

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

الفصل الرابع: قياس جودة الخدمة

المبحث الأول: نماذج قياس جودة الخدمة

أولاً: نموذج جودة الخدمة (نموذج الفجوة) SERVQUAL

ثانياً: نموذج أداء الخدمة ServPerf

ثالثاً: نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة



الفصل الرابع: قياس جودة الخدمة

إن مفهوم الجودة في مجال الخدمات يعتبر مفهوما مركبا يصعب قياسه من خلال وسائل بسيطة أو عادية، ونظرا للدور الذي تلعبه الجودة في استراتيجية تسويق الخدمة، فقد تعددت وتواصلت الدراسات التي استهدفت قياس توقعات وإدراكات الزبائن لجودة الخدمة. كما نالت مقاييس جودة الخدمة انتباه مجموعة من الباحثين منذ سبعينات القرن العشرين، حيث تركزت الجهود على محاولة إيجاد منهجية مناسبة لقياس جودة الخدمات.



أولاً: نموذج جودة الخدمة (نموذج الفجوة) SERVQUAL

من أبرز المحاولات التي تمت في مجال قياس جودة الخدمة، ما قام به Parasuramen- Zeithmal and (PZB)* Berry من خلال دراساتهم التي بدأت سنة 1983 والتي استمرت حتى أسفرت عن العديد من النتائج الأولية التي تستحق الاهتمام، حيث يركز الباحثون على أن جودة الخدمة قابلة للقياس على الرغم من غياب البعد المادي الملموس وهو ما يجعل من إمكانية قياسها أمراً صعباً مقارنة بالسلع الملموسة.



PZB*: هي اختصار للأسماء Parasuramen- Zeithmal and Berry

أولاً: نموذج جودة الخدمة (نموذج الفجوة) SERVQUAL



SERVQUAL

QuestionPro

يطلق على نموذج جودة الخدمة الذي يعرف بـ "SERVQUAL" وهو ناتج عن دمج عبارتي **service** التي تعني الخدمة، و **quality** التي تعني الجودة، وله مسميات أخرى:

كنموذج الفجوات (The Gaps Model)

الإدراكات ناقص التوقعات

(Perceptions–Minus– Expectations).

أولاً: نموذج جودة الخدمة (نموذج الفجوة) SERVQUAL

وتقييم الجودة حسب هذا النموذج يعني "تحديد الفجوة بين توقعات الزبائن حول مستوى الخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها.

ويمكن معرفة أو تحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة من خلال التعبير عن هذا المقياس رياضياً كما يلي:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء} - \text{التوقعات}$$



أولاً: نموذج جودة الخدمة (نموذج الفجوة) SERVQUAL

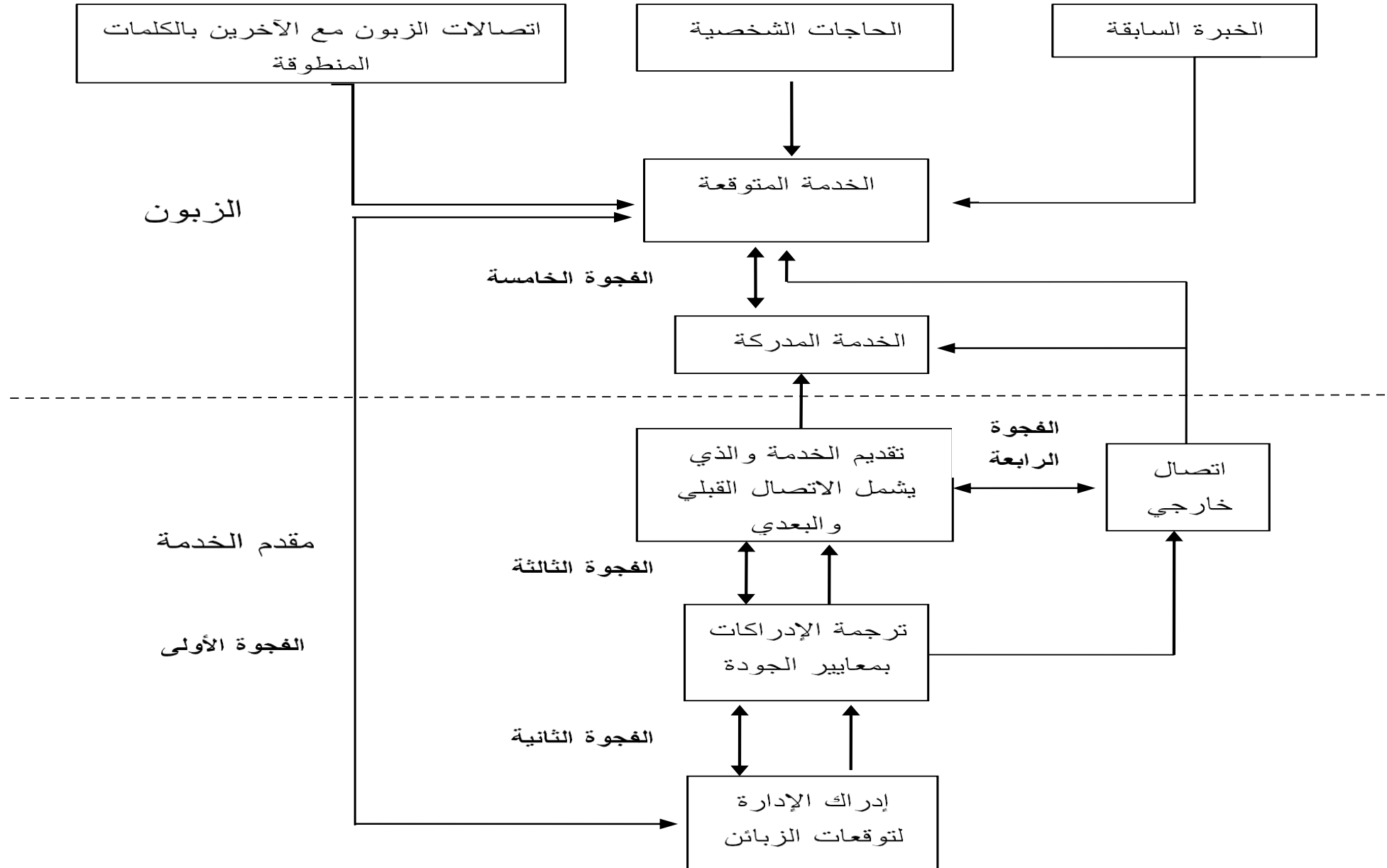
يقوم هذا النموذج على أساس أن الفرق بين توقعات الزبائن بشأن الخدمة وبين إدراكاتهم الفعلية لها يحدد مستوى جودة الخدمة، وعليه فإن مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة (الأداء الفعلي)، وبناء عليه فإن جودة الخدمة تقاس على النحو التالي:

إذا كانت الخدمة المتوقعة **أعلى** من الخدمة المدركة (الأداء الفعلي) فإن جودة الخدمة تكون أقل من مرضية، وبذلك تميل إلى التوجه نحو الجودة غير المقبولة نهائياً كلما زاد التباين بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة سلبياً؛

أما عندما **تتساوى** الخدمة المتوقعة مع الخدمة المدركة فإن الجودة تكون مرضية؛

إذا كانت الخدمة المتوقعة **أقل** من الخدمة المدركة، فإن جودة الخدمة تكون أكثر من مرضية وتتجه نحو الجودة المثالية، بتزايد التباين والتناقض بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة إيجابياً.

شكل رقم 1-5: نموذج جودة الخدمة «SERVQUAL1985»



يتعلق الجزء العلوي من نموذج جودة الخدمة بالزبون بينما الجزء السفلي يختص بمقدم الخدمة، فالخدمة المتوقعة هي نتيجة للخبرة السابقة للزبون والتي تتمثل في خبرة وتجربة الزبون التي تسمح له بتكوين صورة مسبقة عن جودة خدماته. والاحتياجات الشخصية التي تختلف من شخص لأخر حسب رغباته والاحتياجات التي يسعى لإشباعها. واتصالات الزبون مع الآخرين والتي تشمل كل المعلومات والتعليقات التي ينقلها الأفراد، وهي من العوامل التي لها تأثير على سمعة المؤسسة لأنه يصعب على مسؤولي المؤسسة مراقبتها. كما تتأثر أيضا بأنشطة الترويج الذي تستخدمه المؤسسة الخدمية.

ومن الشكل السابق فإن نموذج الخدمة قد حدد الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة بخمس فجوات هي:

Five Gaps in Service Quality



Knowledge



Standards



Delivery



Communications



Satisfaction



يتكون مقياس SERVQUAL من خمسة أبعاد لقياس الانطباع حول جودة الخدمة وهي: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف والجوانب المادية الملموسة. حيث يتكون هذا المقياس من مجموعتين، تضم كل مجموعة 22 عبارة. تهدف المجموعة الأولى إلى قياس توقعات الزبائن لخدمة المؤسسة، بينما تهدف المجموعة الثانية إلى قياس اتجاهات الزبائن نحو أداء المؤسسة. وكلاهما يستخدم مقياس ليكرت ذي السبع نقاط المتدرج من (1= غير موافق بشدة، وحتى 7= موافق بشدة) وبطرح الفرق بين الإجابات (الأداء - التوقعات) يتم تحديد الفجوة للأبعاد الخمسة من المقياس.

أما أهم الانتقادات التي تعرض لها النموذج فتتمثل في ضعف قدرته التنبؤية، تعقيد العمليات الإحصائية، وكذا تفاوت مقدرته على تفسير الاختلافات في مكونات الجودة من صناعة لأخرى.

يمتاز نموذج الفجوة الذي قدمه " PZB سنة 1985 بمجموعة من المزايا منها؛ أنه استخدم على نطاق واسع في المؤسسات الخدمية كما أنه يمتاز بدرجة عالية من الثبات والصلاحية، قدرته على تفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن بشكل كمي وقدرته على تعميم نتائج الرضا بشكل كمي.

ثانياً: نموذج أداء الخدمة SERVPERF

SERVPERF Model

لقد ترتب على الانتقادات التي تعرض لها نموذج جودة الخدمة Servqual ظهور عدة دراسات منها دراسة Cronin and Taylor 1992 والتي قدمت مقياس جديد يدعى نموذج أداء الخدمة SERVPERF، وتعني مفردة "servperf" أداء الخدمة وهو ناتج عن جمع مفردتي: الخدمة : service و أداء : performances. كما تطلق تسميات أخرى لهذا النموذج منها الإدراكات فقط (Perceptions Only)، الأداء فقط .Performance only.

ثانيا: نموذج أداء الخدمة SERVPERF

ويقوم هذا النموذج على فكرة بسيطة وهي أن جودة الخدمة يجب قياسها بطريقة لا تختلف عن قياس الاتجاهات "Attitudes" أي أن القياس ينصب على اتجاهات المستخدمين من الخدمة المقدمة نحو مستوى الأداء الفعلي لهذه الخدمة، ويمكن التعبير عنه كما يلي:

جودة الخدمة = الأداء



ثانياً: نموذج أداء الخدمة SERVPERF

وقد استخدم الباحثان في نموذجهما نفس الأبعاد الخمسة والعناصر التي تتكون منها 22 عبارة التي سبق تتميتها من خلال نموذج الفجوات، وهي: الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف.

كما أن أسلوب القياس تمثل في سلم ليكرت للموافقة وعدم الموافقة .

: SERVQUAL
= جودة الخدمة
الأداء – التوقعات

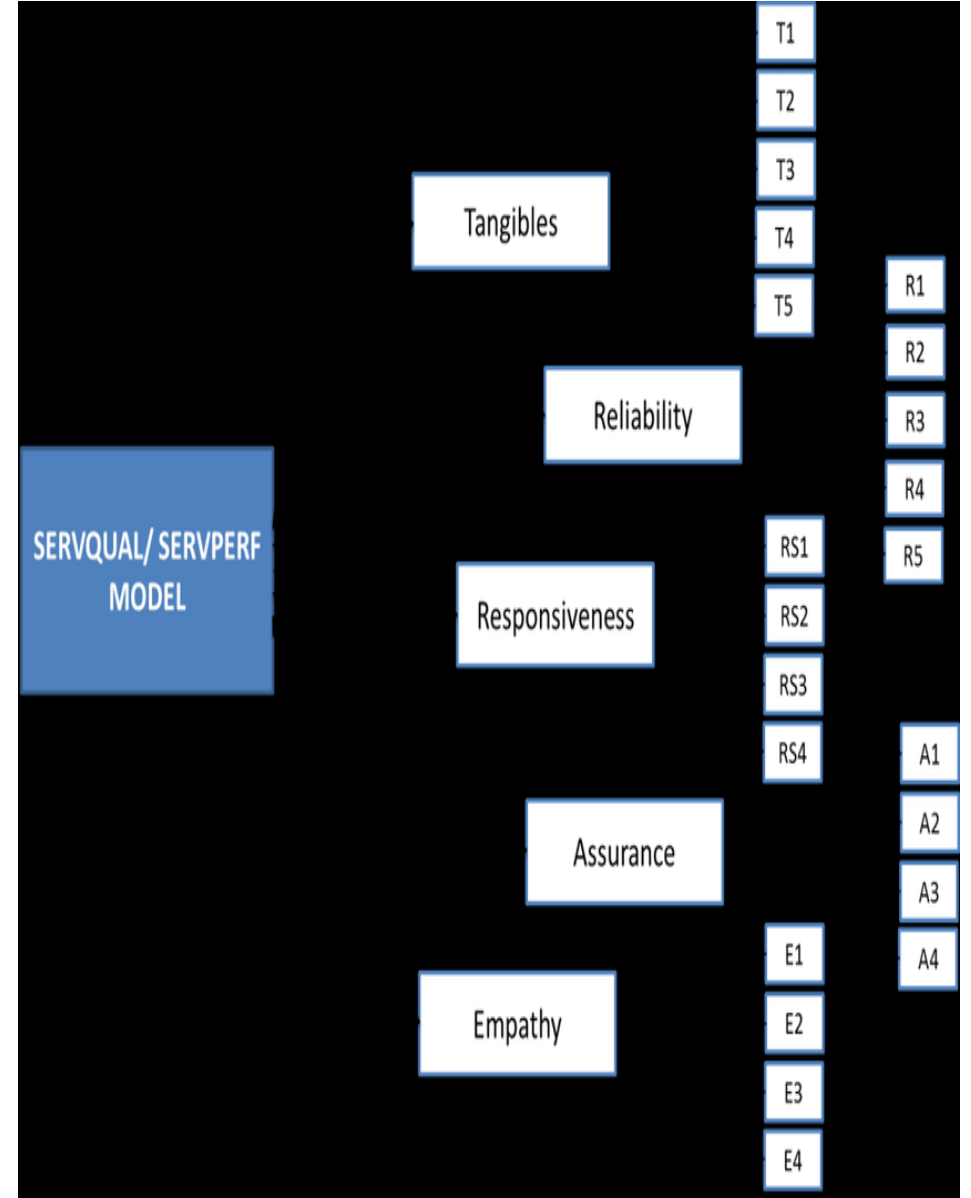
: SERVPERF
= الجودة = الأداء

SERVPERF ثانيا: نموذج أداء الخدمة

CUSTOMER
SATISFACTION
USING THE
SERVPERF MODEL

وقد خلصت دراسة Cronin and Taylor 1992 إلى أن مقياس SERVPERF (الأداء فقط) أفضل المقاييس، حيث أن هذا المقياس يستبعد فكرة الفجوة من الأداء و التوقعات ويركز فقط على الأداء لقياس الجودة. لذا فإن الباحثان يوصيان باستخدام هذا المقياس في العديد من المجالات نظرا لتميزه بالسهولة في التطبيق والبساطة في القياس. كما أنه يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة. وبناء على هذه التوصية تم تبني مقياس SERVPERF واستخدامه في عدد من مجالات الخدمة وفي بيئات مختلفة.

يعتبر مقياس جودة الخدمة ومقياس أداء الخدمة أكثر مقياسين استعمالاً في قياس جودة الخدمة حتى الآن، إلا أن الجدل مازال مستمراً حول أفضلية أي منهما، لذا فقد انقسم الباحثون بين مؤيد ومعارض لكل منهما. وأهم نقاط الاختلاف بين النموذجين تتمثل في:



هل قياس التوقعات
ضروري لقياس جودة
الخدمة؟

هل المقياس المناسب
للجودة يجب أن يعكس
تكوين الاتجاه أم مستوى
الاتجاه في فترة زمنية
معينة؟

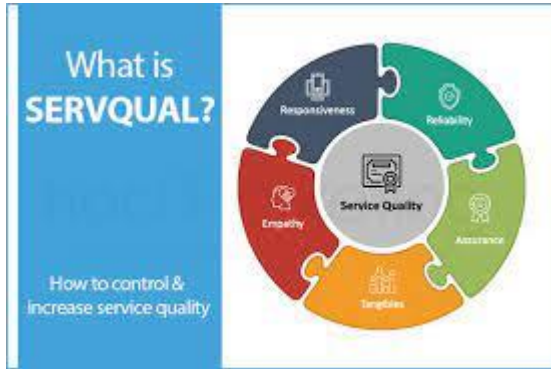
هل من المناسب استخدام
النموذج الذي يستند إلى
المقارنة الثنائية باستخدام
نموذج الفجوة، أم
استخدام النموذج المباشر
الذي يستند إلى قياس كل
بند على حدى من خلال
استخدام نموذج الأداء
الفعلي؟

ماهي العلاقة بين جودة
الخدمة ورضا الزبائن؟
وهل الجودة تؤثر على
الرضا أو تعتبر نتيجة
له؟

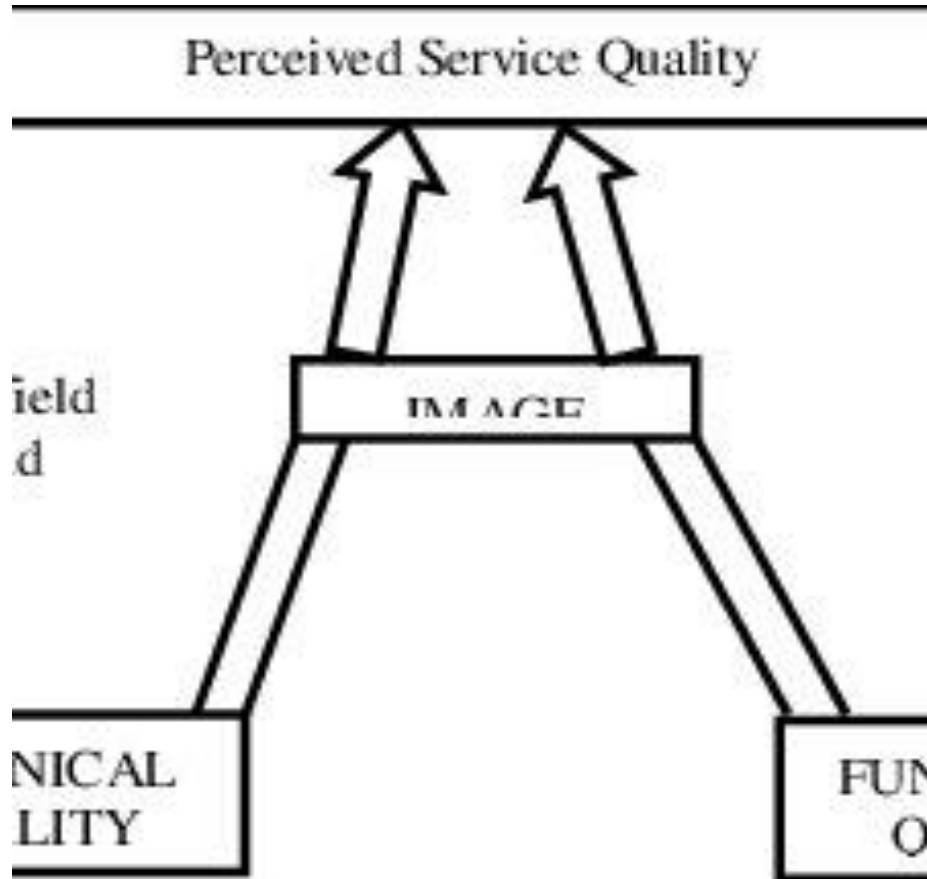
إلى أي مدى تعتبر
مكونات المقياس كافية
لتقييم مظاهر الجودة؟
وماهي طبيعة العلاقة
بين هذه المكونات؟

ثالثا: نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة

في دراسة للباحثين Prem Vrat Nitin Seth and S.G. وDeshmukh & حول نماذج قياس جودة الخدمات فقد وضعوا 19 نموذجا لقياس وتقييم جودة الخدمات، وسنحاول إبراز أهم هذه النماذج خلافا إلى نموذجي جودة الخدمة وأداء الخدمة الذين تعرضنا لهما بنوع من التفصيل.



1. نموذج الجودة النوعية والوظيفية TECHNICAL AND FUNCTIONAL QUALITY MODEL



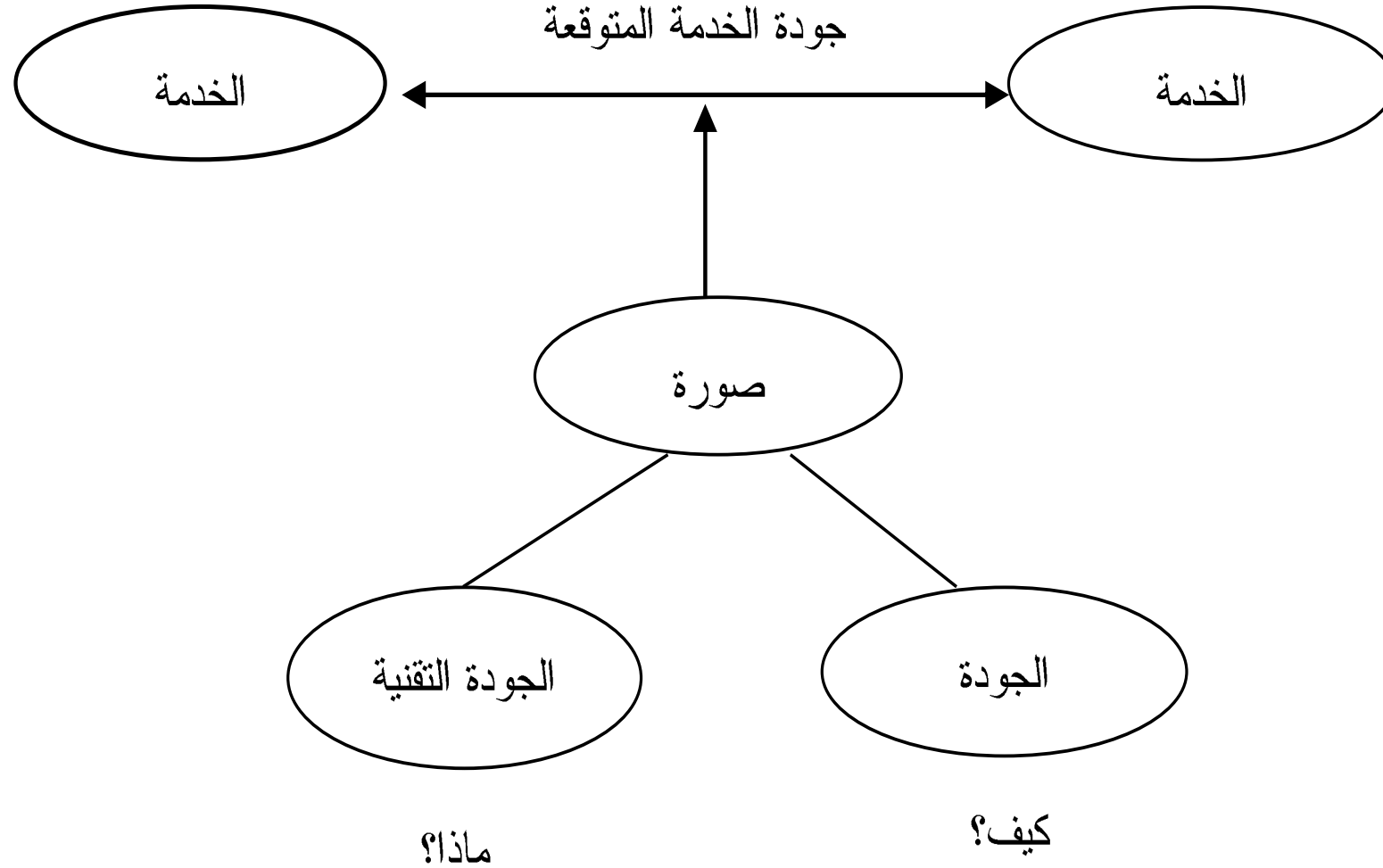
لقد قام الباحث Grönroos سنة 1984 بوضع نموذج لقياس جودة الخدمة من خلال اقتراح ثلاثة أبعاد لجودة الخدمة:

الجودة التقنية: وهي نتائج عمليات الخدمة، والتي يمكن التعبير عنها بالسؤال: ما الذي يتم تقديمه؟ كيف تتم عملية تقديم الخدمة؟

الجودة الوظيفية: البعد الإجرائي في شروط تفاعل الزبون مع مقدم الخدمة، والتي يمكن التعبير عنها بالسؤال: كيف تتم عملية تقديم الخدمة؟

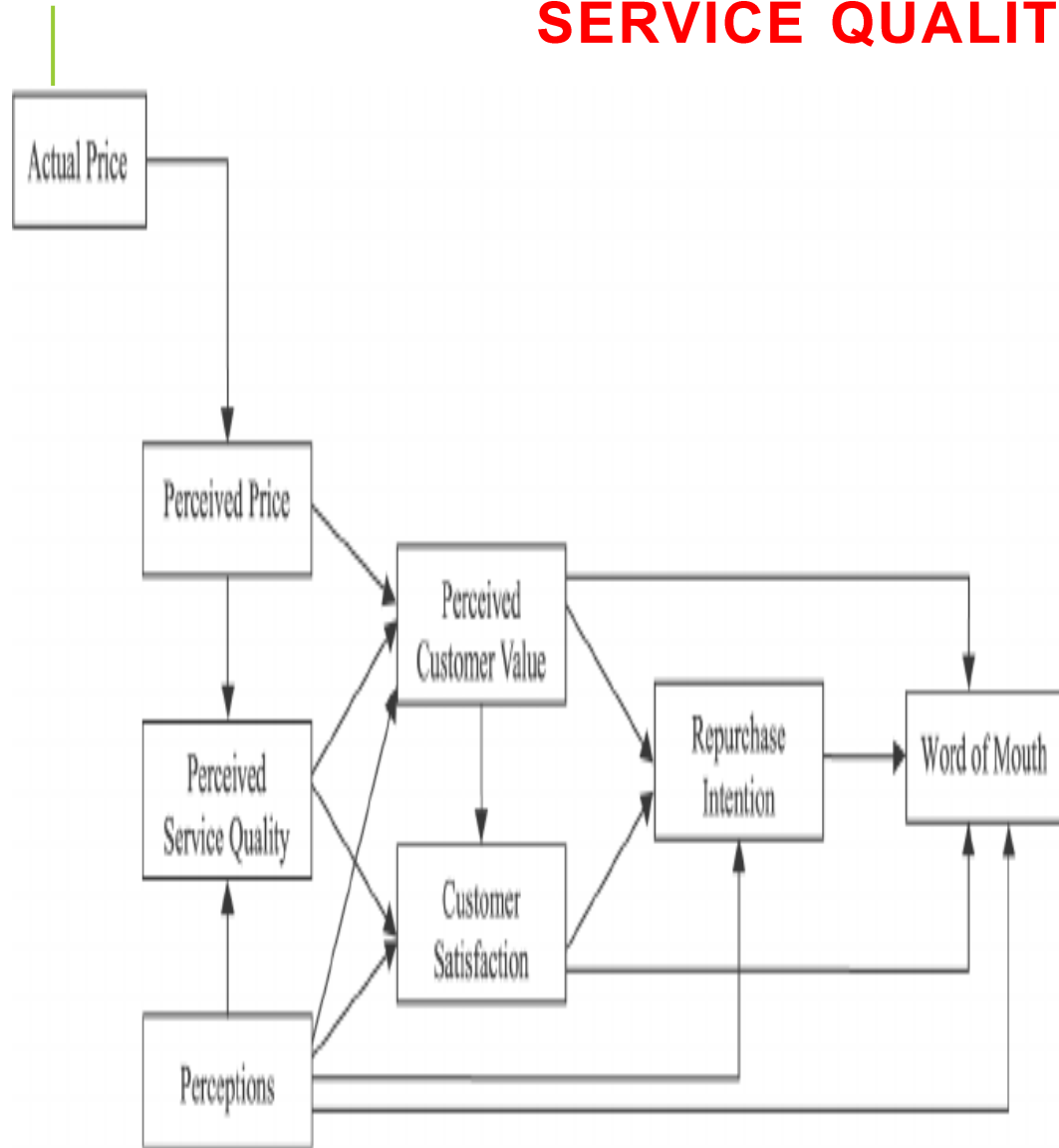
الصورة الذهنية للمؤسسة: والتي تعكس انطباعات الزبائن عن المؤسسة، والتي تتوقف بدورها على تقييم الزبائن للجوانب التقنية والوظيفية للخدمة.

شكل رقم 2: نموذج الجودة الفنية والوظيفية (Grönroos1984)

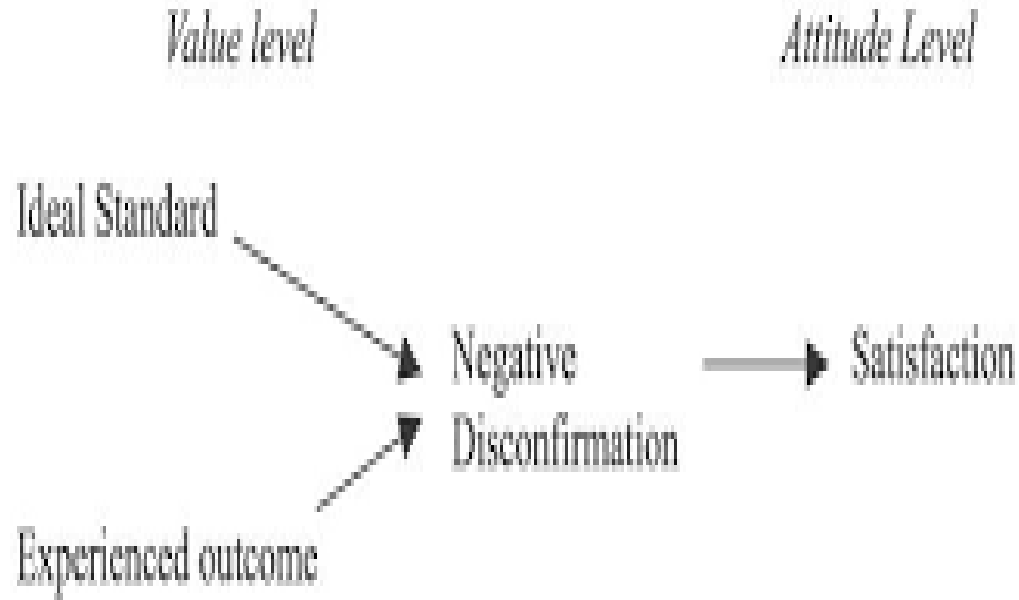


حتى تستطيع مؤسسة الخدمة المنافسة بنجاح وجب عليها أن تتفهم إدراك المستهلك للجودة وطريقة تأثير جودة الخدمة. إن إدارة جودة الخدمة المدركة تعني أن تقوم المؤسسة بمطابقة الخدمة المتوقعة مع الخدمة المدركة بعضها ببعض حتى يتم تحقيق رضا المستهلك.

2. نموذج القيمة المثالية من جودة الخدمة IDEAL VALUE MODEL OF SERVICE QUALITY (MATTSSON, 1992)



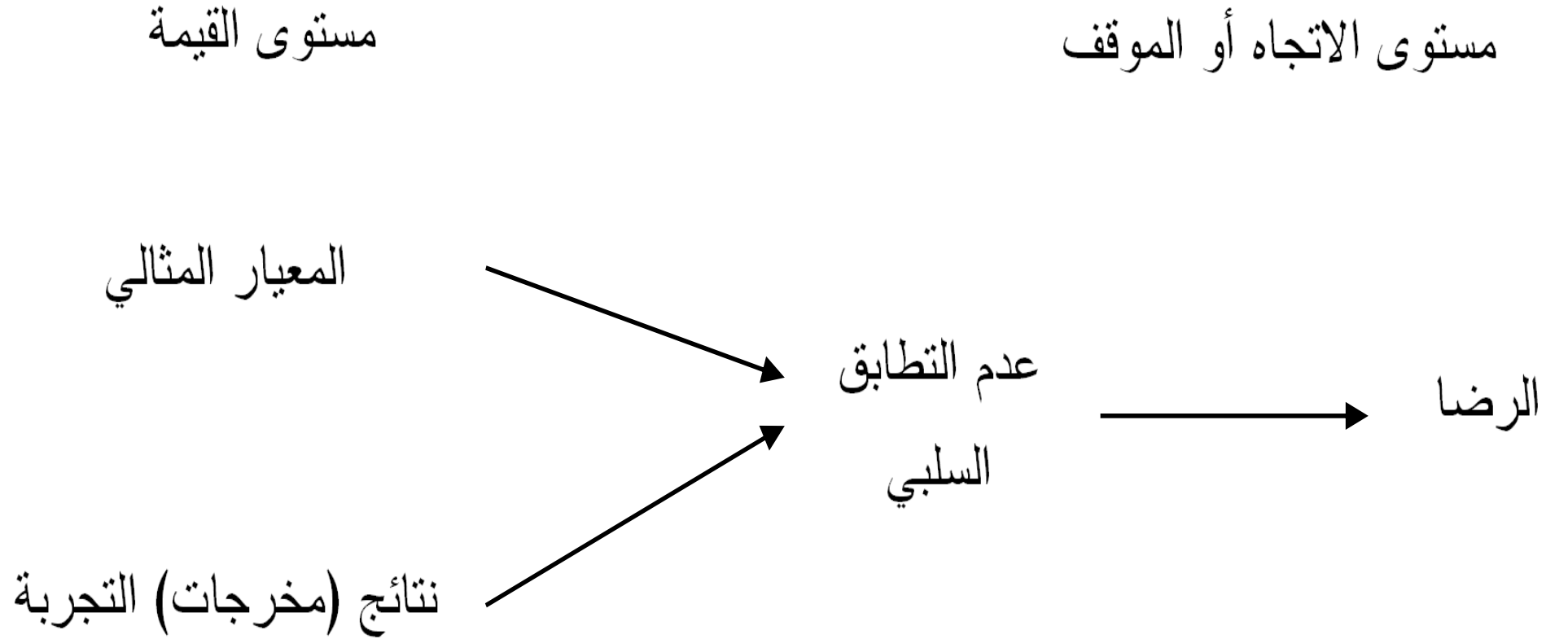
في معظم الدراسات التي اهتمت بجودة الخدمة فإنها تعالج التوقعات على أساس أنها معيار لتقييم سمات مرغوبة، في حين هذا الموضوع بحاجة لأن يعالج في ضوء معايير أخرى كالخبرة الأساسية، المثالية والحد الأدنى المسموح والمرغوب به، وهذا النموذج يوضح منهج قيمة جودة الخدمة.



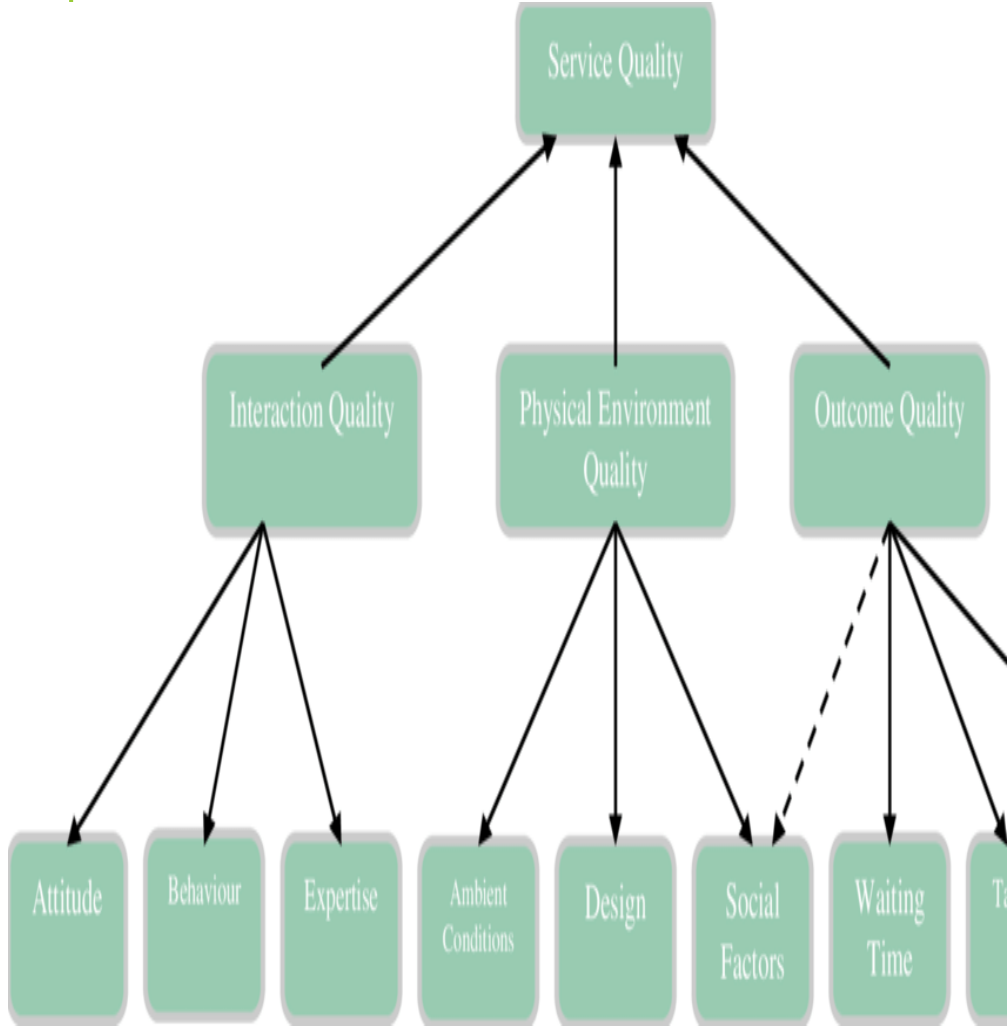
Source: Mattsson (1992)

هذا النموذج القائم على قيمة جودة الخدمة يوحي باستخدام معيار مثالي من خلاله تتم مقارنة هذه التجربة. ويبين الشكل أدناه أن عدم التطابق السلبي والضمني في مستوى القيمة السابق هو افتراض لتحديد رضا أعلى من المستوى، ويعد عدم التطابق السلبي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك ولذا وجب المزيد من الاهتمام بمفهوم خدمة المستهلك.

شكل رقم 3: نموذج القيمة المثالية من جودة الخدمة (Mattsson, 1992) Ideal value model of service quality

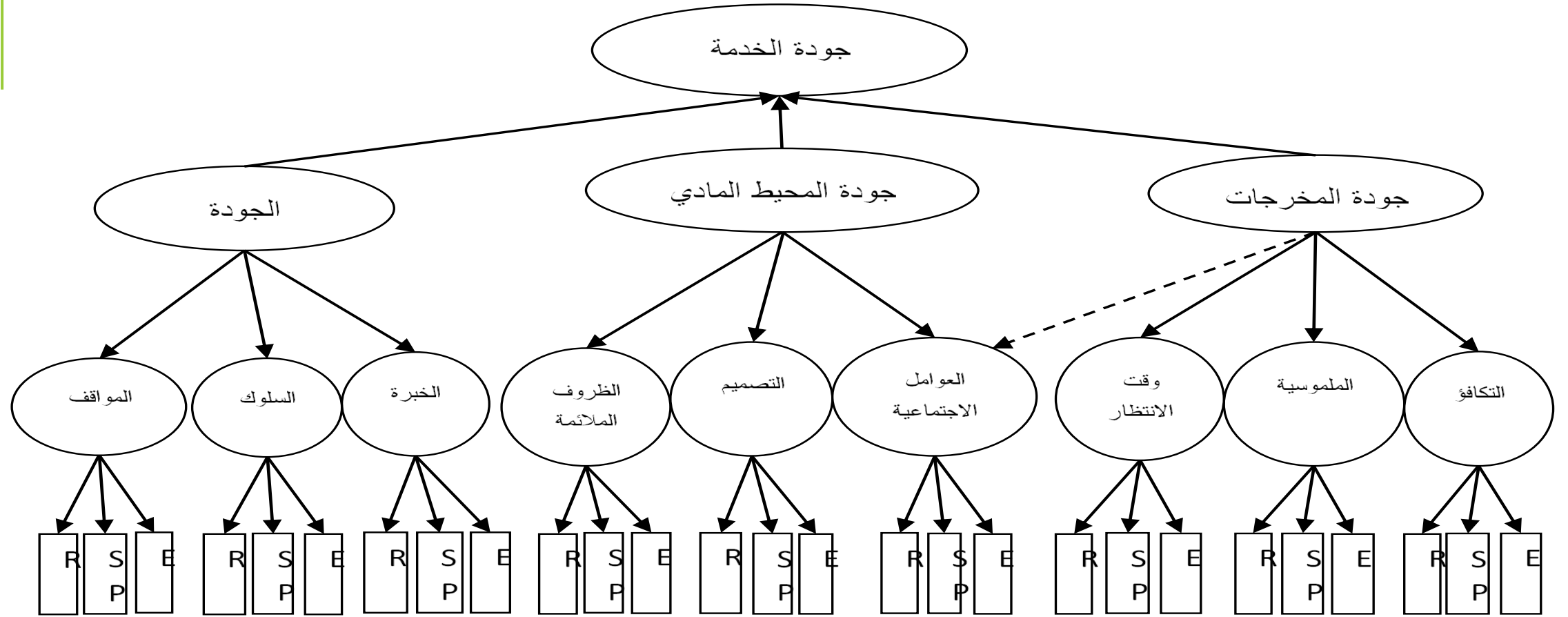


نموذج المستويات: HIERARCHICAL APPROACH, BRADY & CRONIN, 2001



يوضح نموذج المستويات أنه لكل بعد من الأبعاد الأولية لجودة الخدمة (الجودة التفاعلية، جودة المحيط المادي وجودة المخرجات) ثلاثة أبعاد جزئية، بالإضافة إلى أن مجموع المستهلكين يقيمون الأبعاد الجزئية لتشكيل تصورات حول أداء المؤسسة لكل بعد من الأبعاد الأساسية. وتلك التصورات تؤدي إلى تصور جودة الخدمة الكلية، فالزبائن من خلال تصوراتهم لجودة الخدمة التي تقوم على أساس تقييم الأداء على عدة مستويات للوصول في النهاية إلى تصور جودة الخدمة الكلية. وهو ما يمكننا توضيحه من خلال الشكل أدناه:

شكل رقم 4: نموذج المستويات (Hierarchical Approach, Brady & Cronin, 2001)



Note: R = a reliability item الإعتمادية ,
SP = a responsiveness item الإستجابة ,
E = an empathy item التعاطف .

- يوضح نموذج المستويات أنه لكل بعد من الأبعاد الأولية لجودة الخدمة ثلاثة أبعاد جزئية:

الجودة التفاعلية Interaction Quality:
كل التفاعلات التي تحدث أثناء تقديم الخدمة بين المستهلك ومقدم الخدمة، وتضم ثلاثة أبعاد جزئية هي الاتجاهات والمواقف Attitude ، السلوك Behavior و الخبرة .Expertise

جودة المحيط المادي Physical Environment Quality: وهي كل ما يحيط بمكان تقديم الخدمة، ويضم الظروف الملائمة Ambient Conditions ، التصميم Design والعوامل الاجتماعية Social .Factors

جودة المخرجات Outcome Quality: وهي ما يتبقى للزبون بعد الانتهاء من تقديم الخدمة، كما تضم أيضا ثلاثة أبعاد جزئية هي: وقت الانتظار Waiting time ، الملموسية Tangibles و التكافؤ valence .

4. نماذج قياس جودة الخدمة الإلكترونية

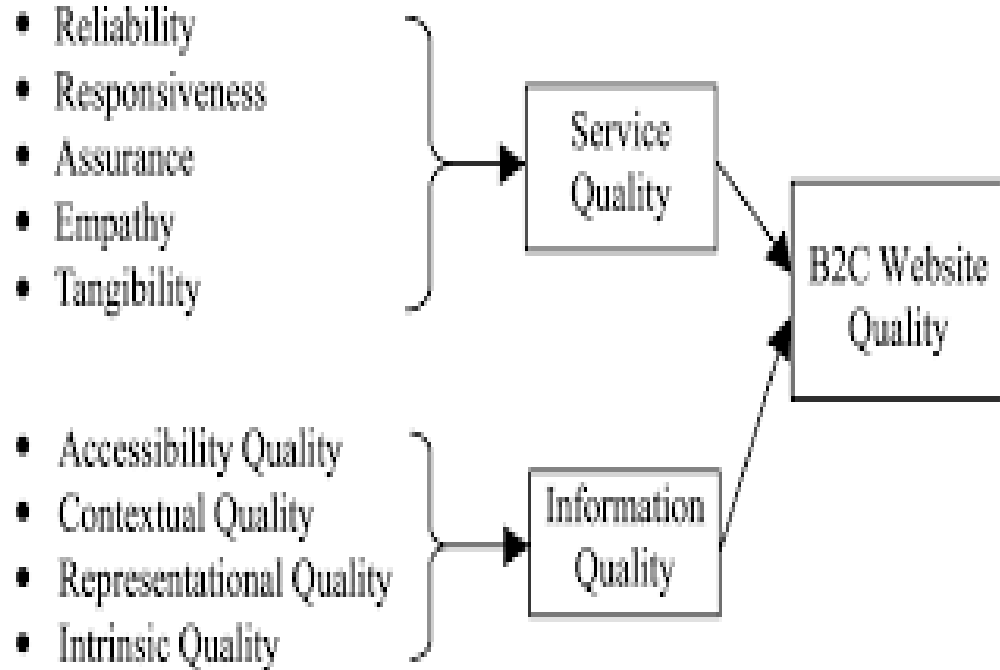
جودة الخدمة الإلكترونية تتضمن تقديم خدمات إلكترونية ترتقي لتطلعات المستخدمين من حيث اختصار الوقت وتقليل التكلفة، وتكون سهلة لأنها تعتمد على الخدمة الذاتية، وذات جودة تمكن المؤسسة من خلالها المحافظة على مكانتها في سوق المنافسة.

إن أكثر المناهج شيوعاً وأقدمها لقياس جودة الخدمة هو نموذج SERVQUAL الذي صممه PZB سنة (1985) لقياس الفجوات الخمس لجودة الخدمة، ولا يزال هذا النموذج شائعاً ويستخدم حالياً في العديد من الدراسات، إلا أن الباحثين لم يستطيعوا تكييفه مع مواقع الويب والخدمات الإلكترونية المقدمة.

وهناك نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة لكنها مرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبشبكة الأنترنت، نذكر منها: نموذج الخدمات المصرفية (Broderick Internet banking model (and Vachirapornpuk, 2002)، النموذج القائم على تكنولوجيا المعلومات (IT-based model (Zhu et al., 2002)) ونموذج جودة الخدمة الإلكترونية

Model of e-service quality (Santos, 2003)

4. نماذج قياس جودة الخدمة الإلكترونية



Source: Webb and Webb (2001)

- مقياس SITEQUAL من طرف (Yoo et Donthu (2001) لقياس الجودة المدركة لموقع التسوق عبر الإنترنت: حيث اقترحا الأبعاد التالية وهي: سهولة الاستخدام، التصميم، سرعة العملية، الأمان.

4. نماذج قياس جودة الخدمة الإلكترونية

- مقياس - TailQ من طرف Wolfinbarger et Gilly (2003): أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية هي: التصميم، خدمة المستهلكين، الموثوقية، الأمان والخصوصية.

- مقياس WEBQUAL من طرف BAENES et VIDGEN ((2003) أبعاد الجودة الإلكترونية: جودة المعلومة، جودة التفاعل، استخدام الموقع.

4. نماذج قياس جودة الخدمة الإلكترونية

- بروسيل فصم مقياس جودة الخدمة الإلكترونية الفرنسي (2006) NETQUAL : إذ أن هذا السلم يتضمن خمس أبعاد هي: سهولة الاستخدام (الاستكشاف، البحث عن المعلومات)، التزامات (صدق الالتزامات)، تصميم الموقع (القدرة على الإبداع، التفاعلية)، الأمن والسرية (الثقة واحترام الحياة الشخصية)، وجودة المعلومة (الدقة، الجدوى، التفصيل).

- مقياس e-S-Qual, e-RecS-Qual من طرف Parasuraman, Zeithaml et Malhotra (2005): حددوا الأبعاد التالية: الكفاءة، الامتثال للالتزامات، توفر النظام، احترام الخصوصية، الاستجابة، التعويض، الاتصال.

شكراً على حسن الإصغاء
والمتابعة