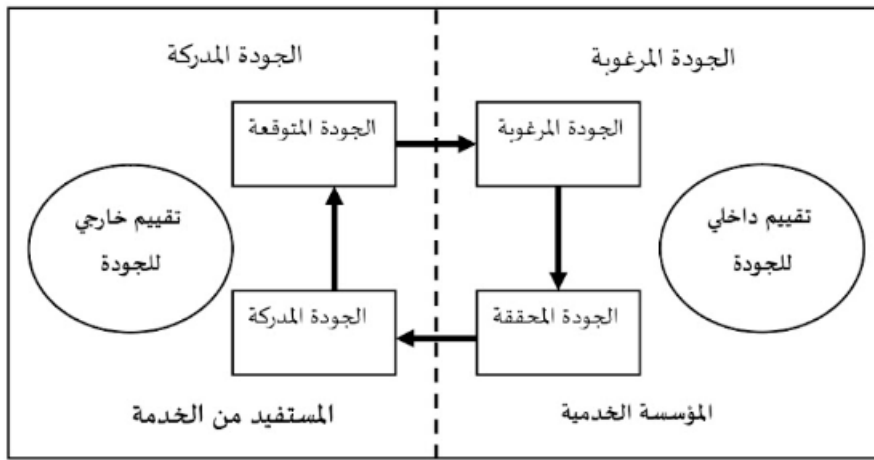
إذن الجودة المدركة للخدمة تعبر عن الرأي الذي يبديه الزبون اتجاه مختلف الخدمات عند مقارنته بين الجودة التي حصل عليها فعلاً وبين المنافع التي كان ينتظرها، فإذا كانت الجودة التي حصل عليها الزبون أكبر من الجودة التي كان يتوقعها، فإنّ الجودة المدركة هنا تكون إيجابية، وعلى العكس إذا كانت الجودة المتحصل عليها أقل مما كان ينتظره الزبون، ففي هذه الحالة تكون الجودة المدركة منخفضة. وتشمل الجودة المدركة جميع العناصر التي تُتميز عملية تقديم الخدمة من الجانب المادي الملموس، والصورة الذهنية، والمصادقية، وربح الوقت، والأمان واللباقة، ... الخ،

وبالتالي فجودة الخدمة المدركة تعتمد على تقييم الزبائن الذين يحكمون عليها عن طريق المقارنة بين ما حصلوا عليه فعلاً وبين ما كانوا يتوقعون الحصول عليه؛

ترتكز على وجهة نظر الزبون، وهو ما يجعل قياس جودة الخدمات نسبي يختلف من شخص لآخر، تقديم خدمات تقابل حاجات وتوقعات الزبائن أو تتجاوزها.

إذاً تختلف الجودة من وجهة نظر المنظمة عن وجهة نظر الزبون والشكل الموالي يبين مختلف أوجه الجودة لكل من المنظمة والزبون:

الشكل رقم (02): أوجه الجودة



Source: Sylvie Rolland, l'impact De L'utilisation D'Internet Sur La Qualité Perçue Et Satisfaction Du Consommateur, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris9, (2003), P 2.

_ محدّات جودة الخدمة المدركة:

مكنت الدّراسات والأبحاث التجريبية من طرف Eigliier و Langeard في فرنسا، وأبحاث كلّ من Zeithaml وآخرين بالولايات المتحدة من تعيين عشرة أبعادٍ أو مكّونات محدّدة لإدراكات جودة الخدمة يمكن تمثيلها في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): أبعاد قياس جودة الخدمة المدركة

التعريف:	البعد:
وتعني التزام الصّدق مع الزبائن ممّا يوُلّد لديهم روح الثّقة بينهم وبين المنظمة، مما يعطي صورة حسنة عن هذه الأخير.	المصداقيّة
أي توفير الأمن من المخاطر المتعلقة بالعمليّات والخدمات مثل المحافظة على سرّيّة المعلومات المتعلقة بالزبائن.	الأمن
إمكانية الوصول إليه، وسهولة الاتّصال.	سهولة الوصول للشيء
الاستماع للزبائن وتقبّل مختلف ردود الأفعال والشكاوى، وإيصال المعلومات إليهم بطريقة مقبولة وسريعة.	الاتّصالات
عن طريق تفهّم رغبات واحتياجات الزبون بشكل دقيق.	فهم ومعرفة الزبون
وتشمل التصميم الداخلي للمنظمة، وحدّات الأجهزة والمعدّات المستعملة في تقديم الخدمة.	الملموسية
إنجاز الخدمة بطريقة صحيحة من أوّل مرّة، وتنفيذ الوعود بدقّة تفصيليّة.	الاعتمادية
أي الرّغبة في مساعدة الزبائن وتقديم خدمات فوريّة لهم.	الاستجابة
وتعني قيام المنظمة بتوظيف العاملين الذين يتوفّرون على قدر كبير من المعرفة والمهارات.	الكفاية
مراعاة مشاعر الاحترام واللّطف في المعاملة للزبائن وإظهار روح الصّدقة والوديّة.	الكيّامة