

# أبعاد الجودة في الخدمات

## مقدمة:

تسعى الكثير من المؤسسات الوثائقية في الآونة الأخيرة للارتقاء بمستوى الخدمات حتى تصل إلى درجة التميز الذي يعد مثالا يتوق إليه كل من مقدمي الخدمات والمستفيدين منها على حد سواء، إذ تقوم تلك المؤسسات باستخدام العديد من الاستراتيجيات من أجل تحسين مستوى أدائها. ومن أهم تلك الاستراتيجيات الاهتمام بالجودة بوصفها استراتيجية مهمة تساعدها على توفير خدمات تشبع الرغبات الكاملة لروادها، وتلبي متطلباتهم واحتياجاتهم المعلنة وغير المعلنة سواء داخل المنظمة أو خارجها. غير أن قياس وتقييم جودة الخدمات المقدمة في هذه الأنظمة تتسم بالصعوبة مقارنة مع جودة المنتجات المادية التي يمكن قياسها بمؤشرات مثل مدة الصلاحية أو عدد عيوب التصنيع.

## 1. جودة الخدمات ServQUAL :

فالجودة في الخدمات حسب كل من Pierre Eiglier و Eric Langeard تمثل بناء مجازي نتيجة للخصائص الخمسة التي تتصف بها الخدمات من: اللاملموسية، عدم التجانس، التلازمية ومتعددة الأبعاد والزوال. وتعرف جودة الخدمة على أنها: "مجموعة من المميزات والخصائص التي تنص معظمها على إرضاء الحاجيات المعلنة والدقيقة للمستهلك، أي ملائمة الخدمة المقدمة لحاجيات المستفيد المعبر عنها أو المتوقع إيجادها". ويمكن تحديد جودة الخدمة من منظورين: من وجهة نظر مقدم الخدمة وتلك الخاصة بالمستهلك (المستفيد).

### 1.1. الجودة من منظور المؤسسات الوثائقية:

عرف Crosby Philip سنة 1979 جودة الخدمة، من منظور مقدم الخدمة على أنها: "مجموع خصائصها المادية والتكنولوجية ومدى امتثالها للمعايير". هذا التعريف يعتبر الخدمة كمنتج ويشير إلى الدور الذي تؤديه العناصر المادية والتكنولوجية المرتبطة بالخدمة في عملية تقييم الذي يقوم به المستخدمين. وهذا يعني أن التمييز بين العناصر المادية القاعدية والعناصر المادية الثانوية ضرورية لتحقيق هذا الدور على أحسن وجه.

كما أن استخدام المعايير عنصر مهم في قياس جودة الخدمة وهذه المعايير قد تكون موجودة بالفعل وقد تقوم المؤسسات الوثائقية بإعدادها بنفسها. وتتألف المعايير الموجودة بالفعل من مجموعة من القواعد التي تم الحصول عليها بتوافق الآراء والموافقة عليها في أغلب الأحيان من قبل هيئات معترف بها على الصعيد الدولي، مثل الإفلا

(IFLA) والايزو (ISO) لتسهيل التبادلات في سياق معين.<sup>1</sup> ونضيف هنا المجلس الدولي للأرشيف ICA او الجمعية الفرنسية للتقنين (AFNOR) وكل هذه الهيئات تقوم بإصدار معايير وتقنين في عدة تخصصات منها تخصص المكتبات والأرشيف.

إن هذا المنظور يجعل الخدمة قابلة للقياس بسهولة من خلال مؤشرات مثل وقت معالجة الوثائق، سرعة توفير وتقديم الخدمة، مدى اعتماد التقنيين، تجنيد الوسائل المادية والتقنية والتكنولوجية في جميع الأنشطة والإجراءات. ومع هذا، فإن هذا المنظور يتجاهل حقيقة أن وقت إنتاج الخدمة تتزامن مع وقت استهلاكها وهذه الخاصية تنعكس على المؤسسات ال وثائقية التي لا يمكنها ضمان الجودة قبل إتاحة الخدمات للمستخدمين، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الملموسة. ومن أبسط الأمثلة لدينا خدمة الإعارة التي لا يمكن تصنيعها ومراقبتها وتخزينها إلى حين استهلاكها من قبل المستخدم الذي يعتبر طرفا مهما في انتاجها. ومن جهة أخرى، يعرض مفهوم الجودة كشيء مادي يمكن ملاحظته بسهولة وقابل للقياس، وهذا ليس هو الحال.

وفي الأخير، إن مفهوم جودة الخدمة من وجهة نظر المؤسسات الوثائقية غير كافية وليست لها قيمة في غياب وتجاهل وجهة نظر المستعمل الذي يعتبر طرفا حقيقيا في تحقيق جودة الخدمة والحكم عليها باعتباره المستفيد الأول والأخير.

## 2.1. الجودة من منظور المستفيد:

خلافًا لجودة الخدمة من منظور المؤسسات الوثائقية، والذي يفصل فعل الاستهلاك من عملية إنتاج الخدمة، فإن وجهة نظر المستخدم نحو جودة الخدمة تستند على عدم انفصال الخدمة، وهذا يعني، تزامن الإنتاج والاستهلاك، وبالتالي مشاركة المستخدمين أمر ضروري في إنتاج الخدمة. ونتيجة لهذا، فإن المؤسسات الوثائقية غير قادرة على السيطرة ومراقبة جودة عرض الخدمة كسلعة عند الانتهاء من عملية الإنتاج. لذا فإن معرفة الكيفية التي يدرك بها المستخدم جودة الخدمة المقدمة له ضرورية.

وبصرف النظر عن مشكلة المراقبة، هناك بعدين كبيرين يسمحان بتحديد مفهوم جودة الخدمة من منظور "المستفيد":

أولاً: يتم تعريف جودة الخدمة كمزيج من الجودة التقنية، أي جودة عمليات إعداد الخدمات (جودة الفهرس، وجودة اختيار المجموعة،...) والجودة العلائقية (relationnelle)، أي جودة عملية تقديم الخدمات (جودة الإتاحة، موقف مقدمي الخدمة،....). وهذا يعني لكي تكون الخدمة المقدمة ذات جودة، لابد من تلبية احتياجات المستعملين من حيث محتوى المعلومات المقدمة (معلومات ذات صلة، مكيفة وموثوق منها)، ومن حيث الوعاء (سهولة الاستغلال، مقروءة،...) وكذلك من حيث الخدمة المكتملة لهذا العرض (السرعة في تقديم الخدمة،....).

وإلى جانب الأداء وفائدة المعلومة، فإن المستخدم يتوقع أيضا أن يلقي استقبالا حسنا، وتوجيها جيدا، ومساعدة وأن يكون الوصول سهل وسريع للمعلومات المطلوبة. ضف إلى هذا، من المهم التأكيد أنه حتى في حالة الفشل،

يتوقع المستفيد أن يتم إعلامه وأن يقدم له تفسيراً لعدم الاستجابة الفورية لطلبه. على سبيل المثال في الخدمة المقدمة عبر الإنترنت، يجب على مسير الشبكة عرض رسالة يفسر فيها عدم توفر الخدمة، المدة المتوقعة، ووسائل الوصول الأخرى المتاحة للمستخدمين الذين هم في عجلة من أمرهم.

ثانياً: جودة الخدمة حسب Eric Langeard و Pierre Eiglier مستمدة من تصورات المستخدمين والتي تعتمد بدورها على شخصية هذا المستخدم والعوامل الظرفية. إن هذا التعريف يولي اهتماماً خاصاً للعوامل النفسية والاجتماعية والظرفية التي تحدد الشروط التي بموجبها يتم عقد الاجتماع بين المستخدم ومقدم الخدمة وبالتالي تؤثر على التصور لجودة الخدمة.

ووفقاً لوجهة النظر المستعملين، فإن المخرجات الفعلية للخدمة يحكم عليها المستخدم بناءً على توقعاته للنتائج أو المنافع. إن الحكم الإجمالي للمستخدم على جودة الخدمة قد يكون على كل من إجراءات التسليم والنتائج مقارنة مع التوقعات الخاصة به كمستخدم والمنافع التي يرغب الحصول عليها، وهذا يقودنا إلى فكرة مهمة في تقييم الجودة من منظور تسويق خدمات المعلومات وهي **جودة الخدمة المدركة**. وهذه الأخيرة تمثل حكم المستخدم بالاعتماد على تجربته الكلية في تلقي الخدمة وهي مفهوم نسبي تختلف من مستهلك إلى آخر ومن لحظة إلى أخرى. وهذا ما يؤدي إلى وجود فجوة بين ما يريد المستخدم من حيث الجودة التقنية والجودة العلائقية وما يدركه فعلاً بمجرد تنفيذ الخدمة، يعني المقارنة بين الخدمة "المتوقعة" و "المدركة" أي الأداء الفعلي للخدمة. وهذا يؤدي إما إلى رضا أو عدم الرضا من المستخدم. على سبيل المثال، عندما يذهب المستخدم إلى مركز الأرشيف لاستعارة وثيقة ما، فإنه لديه بالتأكيد توقعات بشأن الوثيقة التي يسعى إليها والترتيبات اللازمة لجعل الوثيقة متاحة. وبمجرد الانتهاء من الخدمة، يقارن المستخدم الخدمة بتوقعاته. وبذلك يمكن التمييز بين ثلاثة مستويات:

أ- الأداء < التوقعات ————— اللاجودة ————— العميل غير ارض.

ب- الأداء = التوقعات ————— الجودة ————— العميل ارض.

ج- الأداء > التوقعات ————— الجودة العالية ————— العميل ارض جداً.

ونتيجة لهذا، فإن الخدمة على النحو المقصود من قبل المستخدم يجب أن يكون صارماً كما هو متصور بعد التفاعل بين المستخدم والموارد المادية ومقدمي الخدمة لضمان جودة أفضل ورضا أفضل بعد ذلك.

وعليه فإنه على المؤسسات الوثائقية التي تبحث عن الطرق والوسائل الجديدة للتطوير والتحسين المستمر لجودة خدماتها وأدائها التي تتلاءم مع توقعات المستفيدين وتلبي حاجاتهم أن تجيب عن السؤال التالي: «كيف يقيم المستفيدون جودة الخدمة؟»

## 2. العوامل التي تحدد جودة الخدمة من وجهة نظر المستخدم:

إن الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة، من الموضوعات التي استحوذت اهتمام الكثير من الباحثين والإداريين على حد سواء. وقد عكف الباحثون في مجال دراسة جودة الخدمة، ومن بينهم الفريق الأمريكي (Berry) و(Parasuraman) و(Zetham)، سنة 1985 على تحديد عشرة أبعاد لجودة الخدمة يلجأ إليها الزبون (المستفيد) للحكم على جودة الخدمة المقدمة إليه وهي الاعتمادية، الاستجابة، الكفاءة، سهولة الحصول على الخدمة، اللباقة، الاتصال، المصداقية، الأمان، معرفة وتفهم العميل، والجوانب المادية الملموسة، وقد أكد الباحثون على أن أبعاد جودة الخدمة في أغلب القطاعات إن لم تكن كلها متضمنة في هذه القائمة، وإن اختلفت أهمية عناصرها من قطاع لآخر. إلا أنها تمكن المدراء من فهم التوقعات وتصورات المستهلك بشكل أفضل وبالتالي تحسين نوعية خدماتها. حيث تبين من خلال استقراء بعض الأدبيات، أن هذا المقياس تم تطبيقه على الكثير من خدمات المنظمات غير الربحية من بينها المكتبات ومراكز المعلومات. ولقد نجحت هذه الأخيرة تطبيقه على خدماتها وذلك لتحديد أوجه القوة والضعف في الأداء بحيث يمكن تحسينه والارتقاء به بالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق أهداف هذه المكتبات ومراكز المعلومات.

وفي دراسة كمية لاحقة، تمكن الباحث Parasuraman وزملاؤه سنة 1988 من تطوير مقياس (ServQual) المعروف على نطاق واسع فيما يخص جودة الخدمة. وذلك بدمج المؤشرات العشرة في خمسة أبعاد رئيسية لجودة الخدمة، هي:

المظاهر المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان والتعاطف، وهذا بعد أن توصلوا إلى وجود ارتباطات قوية بين بعض هذه الأبعاد، وبالتحديد بين الاتصال، الكفاءة، اللباقة، المصداقية والأمان من جهة؛ وبين معرفة وتفهم الزبون وامكانية وسهولة الحصول على الخدمة من جهة أخرى. والجدول التالي، يوضح الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة.

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	<ul style="list-style-type: none"> <li>- المظهر الخارجي حسن المظهر.</li> <li>- التصميم الداخلي للمؤسسة يسهل عملية تقديم الخدمة.</li> <li>- تتوفر بالمبنى شروط السلامة والصحة العامة (الإضاءة والتهوية والتكييف).</li> <li>- حداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة.</li> <li>- المظهر اللائق لمقدمي الخدمات.</li> <li>- توافر المرافق والتسهيلات المادية المتاحة للزبائن.</li> </ul>
الاعتمادية	<ul style="list-style-type: none"> <li>- التزام المؤسسة بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة.</li> <li>- التزام المؤسسة بتقديم الوعود التي قطعتها للزبون.</li> <li>- تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث أخطاء).</li> <li>- معلومات دقيقة وصحيحة.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة.</li> <li>- الرغبة في مساعدة الزبائن والاستجابة الفورية لطلباتهم.</li> <li>- الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى.</li> </ul>	<b>الاستجابة</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- الشعور بالأمان في التعامل.</li> <li>- الثقة بمقدمي الخدمات.</li> <li>- خلو الخدمة المقدمة من الشك.</li> <li>- امتلاك مقدم الخدمة المعرفة والمهارات اللازمة لتقديم الخدمة.</li> <li>- تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن الخلق في التعامل مع الزبائن.</li> </ul>	<b>الضمان (الأمان)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- فهم ومعرفة احتياجات وتوقعات الزبائن.</li> <li>- تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه.</li> <li>- الاهتمام الشخصي بالزبون و كأنه هو المتعامل الوحيد والمهم لديهم.</li> </ul>	<b>التعاطف</b>

### جدول رقم (1): الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة

يحتوي البعدين الأخيرين (الضمان والتعاطف) بنودا تمثل في الأصل سبعا من الأبعاد العشرة الأصلية وهي: الاتصال، المصداقية، الأمان، الكفاءة، اللباقة، معرفة وتفهم الزبون، إمكانية وسهولة الحصول على الخدمة، والتي لم تبق منفصلة بعد مراحل التدقيق المتعددة.

كما اقترح كل من Eiglier و Langeard ثلاثة أبعاد لجودة الخدمة وهي:

\* **الجودة المستخرجة:** تعرف على أنها نتاج أداء الخدمة. يتعلق الأمر بجودة الخدمة بح ذاتها فالزبون أو المستعمل وحده له القدرة على الحكم إن كانت الخدمة تلبى احتياجاته أو لا.

\* **جودة عوامل أداء الخدمة:** تسيير جودة الخدمات يجب أن يعمل على تحقيق جودة كل عامل يدخل في أداء الخدمة وبصفة مستقلة عن العوامل الأخرى جودة الحوامل المادية، جودة الموظفين، وجودة المشاركة التي يقوم بها الزبائن أثناء تحقيق الخدمة.

\* **جودة أداء الخدمة:** تتعلق هذه الجودة بجودة التفاعلات الحاصلة بين عوامل أداء الخدمة (سهولة ومرونة هذه التفاعلات ونجاعتها).

مما سبق يمكن أن نخلص إلى أن جودة الخدمات في المؤسسات الوثائقية تستلزم تفاعل كل من هذه العناصر فيما بينها: جودة نتاج أداء الخدمة، جودة عوامل أداء الخدمة (الحوامل المادية، الموظفين، ومشاركة المستخدمين) وجودة التفاعلات الحاصلة بين عوامل أداء الخدمة. وهذه العناصر مجتمعة هي التي تحدد أداء المؤسسات الوثائقية وأي خلل في إحداها سيؤدي إلى الإخلال بجودة أداء الخدمة.