المحاضرة الثالثة في مقياس إدارة جودة الخدمات السياحية

من اعداد الأستاذة برجم حنان

طريقة تقديم الخدمة

**تابع :طرق تقديم الخدمة:**

توجد أربعة أنواع أساسية من طرق تقديم الخدمة ، و نتطرق اليها لأن جودة الخدمة تتوقف في حالات كثيرة على طريقة تأديتها من طرف مقدمي الخدمة و تتمثل أساسا في

1. طريقة الخدمة الباردة؛
2. طريقة المصنّع للخدمة؛
3. طريقة الحديقة الوردية للخدمة؛
4. وطريقة جودة وخدمة الزبون.

وتمتاز كل طريقة من طرق تقديم الخدمة **ببعد إجرائي وبعد شخصي** معيّن . ويقصد بالبعد الإجرائي: النّظم والإجراءات المحددة لتقدّيم الخدمات، أما البعد الشّخصي (العنصر المعنوي أو السلوكي)، فيقصد به: طرق التفاعل والتعامل مع الزّبون عند تقدّيم الخدمة من قبل مقدّمي الخدمات، وما يستخدمونه من سلوكيات ومواقف ومهارات لفظّية. وفيما يلي عرض لكل طريقة من طرق تقديم الخدمة.

**أ - طريقة الخدمة الباردة:** تمتاز طريقة تقديم هذا النوع من الخدمات في الجانب الإجرائي بأنها:

بطيئة، غير متناسقة، غير منظمة، فوضوية وغير مريحة. أمّا في الجانب الشّخصي، فتمتاز بأنها: غير شفافة، متحفّظة، جدّية، بعيدة عن أجواء الانبساط والفرح وغير مرغوبة من قبل الزّبون. ومن الممارسات التي تعكس عدم الاهتمام بكل من الجانبين، نذكر:

**اللامبالاة:** وذلك من خلال قيام بعض مقدمي الخدمات مثلا في الفنادق بعدم الاكتراث بالزبون وتجاهله؛

**السلبية والبرود:** تركيز مقدمي الخدمات حول متطلبات الوظيفة وليس متطلبات خدمة الزبون مما يؤدي إلى فتور المعاملة وخلوها من مشاعر الاحترام ،فقد يطلب الزبون مثلا بطانية لأنه شعر بالبرد حتى في فصل حار و يكون رد فعل الفندقي بعدم الاكتراث و التعطل في جلب البطانية فينجم عن هذا عدم رضا كبير و استياء وقد يؤدي الى عدم تكرار الزيارة لاحقا ؛

**التسويف:** ونعني بذلك تخفي مقدمي الخدمات خلف الاجراءات والسياسات واللوائح لكييماطل في خدمة العميل، نظرا لتكاسله؛

• **السلبية والتقاعس:**يقصد بذلك عدم وجود روح المبادرة لدى مقدم الخدمة أو الرغبة في الانجاز،وتكاسله عن العمل إلا إذا طلب منه، و يمكن ذكر مثال عن وكالات السياحة عندما يتماطلون في إجراءات تأشيرة أوأنهم لا يرغبون أحيانا في الاكثار من البحث عن فندق بمواصفات دقيقة طلبها الزبون بحجة أن هذا هو المتوفر في حين أن لديهم كل المعلومات عن فنادق كثيرة ؛

• **التمييز**: وتتمثل في اختلاف نظرة مقدم الخدمة للزبون وسلوكياته أثناء تقديم الخدمة، وهذا بناءعلى عدة اعتبارات مثل ديانة العميل أو جنسيته أو مركزه الاجتماعي؛

• **التحقير:**وينعكس في قيام مقدم الخدمة بالتقليل من شأن الزبون ومعاملته ازدراء.

**ب. طريقة المصنّع للخدمة:** تمتاز هذه الطريقة عن سابقتها، بزيادة الاهتمام بالجانب الإجرائي فيتقديم الخدمة وعدم الاكتراث بالجانب الشّخصي. وتتسّم في الجانب الإجرائي بأنها: تأتي في الوقتالمناسب، متناسقة، بعيدة عن الفوضى. أمّا في الجانب الشّخصي، فتتميّز بأنها: غير شفافة، متحفظّةوغير مرغوبة من قبل الزّبون.

**ت. طريقة الحديقة الوردية للخدمة:** على عكس طريقة تقديم الخدمة السالفة، تمتاز هذه الطريقة

باهتمامها بالجانب الشّخصي عن الجانب الإجرائي الذي يتسّم فيها بأنّه: بطيء، غير متناسق، غيرمنتظم، أمّا الجانب الشخصي فيتميز بأنّه: شفاف، جذاب ومرغوب من طرف الزّبون.

طريقةجودةخدمةالزبون:تمتاز طريقة تقديم هذه الخدمة،بإعطائها أهمية كبيرة لكل من

الجانب الإجرائي والشخصي ،فعلى مستوى الجانب الإجرائي تتميز بأنها: متناسقة،تأتي في الوقت المناسب،خالية من الأخطاء. أما على المستوى الشّخصي ،فتمتازبأنها: شفافة، جذابة،ودودة ومرغوبة من قبل الزّبون. وتعدّ طريقة جودةخدمة الزبون من أفضل الطرق التي يتم استخدامها في تقديم الخدمة للزبائن.

ث. **طريقة جودة خدمة الزبون:** تمتاز طريقة تقديم هذه الخدمة، بإعطائها أهمية كبيرة لكل منالجانب الإجرائي والشخصي، فعلى مستوى الجانب الإجرائي تتميز بأنها: متناسقة، تأتي في الوقتالمناسب، خالية من الأخطاء. أما على المستوى الشّخصي، فتمتاز بأنها: شفافة، جذابة، ودودةومرغوبة من قبل الزّبون. وتعدّ طريقة جودة خدمة الزبون من أفضل الطرق التي يتم استخدامها في تقديم الخدمة للزبائن ونجد أن معظم المؤسسات السياحية سواء حدائق تسلية ، مطاعم ، متاحف ، وكالات سفر و فنادق ...الخ التي تتبع التوجه التسويقي تقوم بإدارة أنشطتها من خلال هذا المدخل أي مدخل الجودة ،حيث أن الزبون سيرتاح لمثل هذه السلوكيات والمعاملة وتستطيع المؤسسة الاحتفاظ به مادام راضيا على الخدمات المقدمة

للجودة أهميةكبيرسواءبالنسبةللمؤسساتأوالزبائن

1. أهميةالجودةبالنسبةللزبون:

* إشباع حاجات ورغبات الزبون والاستجابة لتوقعاتهم؛
* تحقيق رضى الزبون وزيادة درجة هذا الرضى.

2. **أهميةالجودةبالنسبة للمؤسسة:**تظهرمنخلال:

* تحقيق ولاءالعميل؛
* إعطاءميزة تنافسية للمنتج؛

يترتبعلىغيابالجودة (ظهورمنتجات و خدمات معيبة) تحمل المؤسسةالسياحية لتكاليف باهظة داخل المؤسسة خسارة قيمة مستلزمات الإنتاج المستخدمة و التكاليف المرتبطة بالإصلاح والتكاليف المرتبطة بوقف الإنتاج لمعرفة نوع العيب وأسبابه...) وخارجها أيضا تكاليف الصيانة،مطالبة العميل بالتعويض المادي،التكاليف المرتبطة بالإساءةإلى سمعة المؤسسة وفقدانها لزبائنها على سبيل المثال حدائق التسلية

* مستوياتجودةالمنتَجالخدمي**:**

و تقسمإلىثلاثمستويات،هي:

أ- جودةالخدمةالمتوقعة: وتعرّفعلىأنها "تمثلتوقعاتالعميللمستوىجودةالخدمةالمقدمة؛

ب- جودةالخدمةالفعلية:وتتمثلفيالمستوىالفعليلأداءالخدمة،فهيالجودةالتييشعر بها الزّبونأثناءتجربةحصولهالفعليعلىالخدمة؛

ج- جودةالخدمةالمدركة:وهيالجودةالتييدركهاالزّبونعندقيامهبالمقارنةبينالجودةالمتوقعةوالجودةالفعلية.

تعتبرجودةالخدمةالمقدّمةمنأهمالعواملالمؤثرةعلىدرجةرضىالزّبون،إذنالجودةالمدركة هيجزءمنالرضىأوعنصرمؤديإليه.

-3 تعدّجودةالخدمةالمقدّمةمؤشراتنافسيامهماتعتمدعليهالمؤسساتفيتدعيممركزهاالتنافسي.