

إدارة الاستراتيجية وأثرها على جودة الشركات المشغلة للخدمات الصحية
بالتطبيق على مدينة الملك عبدالله الطبية بالمملكة العربية السعودية في مكة
المكرمة" دراسة حالة"

أنمار مصطفى أكبر

2021205566

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	2
1.2. مشكلة الدراسة	3
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	3
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	4
1.3. أهمية الدراسة	6
1.3.1. على المستوى النظري:	6
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	6
1.4. أسئلة الدراسة	7
1.5. أهداف الدراسة	8
1.6. فرضيات الدراسة	10
1.7. نموذج الدراسة	10
1.8. منهجية الدراسة	10
1.9. الدراسة الميدانية	12
1.10. مخطط المشروع المقترح	13
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
1.	1
	4
2.1. المقدمة:	15
2.2. المتغير المستقل	9
2.3. المتغير التابع	9
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	44
2.5. الخاتمة	47
قائمة المراجع	47

• المقدمة:

تشهد المؤسسات الصحية تطورات كبيرة في مجال إدارة الاستراتيجية، مما يؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمات المقدمة. في هذا السياق، تعد مدينة الملك عبدالله الطبية في مكة المكرمة إحدى أبرز المؤسسات الصحية في المملكة العربية السعودية، حيث تسعى إلى تبني أحدث الممارسات الإدارية لتعزيز فعالية وكفاءة خدماتها الصحية. وتبرز أهمية هذه الدراسة من الحاجة الماسة لفهم كيفية تأثير إدارة الاستراتيجية على جودة الخدمات التي تقدمها الشركات المشغلة للخدمات الصحية.

تعتبر إدارة الاستراتيجية عملية حيوية تحدد من خلالها المؤسسات الصحية رؤيتها وأهدافها وتضع الخطط المناسبة لتحقيقها. هذه العملية تشمل تحديد أولويات المؤسسة، تخصيص الموارد، وتوجيه الجهود نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية. في مدينة الملك عبدالله الطبية، يشكل هذا الإطار الإداري أحد الأسس التي يعتمد عليها لضمان تقديم خدمات صحية عالية الجودة تتوافق مع المعايير الدولية.

رغم الجهود المبذولة في تطبيق استراتيجيات إدارية فعالة، تواجه مدينة الملك عبدالله الطبية تحديات كبيرة فيما يتعلق بتحديد تأثير هذه الاستراتيجيات على جودة الخدمات الصحية المقدمة. من هنا تنبع أهمية هذه الدراسة التي تهدف إلى استكشاف العلاقة بين إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية، مع التركيز على العوامل التي تساهم في تحسين أو تقويض هذه العلاقة. كما تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات مستندة إلى البيانات لتحسين أداء المؤسسات الصحية وتعزيز جودة خدماتها.

تتضمن هذه الدراسة تحليلاً معمقاً لسياسات وإجراءات إدارة الاستراتيجية المطبقة في مدينة الملك عبدالله الطبية. بالإضافة إلى ذلك، سيتم دراسة تأثير هذه السياسات على أداء الشركات المشغلة للخدمات الصحية، وذلك من خلال جمع البيانات من مصادر متعددة مثل الاستبيانات، والمقابلات، والتحليل الوثائقي. سيساهم ذلك في توفير فهم شامل للتحديات والفرص التي تواجهها المؤسسات الصحية في تطبيق إدارة الاستراتيجية.

في الختام، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية شاملة حول دور إدارة الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمات الصحية. كما تسعى إلى توفير توصيات عملية قابلة للتطبيق لتعزيز كفاءة المؤسسات الصحية في المملكة العربية السعودية، مما يساهم في تحسين الرعاية الصحية وتحقيق رضا المرضى والمستفيدين.

• مشكلة الدراسة

تواجه المؤسسات الصحية تحديات متزايدة في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمستفيدين، مما يجعل إدارة الاستراتيجية عنصراً حاسماً في تحقيق التميز في هذا المجال. في مدينة الملك عبدالله الطبية بمكة المكرمة، التي تعد إحدى المؤسسات الرائدة في تقديم الرعاية الصحية في المملكة العربية السعودية، تم اعتماد مجموعة من الاستراتيجيات الإدارية بهدف تعزيز كفاءة وفعالية الخدمات الصحية. ومع ذلك، يظل من غير الواضح مدى تأثير هذه الاستراتيجيات على جودة الخدمات المقدمة، خاصة في ظل التحديات المختلفة التي تواجه المؤسسات الصحية، مثل زيادة الطلب على الخدمات الصحية، ومحدودية الموارد، والتغيرات المستمرة في بيئة الرعاية الصحية.

تكمن مشكلة الدراسة في الفجوة بين الاستراتيجيات الإدارية المعتمدة ونتائجها الفعلية على جودة الخدمات الصحية. هذا يشمل الصعوبات في قياس مدى تأثير هذه الاستراتيجيات على تحسين الأداء العام للشركات المشغلة للخدمات الصحية. بالإضافة إلى ذلك، يوجد نقص في الدراسات المحلية التي تركز على العلاقة بين إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات في السياق السعودي، مما يعزز الحاجة إلى بحث معمق لتحليل هذه العلاقة.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف هذه الفجوة من خلال دراسة حالة مدينة الملك عبدالله الطبية، وتحليل كيفية تأثير إدارة الاستراتيجية على جودة الخدمات المقدمة. ستتناول الدراسة تحديد العوامل التي تسهم في تحسين أو تدهور جودة الخدمات، وتقييم فعالية الأدوات والأساليب الإدارية المستخدمة. من خلال ذلك، تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات عملية لتحسين استراتيجيات الإدارة وزيادة جودة الخدمات الصحية، بما يساهم في تحقيق أفضل نتائج ممكنة للمستفيدين.

1.1.1. فجوات على المستوى النظري

عند دراسة العلاقة بين إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية في المؤسسات الصحية، تبرز عدة فجوات على المستوى النظري تحتاج إلى مزيد من البحث والتحليل:

1. نقص الأدبيات حول السياق المحلي: على الرغم من وجود دراسات متعددة تناولت إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في الأدبيات التي تستكشف هذه العلاقة ضمن السياق السعودي، وخاصة في المؤسسات الصحية الكبيرة مثل مدينة الملك عبدالله الطبية. يفتقر الأدب الأكاديمي إلى

دراسات معمقة تأخذ بعين الاعتبار الخصائص الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر على تطبيق الاستراتيجيات الإدارية في المملكة.

2. التداخل بين استراتيجيات الإدارة والجودة: تركز العديد من الدراسات على استراتيجيات الإدارة أو الجودة بشكل منفصل، دون تقديم إطار شامل يجمع بين الاثنين ويظهر التفاعل بينهما. هذا يؤدي إلى فجوة في الفهم الشامل لكيفية تأثير الإدارة الاستراتيجية على جودة الخدمات الصحية، وكيف يمكن تحسينها من خلال تكامل هذه الاستراتيجيات.

3. قصور في نماذج التقييم: تعاني الأدبيات من نقص في النماذج التحليلية التي تمكن من قياس تأثير إدارة الاستراتيجية على جودة الخدمات الصحية بشكل دقيق. معظم الدراسات تعتمد على مؤشرات عامة وغير محددة، مما يجعل من الصعب تقييم الأداء بدقة وتحديد العوامل المؤثرة بشكل مباشر على الجودة.

4. البعد الديناميكي للتغيرات الاستراتيجية: لا توجد دراسات كافية تتناول الديناميكية الزمنية لتطبيق الاستراتيجيات الإدارية وتأثيرها على جودة الخدمات الصحية. هذا يعني أن هناك فجوة في فهم كيفية تطور تأثيرات الإدارة الاستراتيجية على الجودة مع مرور الوقت، وكيف يمكن للمؤسسات الصحية التكيف مع التحديات والتغيرات الجديدة.

5. التركيز المحدود على تأثير الثقافة المؤسسية: هناك حاجة إلى دراسة أعمق حول دور الثقافة المؤسسية في نجاح أو فشل تطبيق الاستراتيجيات الإدارية لتحسين جودة الخدمات. الثقافة المؤسسية قد تلعب دوراً حاسماً في قبول الموظفين للتغييرات الاستراتيجية وتنفيذها، وهذا الجانب غالباً ما يتم تجاهله في الأدبيات الحالية.

6. التحديات الخاصة بالشركات المشغلة للخدمات الصحية: معظم الدراسات تركز على المؤسسات الصحية ككل دون تفصيل حول دور الشركات المشغلة للخدمات الصحية وتأثيرها على جودة الخدمات. هذه الفجوة النظرية تعني عدم وجود فهم كافٍ حول كيفية تأثير إدارة الاستراتيجية على هذه الشركات تحديداً، وما هي العوامل التي تسهم في تحسين أو تدهور جودة الخدمات التي تقدمها.

2.1. فجوات على المستوى التطبيقي

1. ضعف التطبيق العملي للاستراتيجيات المقررة: على الرغم من وضع خطط استراتيجية محكمة، تواجه العديد من المؤسسات الصحية تحديات في تطبيق هذه الاستراتيجيات على أرض الواقع. في مدينة الملك عبدالله الطبية، قد يكون هناك قصور في تحويل الأهداف والخطط الاستراتيجية إلى ممارسات يومية تؤثر مباشرة على جودة الخدمات الصحية المقدمة. هذه الفجوة بين التخطيط والتنفيذ تعيق تحقيق الأهداف المرجوة من الاستراتيجيات.

2. نقص في التقييم المستمر للأداء: تفتقر بعض المؤسسات إلى آليات تقييم مستمر وفعال لقياس تأثير استراتيجيات الإدارة على جودة الخدمات الصحية. هذا القصور يجعل من الصعب تحديد ما إذا كانت الاستراتيجيات المعتمدة تحقق النتائج المرجوة أم لا. وبالتالي، يصعب إجراء التحسينات اللازمة في الوقت المناسب لضمان تقديم خدمات صحية ذات جودة عالية.

3. عدم تكامل استراتيجيات الإدارة والجودة: قد لا يكون هناك تنسيق كاف بين استراتيجيات الإدارة واستراتيجيات تحسين الجودة داخل المؤسسات الصحية. هذه الفجوة يمكن أن تؤدي إلى تضارب في الأولويات والجهود، مما يؤثر سلبًا على جودة الخدمات المقدمة. على سبيل المثال، قد تركز الإدارة على تحقيق أهداف مالية أو تشغيلية دون الاهتمام الكافي بتحسين تجربة المرضى وجودة الرعاية الصحية.

4. محدودية تدريب وتطوير الموظفين: يعتبر الاستثمار في تدريب وتطوير الموظفين أحد العوامل الرئيسية في نجاح تطبيق الاستراتيجيات الإدارية. ومع ذلك، قد تواجه المؤسسات الصحية نقصًا في برامج التدريب الفعالة التي تركز على تطوير مهارات العاملين في القطاع الصحي بما يتوافق مع الاستراتيجيات الجديدة. هذا النقص يؤدي إلى ضعف في تنفيذ السياسات وتحقيق الجودة المرجوة.

5. قصور في استخدام التكنولوجيا والتحول الرقمي: في ظل التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات الصحية، تعاني بعض المؤسسات من عدم القدرة على تطبيق التقنيات الحديثة بشكل فعال لتعزيز جودة الخدمات الصحية. قد يكون هناك نقص في الأنظمة الرقمية المتكاملة التي تدعم الإدارة الاستراتيجية وتساعد في جمع البيانات وتحليلها لاتخاذ قرارات مدروسة.

6. تحديات ثقافية ومقاومة للتغيير: تبرز بعض الفجوات التطبيقية من جراء الثقافة المؤسسية والمقاومة للتغيير. في بعض الأحيان، قد تكون ثقافة المؤسسة الصحية غير داعمة للتغييرات الاستراتيجية، مما يؤدي إلى مقاومة داخلية تحول دون تحقيق الأهداف الاستراتيجية. يتطلب تجاوز هذه الفجوة إجراءات تغير ثقافية فعالة ودعم القيادة لتعزيز قبول التغييرات.

7. عدم إشراك الأطراف المعنية في عملية التخطيط الاستراتيجي: قد يكون هناك قصور في إشراك الأطراف المعنية، بما في ذلك الموظفين والمرضى والمجتمع، في عملية التخطيط والتنفيذ الاستراتيجي. هذا يؤدي إلى عدم توافق الاستراتيجيات مع احتياجات وتوقعات هذه الأطراف، وبالتالي عدم تحقيق الجودة المتوقعة في الخدمات الصحية. هذه الفجوات التطبيقية تشير إلى التحديات الواقعية التي تواجه المؤسسات الصحية، مثل مدينة الملك عبدالله الطبية، في تطبيق استراتيجيات الإدارة بشكل فعال. تحتاج المؤسسات إلى تطوير استراتيجيات تنفيذية شاملة تضمن تحقيق الجودة وتحسين الأداء من خلال معالجة هذه الفجوات وتطوير الحلول المناسبة.

السؤال الرئيسي للدراسة:

"كيف تؤثر إدارة الاستراتيجية على جودة الخدمات المقدمة من قبل الشركات المشغلة للخدمات الصحية في مدينة الملك عبدالله الطبية بمكة المكرمة؟"

• أهمية الدراسة

تعد هذه الدراسة أساسية ليس فقط لتحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة في مدينة الملك عبدالله الطبية، ولكن أيضاً كنموذج يمكن تطبيقه في مؤسسات صحية أخرى داخل المملكة وخارجها. من خلال تقديم تحليل شامل وموثوق، تساهم الدراسة في تحقيق رؤى جديدة لتحسين الأداء والجودة في القطاع الصحي.

1.1. على المستوى النظري:

1. تطوير الفهم الأكاديمي لإدارة الاستراتيجية في المؤسسات الصحية: تساهم هذه الدراسة في سد الفجوة النظرية من خلال استكشاف العلاقة بين إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية في سياق المملكة العربية السعودية. توفر الدراسة إطاراً نظرياً يساعد الباحثين والمختصين في فهم كيفية تأثير الاستراتيجيات الإدارية على أداء الشركات المشغلة للخدمات الصحية، مما يعزز الأدبيات العلمية في هذا المجال.

2. إثراء الأدبيات المتعلقة بالسياق المحلي: نظراً لندرة الدراسات التي تركز على تطبيق إدارة الاستراتيجية في المؤسسات الصحية السعودية، تضيف هذه الدراسة قيمة علمية من خلال تقديم رؤية شاملة تستند إلى الواقع المحلي. سيساعد ذلك في تكوين قاعدة معرفية يمكن الاعتماد عليها في الأبحاث المستقبلية.

2.1. على المستوى التطبيقي:

1. تحسين أداء المؤسسات الصحية: تتيح هذه الدراسة للمؤسسات الصحية فهم التحديات والفرص المرتبطة بإدارة الاستراتيجية، مما يساعدها في تحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة. من خلال تحليل حالة مدينة الملك عبدالله الطبية، يمكن تحديد أفضل الممارسات والاستراتيجيات التي تساهم في تعزيز فعالية وكفاءة الشركات المشغلة للخدمات الصحية.

2. توجيه صناع القرار: توفر الدراسة توصيات عملية وقابلة للتطبيق لصناع القرار في القطاع الصحي، مما يساعدهم في اتخاذ قرارات مستنيرة لتحسين السياسات والإجراءات الإدارية. هذه التوصيات ستساهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصحية في المملكة وتلبية احتياجات المرضى بفعالية أكبر.

3. تطوير استراتيجيات تدريب وتطوير الموظفين: تسلط الدراسة الضوء على أهمية تدريب وتطوير الموظفين في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات الصحية. ستساعد النتائج المستخلصة في تصميم برامج تدريبية تستهدف تحسين مهارات العاملين ورفع مستوى كفاءتهم، مما يسهم في تحسين جودة الرعاية الصحية.

4. تحفيز التحول الرقمي وتبني التكنولوجيا الحديثة: من خلال دراسة تأثير استخدام التكنولوجيا والتحول الرقمي على جودة الخدمات الصحية، تساعد الدراسة في تشجيع المؤسسات على تبني أحدث التقنيات في إدارة العمليات والخدمات. هذا سيؤدي إلى تحسين الكفاءة التشغيلية وتقديم خدمات صحية ذات جودة أعلى.

• أسئلة الدراسة

1. ما هي الاستراتيجيات الإدارية المستخدمة في مدينة الملك عبدالله الطبية لتحسين جودة الخدمات الصحية ؟

• هذا السؤال يستهدف فهم نوعية الاستراتيجيات الإدارية المعتمدة وكيفية تنفيذها ضمن سياق المؤسسة.

2. كيف تؤثر هذه الاستراتيجيات على أداء الشركات المشغلة للخدمات الصحية في مدينة الملك عبدالله الطبية؟

• يهدف هذا السؤال إلى قياس تأثير السياسات والاستراتيجيات الإدارية على الأداء العام للشركات المشغلة وجودة الخدمات المقدمة.

3. ما هي التحديات التي تواجه تطبيق إدارة الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمات الصحية؟

• يستهدف هذا السؤال تحديد العقبات والمشاكل التي قد تعيق فعالية إدارة الاستراتيجية، مثل محدودية الموارد أو مقاومة التغيير.

4. كيف يتم تقييم جودة الخدمات الصحية في مدينة الملك عبدالله الطبية؟

• هذا السؤال يركز على الأدوات والأساليب المستخدمة في تقييم جودة الخدمات الصحية، وكيفية استخدام هذه التقييمات لتحسين الأداء.

5. ما هو دور الثقافة المؤسسية في نجاح أو فشل تطبيق الاستراتيجيات الإدارية؟

• يسعى هذا السؤال لفهم كيف تؤثر القيم والمعتقدات داخل المؤسسة على نجاح تطبيق الاستراتيجيات الإدارية.

6. ما هي العوامل التي تساهم في تحسين فعالية استراتيجيات الإدارة في تقديم خدمات صحية عالية الجودة؟

• يهدف هذا السؤال إلى تحديد العوامل الرئيسية التي يمكن أن تعزز من فعالية استراتيجيات الإدارة وتحسين جودة الرعاية الصحية.

7. كيف يمكن تحسين استراتيجيات إدارة الموارد البشرية لتعزيز جودة الخدمات الصحية؟

• يستهدف هذا السؤال استكشاف طرق تحسين إدارة الموارد البشرية، بما في ذلك التدريب والتطوير، كجزء من الاستراتيجيات الإدارية.

8. ما هو تأثير التحول الرقمي والتكنولوجيا الحديثة على جودة الخدمات الصحية في مدينة الملك عبدالله الطبية؟

• يهدف هذا السؤال إلى استكشاف دور التكنولوجيا في تحسين الخدمات الصحية ومدى استفادة المؤسسة من التحول الرقمي.

9. كيف يمكن تعزيز التنسيق بين الإدارة الاستراتيجية والأقسام المختلفة داخل المؤسسة لتحقيق أهداف الجودة؟

• يسعى هذا السؤال إلى فهم كيفية تعزيز التعاون بين مختلف الأقسام لتحقيق تنفيذ فعال للاستراتيجيات الإدارية.

• أهداف الدراسة

1. تحليل استراتيجيات الإدارة المستخدمة في مدينة الملك عبدالله الطبية:

• تهدف الدراسة إلى استكشاف وتحديد الاستراتيجيات الإدارية المعتمدة في مدينة الملك عبدالله الطبية، وكيفية تطبيقها في تحسين جودة الخدمات الصحية.

2. تقييم تأثير إدارة الاستراتيجية على جودة الخدمات الصحية:

• تسعى الدراسة إلى قياس وتحليل مدى تأثير الاستراتيجيات الإدارية المختلفة على أداء الشركات المشغلة للخدمات الصحية وجودة الرعاية المقدمة في مدينة الملك عبدالله الطبية.

3. تحديد العوامل المؤثرة في نجاح أو فشل الاستراتيجيات الإدارية:

• تهدف الدراسة إلى تحديد العوامل التي تسهم في نجاح أو فشل تطبيق الاستراتيجيات الإدارية، بما في ذلك الموارد البشرية، الثقافة المؤسسية، التحديات التنظيمية، والبيئة الخارجية.

4. تقديم توصيات لتحسين استراتيجيات الإدارة:

• تسعى الدراسة إلى تقديم مجموعة من التوصيات العملية لتحسين استراتيجيات الإدارة المستخدمة في مدينة الملك عبدالله الطبية، بما يساهم في تعزيز جودة الخدمات الصحية وتحقيق الأداء الأمثل.

5. استكشاف دور التكنولوجيا والتحول الرقمي في تحسين الخدمات الصحية:

• تهدف الدراسة إلى فهم كيفية استخدام التكنولوجيا الحديثة والتحول الرقمي كجزء من الاستراتيجيات الإدارية لتحسين كفاءة وجودة الخدمات الصحية.

6. تقييم دور الثقافة المؤسسية في تطبيق الاستراتيجيات الإدارية:

• تهدف الدراسة إلى استكشاف تأثير الثقافة المؤسسية على نجاح أو فشل تطبيق الاستراتيجيات الإدارية، ومدى تقبل الموظفين للتغييرات التنظيمية.

7. تحليل آليات تقييم جودة الخدمات الصحية:

• تسعى الدراسة إلى تحليل الأدوات والأساليب المستخدمة في تقييم جودة الخدمات الصحية، وكيف يمكن تحسين هذه الآليات لضمان تقديم رعاية صحية ذات جودة عالية.

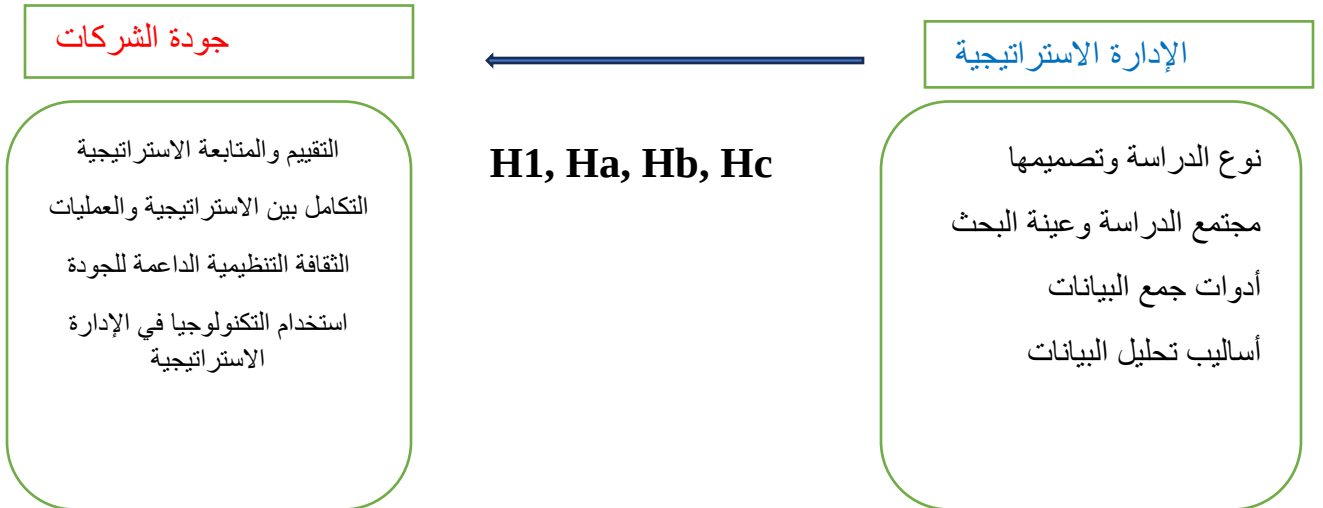
8. تعزيز التنسيق بين الأقسام المختلفة لتحقيق أهداف الاستراتيجية:

• تهدف الدراسة إلى استكشاف سبل تعزيز التعاون والتنسيق بين مختلف الأقسام والإدارات داخل مدينة الملك عبدالله الطبية لتحقيق التكامل في تنفيذ الاستراتيجيات الإدارية.

• فرضيات الدراسة

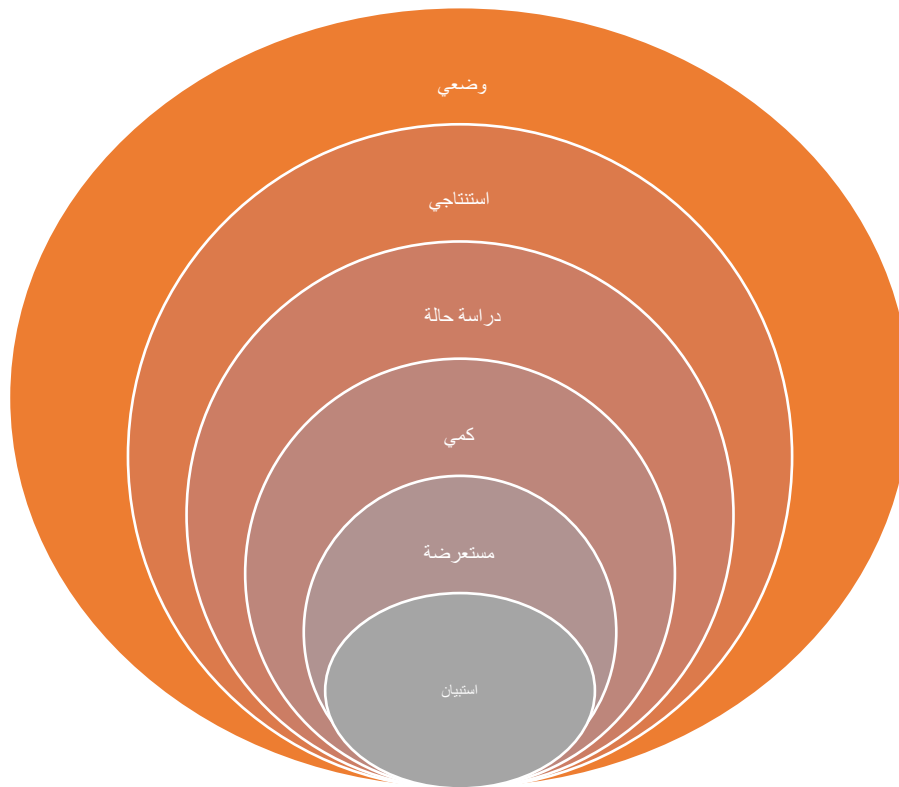
- فرضية 1 : يوجد تأثير إيجابي للتخطيط الاستراتيجي على جودة الخدمات الصحية المقدمة في مدينة الملك عبدالله الطبية. الشركات التي تمتلك خططاً استراتيجية واضحة تحقق جودة خدمات أعلى.
 - فرضية 2 : تؤثر القيادة الاستراتيجية بشكل إيجابي على مستوى جودة الخدمات الصحية. القادة الذين يتمتعون برؤية استراتيجية وقدرة على توجيه الفرق يساهمون في تحسين جودة الخدمات.
 - فرضية 3: تساهم عمليات التقييم والمتابعة الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة. الشركات التي تقوم بتقييم دوري لأدائها الاستراتيجي تحقق تحسينات مستمرة في جودة الخدمات.
 - فرضية 4: يؤدي التكامل بين الاستراتيجية والعمليات التشغيلية إلى تحسين جودة الخدمات الصحية. الشركات التي تدمج استراتيجياتها مع العمليات اليومية تكون أكثر قدرة على تقديم خدمات عالية الجودة.
- نموذج الدراسة هو الإطار العام الذي يحدد كيفية دراسة العلاقة بين إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية في مدينة الملك عبدالله الطبية. يعتمد النموذج على مجموعة من العناصر الرئيسية التي تشمل المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة، بالإضافة إلى العوامل الوسيطة التي قد تؤثر على هذه العلاقة.

• منهجية الدراسة



مناهج البحث العلمي

- فلسفة البحث : الوضعية .
- منهج البحث: استنتاجي.
- استراتيجية البحث: دراسة حالة.
- اختيار البحث: الكمي.
- الأفق الزمني: مستعرضة.
- تقنيات جمع وتحليل البيانات: التحليل الإحصائي للمسح (الاستبيان).



الدراسة الميدانية

1. أهداف الدراسة الميدانية

تهدف الدراسة الميدانية إلى جمع البيانات المباشرة من الواقع الميداني في مدينة الملك عبدالله الطبية، وذلك لتحليل العلاقة بين إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية المقدمة. من خلال هذه البيانات، سيتمكن الباحثون من:

- تقييم تأثير الاستراتيجيات الإدارية على الأداء وجودة الخدمات الصحية.
- تحديد التحديات والعوامل المؤثرة على تنفيذ الاستراتيجيات.
- الحصول على رؤى من الموظفين والمرضى بشأن جودة الخدمات والممارسات الإدارية.

2. إجراءات جمع البيانات

أ. الاستبيانات:

• تصميم الاستبيان:

• يتضمن الاستبيان أسئلة مغلقة ومفتوحة مصممة لقياس مختلف جوانب إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية. الأسئلة المغلقة تستخدم مقياس ليكرت لقياس مدى الموافقة، بينما الأسئلة المفتوحة توفر فرصة للحصول على تعليقات نوعية.

• توزيع الاستبيانات:

• سيتم توزيع الاستبيانات على عينات عشوائية من الموظفين في مختلف الأقسام الإدارية والطبية، بالإضافة إلى المرضى. سيتم استخدام أساليب متنوعة لجمع الاستبيانات مثل النسخ الورقية والإلكترونية لضمان تغطية شاملة.

• جمع البيانات:

• سيتم جمع الاستبيانات المعبأة وتحليلها باستخدام أدوات تحليل البيانات المناسبة.

ب. المقابلات:

• المشاركين في المقابلات:

•تشمل عينة المقابلات المديرين التنفيذيين، رؤساء الأقسام، والخبراء المتخصصين في الإدارة الصحية.

•إجراءات المقابلات:

•سيتم إجراء مقابلات نصف موجهة باستخدام دليل مقابلة يشمل مواضيع محددة تتعلق بإدارة الاستراتيجية والتحديات التي تواجهها المؤسسة.

•تسجيل وتحليل البيانات:

•سيتم تسجيل المقابلات (بعد الحصول على الموافقة) وتدوين الملاحظات الهامة. سيتم تحليل البيانات المستخرجة من المقابلات باستخدام تقنيات تحليل المحتوى لتحديد الأنماط والتحديات.

• مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: المقدمة

الفصل الثاني: مراجعة الأدبيات

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: النتائج "المناقشة والاستنتاج"

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

• المقدمة:

تشهد المؤسسات الصحية تطورات كبيرة في مجال إدارة الاستراتيجية، مما يؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمات المقدمة. في هذا السياق، تعد مدينة الملك عبدالله الطبية في مكة المكرمة إحدى أبرز المؤسسات الصحية في المملكة العربية السعودية، حيث تسعى إلى تبني أحدث الممارسات الإدارية لتعزيز فعالية وكفاءة خدماتها الصحية. وتبرز أهمية هذه الدراسة من الحاجة الماسة لفهم كيفية تأثير إدارة الاستراتيجية على جودة الخدمات التي تقدمها الشركات المشغلة للخدمات الصحية.

تعتبر إدارة الاستراتيجية عملية حيوية تحدد من خلالها المؤسسات الصحية رؤيتها وأهدافها وتضع الخطط المناسبة لتحقيقها. هذه العملية تشمل تحديد أولويات المؤسسة، تخصيص الموارد، وتوجيه الجهود نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية. في مدينة الملك عبدالله الطبية، يشكل هذا الإطار الإداري أحد الأسس التي يعتمد عليها لضمان تقديم خدمات صحية عالية الجودة تتوافق مع المعايير الدولية.

رغم الجهود المبذولة في تطبيق استراتيجيات إدارية فعالة، تواجه مدينة الملك عبدالله الطبية تحديات كبيرة فيما يتعلق بتحديد تأثير هذه الاستراتيجيات على جودة الخدمات الصحية المقدمة. من هنا تنبع أهمية هذه الدراسة التي تهدف إلى استكشاف العلاقة بين إدارة الاستراتيجية وجودة الخدمات الصحية، مع التركيز على العوامل التي تساهم في تحسين أو تقويض هذه العلاقة. كما تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات مستندة إلى البيانات لتحسين أداء المؤسسات الصحية وتعزيز جودة خدماتها.

تتضمن هذه الدراسة تحليلاً معمقاً لسياسات وإجراءات إدارة الاستراتيجية المطبقة في مدينة الملك عبدالله الطبية. بالإضافة إلى ذلك، سيتم دراسة تأثير هذه السياسات على أداء الشركات المشغلة للخدمات الصحية، وذلك من خلال جمع البيانات من مصادر متعددة مثل الاستبيانات، والمقابلات، والتحليل الوثائقي. سيساهم ذلك في توفير فهم شامل للتحديات والفرص التي تواجهها المؤسسات الصحية في تطبيق إدارة الاستراتيجية.

في الختام، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية شاملة حول دور إدارة الاستراتيجية في تحسين جودة الخدمات الصحية. كما تسعى إلى توفير توصيات عملية قابلة للتطبيق لتعزيز كفاءة المؤسسات الصحية في المملكة العربية السعودية، مما يساهم في تحسين الرعاية الصحية وتحقيق رضا المرضى والمستفيدين.

إدارة الاستراتيجية

1. تعريف الإدارة الاستراتيجية

الإدارة الاستراتيجية هي فن وعلم صياغة وتنفيذ وتقييم القرارات التي تمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها. يشمل هذا التعريف ثلاثة مكونات رئيسية:

- **صياغة الاستراتيجية:** تحديد رؤية ورسالة المؤسسة، وتحديد أهداف محددة طويلة الأجل، وتحليل البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، ثم تطوير استراتيجيات لتحقيق هذه الأهداف.
- **تنفيذ الاستراتيجية:** تخصيص الموارد، وإعداد السياسات، وتنظيم الأنشطة اللازمة لتحقيق الاستراتيجيات الموضوعة.
- **تقييم الاستراتيجية:** مراقبة أداء المؤسسة، وتقييم النتائج مقارنة بالأهداف المحددة، وإجراء التعديلات اللازمة على الاستراتيجيات.

2. مراحل الإدارة الاستراتيجية

الإدارة الاستراتيجية تتضمن أربع مراحل رئيسية:

أ. التحليل الاستراتيجي

- **تحليل البيئة الخارجية:** يشمل تحليل العوامل الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، القانونية، والتكنولوجية التي تؤثر على المؤسسة. يستخدم تحليل PESTEL لهذا الغرض.
- **تحليل البيئة الداخلية:** يتضمن تقييم نقاط القوة والضعف داخل المؤسسة، بما في ذلك الموارد البشرية، التكنولوجية، الثقافة التنظيمية، والهيكل التنظيمي. يستخدم تحليل SWOT (نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص، التهديدات) لهذا الغرض.

ب. صياغة الاستراتيجية

- **تحديد الرؤية والرسالة:** الرؤية هي ما تطمح المؤسسة لتحقيقه على المدى البعيد، بينما الرسالة تعبر عن سبب وجود المؤسسة وكيفية تحقيق أهدافها.
- **تحديد الأهداف الاستراتيجية:** هذه الأهداف تكون محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، واقعية، ومرتبطة بجدول زمني (SMART).
- **تطوير الاستراتيجيات:** بناء على التحليل الاستراتيجي، يتم تطوير استراتيجيات لتحقيق الأهداف المحددة، وتشمل هذه الاستراتيجيات تحديد الأسواق المستهدفة، المنتجات أو الخدمات، والميزة التنافسية.

ج. تنفيذ الاستراتيجية

- **تخصيص الموارد:** يشمل ذلك تخصيص الموارد المالية، البشرية، والتكنولوجية اللازمة لتنفيذ الاستراتيجيات.
- **بناء الهياكل التنظيمية:** تصميم الهياكل التنظيمية والعمليات الداخلية لضمان تنفيذ الاستراتيجية بشكل فعال.
- **إدارة التغيير:** تطوير استراتيجيات لإدارة التغيير والتكيف مع التحديات التي قد تواجه المؤسسة أثناء تنفيذ الاستراتيجية.

د. تقييم الاستراتيجية

- **مراقبة الأداء:** يتم قياس الأداء من خلال مجموعة من المؤشرات المالية وغير المالية لمتابعة تقدم المؤسسة نحو تحقيق أهدافها.

- **تقييم النتائج:** مقارنة النتائج المحققة بالأهداف المحددة لتحديد مدى نجاح الاستراتيجية.
- **إجراء التعديلات:** استنادًا إلى التقييم، يتم إجراء التعديلات اللازمة على الاستراتيجية أو تنفيذها لضمان تحقيق الأهداف.

3. أهمية الإدارة الاستراتيجية

الإدارة الاستراتيجية تساهم في:

- **تحقيق ميزة تنافسية:** من خلال تحليل البيئة وتحديد فرص السوق الفريدة، يمكن للمؤسسات تطوير استراتيجيات تميزها عن منافسيها.
- **التكيف مع التغيرات:** تساعد الإدارة الاستراتيجية المؤسسات على التكيف بسرعة مع التغيرات في البيئة الاقتصادية أو السوقية.
- **تعزيز اتخاذ القرار:** من خلال توفير إطار عمل منظم لصنع القرار، تساعد الإدارة الاستراتيجية المديرين على اتخاذ قرارات مستنيرة ومدروسة.
- **زيادة الكفاءة والفعالية:** من خلال تخصيص الموارد بشكل فعال وتنظيم العمليات الداخلية، يمكن للإدارة الاستراتيجية أن تحسن الكفاءة والفعالية التشغيلية.
- **تحقيق الاستدامة:** تساهم الإدارة الاستراتيجية في ضمان استدامة المؤسسة على المدى الطويل من خلال التخطيط للأجيال المستقبلية والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

4. نماذج وأدوات الإدارة الاستراتيجية

- **نموذج بورتر للقوى الخمس:** يساعد على تحليل المنافسة في السوق وتحديد القوة التنافسية للمؤسسة.
- **تحليل SWOT:** يستخدم لتحديد نقاط القوة والضعف الداخلية، والفرص والتهديدات الخارجية.
- **تحليل PESTEL:** يستخدم لتحليل العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والبيئية والقانونية التي تؤثر على المؤسسة.
- **مصفوفة BCG:** تساعد في تحديد حصة السوق ومعدل النمو للمنتجات أو الخدمات المختلفة للمؤسسة.
- **تحليل سلسلة القيمة:** يساعد على تحديد الأنشطة التي تضيف قيمة في سلسلة التوريد وتحسين الكفاءة التشغيلية.

5. تحديات الإدارة الاستراتيجية

- **مقاومة التغيير:** تواجه المؤسسات غالبًا مقاومة داخلية للتغيير عند محاولة تنفيذ استراتيجيات جديدة.
- **عدم اليقين البيئي:** التغيرات السريعة في البيئة الخارجية قد تجعل الاستراتيجيات المعتمدة غير فعالة.
- **قيود الموارد:** قد تفتقر المؤسسات إلى الموارد المالية أو البشرية لتنفيذ الاستراتيجيات المخططة بشكل كامل.
- **تعقيد العمليات:** يمكن أن يؤدي تعقيد العمليات إلى صعوبة تنفيذ الاستراتيجيات بشكل فعال.

6. الإدارة الاستراتيجية في السياق الصحي

في قطاع الخدمات الصحية، تكون الإدارة الاستراتيجية ضرورية لضمان تقديم خدمات عالية الجودة وتلبية احتياجات المرضى. تتضمن استراتيجيات هذا القطاع تحسين الكفاءة التشغيلية، تحسين جودة الرعاية الصحية، تطوير التكنولوجيا الطبية، وضمان الاستدامة المالية للمؤسسات الصحية.

1. مكونات التحليل الاستراتيجي

أ. التحليل الداخلي

- **تحليل الموارد والإمكانات:** يركز على تقييم الموارد المتاحة داخل المؤسسة مثل الموارد المالية، البشرية، المادية، والتكنولوجية. يتضمن ذلك دراسة نقاط القوة والضعف في هذه الموارد.
- **تحليل القدرات التنظيمية:** يتضمن تقييم هيكل المؤسسة، ثقافتها التنظيمية، عملياتها الداخلية، وكفاءتها التشغيلية. الهدف هو تحديد ما إذا كانت القدرات التنظيمية تدعم أو تعوق تحقيق الأهداف الاستراتيجية.
- **تحليل الأداء:** يتم تحليل الأداء السابق للمؤسسة من خلال مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) مثل الأرباح، الحصة السوقية، رضا العملاء، وكفاءة العمليات. هذا يساعد في تحديد مجالات التحسين أو التغيير.

ب. التحليل الخارجي

- **تحليل البيئة العامة (الكلية):** يشمل تحليل العوامل التي تؤثر على الصناعة ككل ولا تستطيع المؤسسة التحكم فيها مباشرة. يتم استخدام أدوات مثل تحليل PESTEL الذي يشمل:
 - **P: العوامل السياسية (Political)**
 - **E: العوامل الاقتصادية (Economic)**
 - **S: العوامل الاجتماعية (Social)**
 - **T: العوامل التكنولوجية (Technological)**
 - **E: العوامل البيئية (Environmental)**
 - **L: العوامل القانونية (Legal)**
- **تحليل البيئة الصناعية:** يتضمن تقييم العوامل التي تؤثر على القطاع الذي تعمل فيه المؤسسة باستخدام أدوات مثل نموذج بورتر للقوى الخمس:
 - **تهديد الدخول الجديد:** احتمال دخول منافسين جدد إلى السوق.
 - **قوة الموردين:** مدى قوة الموردين في التأثير على أسعار المواد الخام.
 - **قوة المشترين:** مدى قوة العملاء في التأثير على الأسعار.
 - **تهديد المنتجات البديلة:** احتمالية وجود بدائل قد تقلل من الطلب على منتجات المؤسسة.
 - **حدة المنافسة:** مستوى المنافسة بين الشركات الحالية في السوق.

ج. تحليل المنافسة

- **تحليل المنافسين المباشرين:** يشمل تحديد المنافسين الرئيسيين ودراسة استراتيجياتهم، نقاط قوتهم وضعفهم، وحصصهم السوقية. هذا يساعد في فهم موقع المؤسسة مقارنة بالمنافسين.
- **تحليل المنافسة غير المباشرة:** يتضمن تقييم التهديدات من المنتجات أو الخدمات البديلة التي قد تحل محل منتجات أو خدمات المؤسسة.

د. تحليل أصحاب المصلحة (Stakeholder Analysis)

- يشمل تحديد وتقييم الأفراد أو المجموعات الذين لديهم تأثير على أو يتأثرون بنشاط المؤسسة. يتضمن ذلك المستثمرين، العملاء، الموظفين، الموردين، والحكومة. الهدف هو فهم توقعاتهم واحتياجاتهم لضمان أن استراتيجيات المؤسسة تتماشى مع مصالحهم.

2. أدوات التحليل الاستراتيجي

أ. تحليل SWOT

- **SWOT** هو أداة تحليلية تجمع بين التحليل الداخلي والخارجي:
 - **S:** نقاط القوة (Strengths) القدرات والموارد التي تعطي المؤسسة ميزة تنافسية.
 - **W:** نقاط الضعف (Weaknesses) الجوانب التي تحتاج إلى تحسين أو التي تعوق الأداء الفعال.
 - **O:** الفرص (Opportunities) العوامل الخارجية التي يمكن للمؤسسة الاستفادة منها لتحقيق النمو.
 - **T:** التهديدات (Threats) العوامل الخارجية التي قد تعيق تحقيق أهداف المؤسسة.

ب. تحليل PESTEL

- **PESTEL** يساعد في تقييم البيئة العامة التي تؤثر على المؤسسة من خلال:
 - **العوامل السياسية:** السياسات الحكومية، الاستقرار السياسي، واللوائح.
 - **العوامل الاقتصادية:** أسعار الفائدة، معدلات التضخم، وسعر الصرف.
 - **العوامل الاجتماعية:** القيم الثقافية، التغيرات الديموغرافية، وتفضيلات المستهلكين.
 - **العوامل التكنولوجية:** الابتكار، التكنولوجيا المتاحة، وتأثيرها على الصناعة.
 - **العوامل البيئية:** القضايا البيئية، الاستدامة، ومتطلبات البيئة.
 - **العوامل القانونية:** القوانين والتشريعات التي تؤثر على الصناعة.

ج. نموذج بورتر للقوى الخمس

- أداة تستخدم لتحليل البيئة الصناعية وتحديد شدة المنافسة والربحية المحتملة في السوق:
 - **قوة المنافسة الداخلية:** تحليل المنافسة بين الشركات الحالية في السوق.
 - **قوة الموردين:** تقييم قدرة الموردين على رفع الأسعار أو تقليل جودة المنتجات.
 - **قوة العملاء:** تقييم قدرة العملاء على خفض الأسعار أو طلب جودة أعلى.
 - **تهديد الدخول الجديد:** تحليل العقبات التي قد تواجه الشركات الجديدة التي تدخل السوق.
 - **تهديد المنتجات البديلة:** دراسة احتمال استبدال المنتجات الحالية ببديل جديد.

د. مصفوفة BCG

- تساعد هذه المصفوفة في تحليل حصة السوق ونمو المنتجات أو الخدمات الخاصة بالمؤسسة:
 - **نجوم (Stars):** منتجات ذات حصة سوقية عالية ونمو سريع.
 - **أبقار نقدية (Cash Cows):** منتجات ذات حصة سوقية عالية لكن نموها بطيء.
 - **علامات استفهام (Question Marks):** منتجات ذات حصة سوقية منخفضة لكن تنمو بسرعة.

○ كلاب (Dogs): منتجات ذات حصة سوقية منخفضة ونمو بطيء.

هـ. تحليل سلسلة القيمة (Value Chain Analysis)

- يساعد هذا التحليل في تحديد الأنشطة التي تضيف قيمة في سلسلة التوريد والأنشطة التي يمكن تحسينها لتحقيق مزيد من الكفاءة والفعالية.

3. أهمية التحليل الاستراتيجي

- التعرف على الفرص: يساعد التحليل الاستراتيجي في تحديد الفرص المتاحة في السوق التي يمكن للمؤسسة استغلالها لتحقيق نمو.
- التعرف على التهديدات: يمكن للمؤسسات من خلال التحليل الاستراتيجي تحديد التهديدات المحتملة التي قد تؤثر سلباً على أدائها.
- تحديد نقاط القوة والضعف: يساعد التحليل الداخلي في تحديد مجالات التفوق والتميز وكذلك الجوانب التي تحتاج إلى تحسين.
- بناء استراتيجيات فعالة: من خلال جمع وتحليل المعلومات، يمكن للمؤسسة بناء استراتيجيات فعالة تمكنها من تحقيق أهدافها والتفوق على المنافسين.
- تحقيق ميزة تنافسية: التحليل الاستراتيجي يساعد المؤسسات في فهم بيئتها بشكل أعمق، مما يمكنها من تطوير استراتيجيات تمنحها ميزة تنافسية في السوق.

4. تحديات التحليل الاستراتيجي

- التغيرات السريعة في البيئة: قد تؤدي التغيرات السريعة في العوامل الخارجية إلى تقادم التحليل بسرعة، مما يتطلب مراجعة مستمرة.
- عدم اليقين: قد تكون التنبؤات والتحليلات عرضة للتغيرات غير المتوقعة في السوق أو البيئة العامة.
- تعقيد المعلومات: قد يكون من الصعب جمع وتحليل كمية كبيرة من المعلومات بشكل دقيق وفعال.
- مقاومة التغيير: قد تواجه المؤسسة مقاومة داخلية من الموظفين أو الإدارات عند محاولة تنفيذ استراتيجيات مبنية على التحليل الاستراتيجي.

1. مكونات الصياغة الاستراتيجية

أ. تحديد الرؤية والرسالة

- الرؤية (Vision): هي الصورة المستقبلية لما تطمح المؤسسة لتحقيقه. تجسد الرؤية الهدف البعيد المدى للمؤسسة وتوفر توجيهاً وإلهاماً للموظفين. يجب أن تكون الرؤية ملهمة وواقعية.
- الرسالة (Mission): هي البيان الذي يوضح سبب وجود المؤسسة وما تسعى لتحقيقه من خلال عملياتها اليومية. تعكس الرسالة القيم الأساسية للمؤسسة وتوضح كيف ستخدم عملاءها، وأصحاب المصلحة، والمجتمع بشكل عام.

ب. تحديد الأهداف الاستراتيجية

- الأهداف طويلة الأجل: هي النتائج التي تسعى المؤسسة لتحقيقها خلال فترة زمنية طويلة (عادة 3-5 سنوات أو أكثر). يجب أن تكون الأهداف واضحة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، واقعية، ومرتبطة بجدول زمني. (SMART)

- الأهداف قصيرة الأجل: تدعم الأهداف قصيرة الأجل تحقيق الأهداف طويلة الأجل. تشمل هذه الأهداف الإجراءات والخطوات المحددة التي يجب على المؤسسة تنفيذها خلال فترة قصيرة (عادة سنة أو أقل).

ج. تحليل البيئة الداخلية والخارجية (مراجعة التحليل الاستراتيجي)

- تحليل SWOT: يستخدم هذا التحليل لتحديد نقاط القوة والضعف الداخلية، وكذلك الفرص والتهديدات الخارجية. يساعد في تحديد المجالات التي يجب أن تركز عليها الاستراتيجيات.
- تقييم الخيارات الاستراتيجية: بناءً على تحليل البيئة الداخلية والخارجية، يتم تقييم الخيارات الاستراتيجية المتاحة وتحديد الاستراتيجيات التي تتوافق مع أهداف المؤسسة.

د. تطوير الاستراتيجيات

- استراتيجيات النمو: تشمل الاستراتيجيات التي تهدف إلى توسيع نطاق العمليات أو الأسواق. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجيات التوسع الجغرافي، تطوير منتجات جديدة، أو دخول أسواق جديدة.
- استراتيجيات الاستقرار: تهدف إلى الحفاظ على الوضع الحالي للمؤسسة دون توسع كبير أو تقليص. قد تكون مناسبة في بيئات مستقرة أو عندما تكون المؤسسة بحاجة إلى التركيز على تحسين الكفاءة التشغيلية.
- استراتيجيات الانكماش: تستخدم عندما تواجه المؤسسة تحديات مالية أو سوقية كبيرة، وتشمل تقليص حجم العمليات أو سحب الاستثمارات من بعض الأسواق.

هـ. تحديد الخطط والبرامج

- الخطط الاستراتيجية: هي الخطوات العامة التي ستتبعها المؤسسة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية. تشمل هذه الخطط توجيهات عامة حول كيفية تخصيص الموارد، وتحديد الأولويات، وتنسيق الجهود.
- البرامج: هي مبادرات أو مشاريع محددة تدعم تنفيذ الاستراتيجيات. تتضمن البرامج تفاصيل حول الأنشطة المطلوبة، الجداول الزمنية، والموارد اللازمة.

و. تخصيص الموارد

- الموارد المالية: تحديد الميزانيات المطلوبة لتنفيذ الاستراتيجيات والبرامج المحددة.
- الموارد البشرية: تحديد الكفاءات البشرية المطلوبة وتوزيع المهام بين الفرق المختلفة.
- الموارد التكنولوجية والمادية: تحديد الأدوات والتكنولوجيا اللازمة لدعم الاستراتيجيات وتوفيرها.

ز. تحديد السياسات والإجراءات

- السياسات : هي المبادئ التوجيهية التي تحدد حدود العمل وتوجه عملية اتخاذ القرار في المؤسسة. يجب أن تكون السياسات متسقة مع الاستراتيجيات العامة.

- الإجراءات : هي الخطوات المحددة التي يجب اتباعها لتنفيذ السياسات. توفر الإجراءات تفاصيل عملية حول كيفية تنفيذ المهام اليومية بما يتماشى مع الاستراتيجية.

2. أهمية صياغة الاستراتيجية

- توفير اتجاه واضح : تساعد صياغة الاستراتيجية في تحديد الاتجاه الذي يجب أن تسير فيه المؤسسة لتحقيق أهدافها. توفر خارطة طريق لتوجيه الجهود والموارد.

- تعزيز التماسك الداخلي : تساهم صياغة الاستراتيجية في توحيد الجهود داخل المؤسسة، حيث يعمل الجميع نحو تحقيق أهداف مشتركة.

- تحقيق ميزة تنافسية : من خلال تحديد نقاط القوة والفرص، يمكن للمؤسسة تطوير استراتيجيات تمنحها ميزة تنافسية في السوق.

- إدارة المخاطر : تساعد صياغة الاستراتيجية في التعرف على التهديدات المحتملة ووضع خطط للتعامل معها بفعالية.

- تسهيل عملية اتخاذ القرار : من خلال توفير إطار عمل منظم لصنع القرار، تساهم صياغة الاستراتيجية في تسهيل اتخاذ قرارات متسقة ومدرسة.

3. نماذج وأدوات مستخدمة في صياغة الاستراتيجية

أ. مصفوفة SWOT

- تعتبر أداة أساسية في صياغة الاستراتيجية. تساعد في تحديد نقاط القوة والضعف الداخلية والفرص والتهديدات الخارجية، مما يوفر إطارًا لتطوير الاستراتيجيات.

ب. مصفوفة النمو/الحصة (BCG)

- تستخدم لتقييم المنتجات أو وحدات العمل الاستراتيجية بناءً على حصتها في السوق ومعدل نموها. تساعد في تحديد أين يجب أن تركز المؤسسة مواردها.

ج. نموذج بورتر للقوى الخمس

- يستخدم لتحليل البيئة الصناعية وتحديد مستوى التنافسية. يساعد في تطوير استراتيجيات تستفيد من الفرص الموجودة في السوق وتتعامل مع التهديدات المحتملة.

د. مصفوفة Ansoff للنمو

- تقدم إطارًا لتحديد استراتيجيات النمو من خلال تطوير منتجات جديدة، دخول أسواق جديدة، أو تطوير منتجات حالية في الأسواق الحالية.

4. تحديات صياغة الاستراتيجية

- التغيرات البيئية السريعة: قد تتغير الظروف الخارجية بسرعة مما يجعل الاستراتيجيات المعتمدة غير فعالة.
- قيود الموارد: قد تواجه المؤسسة تحديات في توافر الموارد المالية أو البشرية اللازمة لتنفيذ الاستراتيجيات.
- المقاومة الداخلية: قد يواجه تنفيذ الاستراتيجية مقاومة من الموظفين أو الإدارات غير المستعدة للتغيير.
- التعقيد في التنفيذ: صياغة الاستراتيجية قد تكون أسهل من تنفيذها بسبب التعقيدات المرتبطة بتنسيق الجهود والموارد عبر المؤسسة.

1. مكونات التنفيذ الاستراتيجي

أ. تحديد الأهداف القصيرة والمتوسطة الأجل

- توزيع الأهداف: يتطلب التنفيذ الاستراتيجي تقسيم الأهداف الاستراتيجية الكبيرة إلى أهداف قصيرة ومتوسطة الأجل. يساعد ذلك في جعلها أكثر قابلية للتحقيق ويتيح مراقبة التقدم بشكل مستمر.
- مؤشرات الأداء الرئيسية: (KPIs) تحديد مؤشرات أداء رئيسية لكل هدف يساعد في قياس مدى تقدم التنفيذ ويضمن أن الجهود المبذولة تتماشى مع الأهداف الاستراتيجية.

ب. تخصيص الموارد

- الموارد المالية: تشمل إعداد الميزانيات المخصصة لتحقيق الأهداف المحددة. يحدد تخصيص الموارد المالية الدعم اللازم لتنفيذ الخطط الاستراتيجية.
- الموارد البشرية: تحديد الأدوار والمسؤوليات وضمان أن جميع الفرق مهيأة ومستعدة للقيام بالمهام الموكلة إليها. يشمل ذلك توظيف وتدريب الموظفين المناسبين وتطوير المهارات اللازمة.
- التكنولوجيا والبنية التحتية: تأمين الأدوات والتقنيات اللازمة لتنفيذ الاستراتيجيات بكفاءة. يمكن أن تشمل هذه الخطوة تحديث الأنظمة أو تبني تقنيات جديدة تدعم أهداف التنفيذ.

ج. تصميم العمليات والإجراءات

- العمليات التشغيلية: تطوير العمليات التشغيلية والإجراءات اليومية التي تدعم تنفيذ الاستراتيجية. يشمل ذلك تحديد الخطوات التفصيلية المطلوبة لتحقيق كل هدف والموارد اللازمة لكل منها.
- إدارة الجودة: التأكد من أن العمليات تتم بكفاءة وجودة عالية من خلال تطبيق أنظمة إدارة الجودة المناسبة.

د. القيادة والهيكل التنظيمي

- **دور القيادة:** القيادة الفعالة ضرورية في التنفيذ الاستراتيجي. يجب على القادة التأكد من أن جميع الموظفين ملتزمون بالخطة وأنهم يعملون معًا لتحقيق الأهداف المشتركة.
- **الهيكل التنظيمي:** قد يتطلب التنفيذ الاستراتيجي إعادة هيكلة المؤسسة أو تعديل الهيكل التنظيمي لضمان تماشيهِ مع الأهداف الاستراتيجية الجديدة. يشمل ذلك تحديد قنوات التواصل وتوزيع السلطة والمسؤوليات.

هـ. التواصل الداخلي

- **إيصال الأهداف:** يجب على القيادة التأكد من أن جميع الموظفين يفهمون الأهداف الاستراتيجية وأدوارهم في تحقيقها. التواصل الفعال يساهم في تقليل سوء الفهم وزيادة الالتزام.
- **التغذية الراجعة:** توفير قنوات للتواصل من أسفل إلى أعلى، حيث يمكن للموظفين تقديم تغذية راجعة حول التحديات التي يواجهونها واقتراح تحسينات.

و. مراقبة وتقييم الأداء

- **متابعة التنفيذ:** تتضمن مراقبة التقدم نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية. يمكن أن تشمل هذه الخطوة إعداد تقارير دورية وتحليل البيانات لتحديد مدى فعالية التنفيذ.
- **تقييم الأداء:** يشمل ذلك مراجعة الأداء على مستوى المؤسسة وتحديد المناطق التي تحتاج إلى تحسين. يساعد التقييم في تعديل الخطط الاستراتيجية حسب الحاجة.

2. أهمية التنفيذ الاستراتيجي

- **تحقيق الأهداف:** يساعد التنفيذ الاستراتيجي في ترجمة الأهداف الاستراتيجية إلى نتائج عملية. بدون تنفيذ فعال، تظل الاستراتيجيات والخطط غير محققة.
- **تعزيز التوافق التنظيمي:** يضمن التنفيذ الاستراتيجي أن جميع أفراد المؤسسة يعملون نحو تحقيق أهداف مشتركة. يعزز هذا التوافق ويقلل من الازدواجية في الجهود.
- **تحسين القدرة التنافسية:** من خلال التنفيذ الفعال للاستراتيجيات، يمكن للمؤسسات تحسين موقعها التنافسي في السوق. يساعد ذلك في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- **التكيف مع التغييرات:** يمكن أن يساعد التنفيذ الاستراتيجي في تعديل الاستراتيجيات بسرعة لمواجهة التحديات والتغيرات في البيئة الخارجية.

3. التحديات في التنفيذ الاستراتيجي

- **مقاومة التغيير:** قد يواجه التنفيذ مقاومة من قبل الموظفين الذين لا يرغبون في التغيير أو الذين لا يفهمون أهمية الاستراتيجيات الجديدة.
- **قيود الموارد:** قد تؤثر نقص الموارد المالية أو البشرية على قدرة المنظمة على تنفيذ الاستراتيجية بكفاءة.
- **عدم وضوح الأهداف:** قد يؤدي عدم وضوح الأهداف أو عدم فهم الموظفين لها إلى تقليل فعالية التنفيذ.
- **مراقبة الأداء:** قد يكون من الصعب تتبع التقدم نحو الأهداف الاستراتيجية إذا لم تكن هناك أنظمة فعالة لمراقبة الأداء.

4. أدوات وأساليب دعم التنفيذ الاستراتيجي

أ. خرائط الطريق الاستراتيجية (Strategic Roadmaps)

- توفر خارطة الطريق رؤية واضحة للخطوات المطلوبة لتنفيذ الاستراتيجية على مراحل مختلفة. يساعد ذلك في تنظيم الجهود وتحديد أولويات التنفيذ.

ب. نظم إدارة الأداء (Performance Management Systems)

- نظم تتبع الأداء مثل بطاقات الأداء المتوازن (Balanced Scorecards) تساعد في قياس ومراقبة الأداء المؤسسي على المستويات المختلفة. تربط هذه النظم بين الأهداف الاستراتيجية ومؤشرات الأداء.

ج. أدوات إدارة المشاريع (Project Management Tools)

- تستخدم لتخطيط وتنظيم وإدارة المشاريع التي تدعم تنفيذ الاستراتيجية. تشمل هذه الأدوات تحديد المهام، الموارد، الجدول الزمني، وتقديم تقارير عن التقدم.

د. برامج التدريب والتطوير

- يمكن أن تساعد برامج التدريب والتطوير الموظفين على اكتساب المهارات اللازمة لدعم تنفيذ الاستراتيجية. تشمل هذه البرامج التدريب على القيادة، إدارة التغيير، واستخدام التكنولوجيا.

5. أمثلة على التنفيذ الاستراتيجي الناجح

- **شركة أبل:** تجسد أبل التنفيذ الاستراتيجي من خلال تركيزها على الابتكار المستمر والتصميم الفريد. تمكنت الشركة من تحويل استراتيجياتها إلى منتجات ناجحة تحظى بإقبال كبير في الأسواق العالمية.
- **أمازون:** نجحت أمازون في تنفيذ استراتيجياتها التوسعية من خلال الاستفادة من التكنولوجيا والبيانات. سمحت هذه الاستراتيجية للشركة بالاستحواذ على حصة كبيرة من السوق الإلكتروني وتحقيق نمو مستدام.

1. أهداف التقييم الاستراتيجي

أ. قياس فعالية الاستراتيجيات

- **تقييم الأداء الفعلي:** يساعد التقييم الاستراتيجي في قياس ما إذا كانت الاستراتيجيات المنفذة تحقق النتائج المرجوة. يتم مقارنة الأداء الفعلي بالمعايير أو الأهداف المحددة في الخطة الاستراتيجية.
- **تحليل الفجوات:** تحديد الفجوات بين الأداء المتوقع والأداء الفعلي. يساعد ذلك في فهم الأسباب التي تؤدي إلى عدم تحقيق الأهداف كما هو مخطط.

ب. مراجعة التوافق الاستراتيجي

- **تقييم ملاءمة الاستراتيجية:** يتيح التقييم للمؤسسة تحديد مدى توافق استراتيجياتها الحالية مع التغيرات في البيئة الداخلية والخارجية. هل الاستراتيجية ما زالت فعالة أم أنها تحتاج إلى تعديل؟
- **مراجعة الافتراضات الأساسية:** يمكن أن تتغير الظروف التي بنيت عليها الاستراتيجية الأصلية. يساعد التقييم في مراجعة هذه الافتراضات وضمان استمرار صلاحيتها.

ج. تعزيز عملية اتخاذ القرار

- **دعم التعديلات الاستراتيجية:** بناءً على نتائج التقييم، يمكن للإدارة اتخاذ قرارات بتعديل أو تغيير الاستراتيجيات لضمان تحقيق الأهداف.
- **توفير معلومات للتخطيط المستقبلي:** يوفر التقييم الاستراتيجي بيانات ومعرفة تساعد في التخطيط المستقبلي، مما يمكن المؤسسة من تحسين أدائها على المدى الطويل.

2. مراحل التقييم الاستراتيجي

أ. تحديد معايير الأداء

- **اختيار مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs):** تتضمن هذه المرحلة تحديد المعايير التي سيتم استخدامها لقياس نجاح الاستراتيجية. يجب أن تكون هذه المعايير مرتبطة بشكل مباشر بالأهداف الاستراتيجية.
- **تحديد الأهداف المرجعية:** وهي القيم أو المعايير التي سيتم مقارنتها مع الأداء الفعلي. يمكن أن تكون هذه الأهداف نسب مئوية أو قيم مطلقة تعكس النتائج المرجوة.

ب. جمع وتحليل البيانات

- **جمع البيانات الكمية والنوعية:** يمكن أن تشمل هذه البيانات الإيرادات، الحصة السوقية، رضا العملاء، أداء العمليات الداخلية، وغيرها. يجب جمع البيانات بدقة لضمان صحة التقييم.

- **تحليل البيانات:** يتم تحليل البيانات باستخدام أدوات إحصائية وتقارير أداء لقياس مدى تحقيق الأهداف. يمكن أن يشمل التحليل تحديد الاتجاهات والعوامل التي تؤثر على الأداء.

ج. تقييم الأداء

- **مقارنة الأداء الفعلي بالأهداف:** يتم في هذه المرحلة مقارنة النتائج الفعلية مع الأهداف المرجعية لتحديد مدى تحقيق الاستراتيجيات للأهداف المحددة.

- **تحديد الانحرافات وتحليل الأسباب:** إذا كان هناك انحرافات عن الأهداف، يتم تحليل الأسباب التي أدت إلى هذه الانحرافات. قد تكون هذه الأسباب داخلية مثل عدم كفاية الموارد أو خارجية مثل تغيرات السوق.

د. اتخاذ الإجراءات التصحيحية

- **تحديد الإجراءات التصحيحية:** بناءً على التقييم، يتم تحديد الإجراءات التي يجب اتخاذها لتصحيح المسار. قد تشمل هذه الإجراءات تعديل الاستراتيجيات، إعادة تخصيص الموارد، أو تغيير العمليات.
- **تنفيذ التعديلات:** يتم تنفيذ الإجراءات التصحيحية ومراقبة تأثيرها على الأداء. يجب أن تكون هذه الإجراءات مرنة وقابلة للتكيف مع التغيرات المستقبلية.

هـ. التغذية الراجعة والتحسين المستمر

- **تغذية راجعة مستمرة:** يتطلب التقييم الاستراتيجي تقديم تغذية راجعة مستمرة للإدارة وفريق العمل حول التقدم والأداء. تساعد هذه التغذية الراجعة في الحفاظ على التركيز على الأهداف وتصحيح المسار بسرعة عند الحاجة.
- **تحسين الاستراتيجيات:** استنادًا إلى التقييمات الدورية، يتم تحسين وتحديث الاستراتيجيات لتتوافق مع الظروف الجديدة وضمان استمرار تحقيق الأهداف.

3. أدوات وأساليب التقييم الاستراتيجي

أ. بطاقات الأداء المتوازن (Balanced Scorecards)

- **بطاقة الأداء المتوازن** هي أداة تستخدم لقياس وتقييم الأداء الاستراتيجي عبر أبعاد متعددة مثل المالية، العملاء، العمليات الداخلية، والتعلم والنمو. تساعد في توفير رؤية شاملة لأداء المؤسسة وليس فقط من الجانب المالي.

ب. تحليل الفجوات (Gap Analysis)

- **تحليل الفجوات** هو أسلوب يستخدم لتحديد الفجوة بين الأداء الحالي والأداء المطلوب. يساعد في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين وتطوير الإجراءات لتقليل هذه الفجوة.

ج. تحليل SWOT المستمر

- تحليل SWOT لا يقتصر فقط على مرحلة التخطيط، بل يمكن استخدامه أيضاً خلال التقييم لمراجعة نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تواجهها المؤسسة. يمكن أن تساعد هذه المراجعة في تحديد مدى ملائمة الاستراتيجية الحالية.

د. المراجعة الاستراتيجية (Strategic Review)

- المراجعة الاستراتيجية هي عملية دورية يتم فيها مراجعة الاستراتيجيات والأداء الكلي للمؤسسة. تشمل هذه المراجعة تقييم التقدم نحو الأهداف، تحليل التغيرات في البيئة، واقتراح التعديلات اللازمة.

4. تحديات التقييم الاستراتيجي

أ. تعقيد جمع البيانات وتحليلها

- صعوبة جمع بيانات دقيقة: قد يكون من الصعب الحصول على بيانات دقيقة وشاملة تغطي جميع جوانب الأداء. قد يتطلب ذلك استثمارات كبيرة في نظم المعلومات والتقنيات التحليلية.
- تحليل البيانات الكمية والنوعية: يمكن أن يكون تحليل البيانات، خاصة النوعية منها، معقداً ويحتاج إلى أدوات وأساليب تحليلية متقدمة.

ب. مقاومة التغيير

- رفض التعديلات: قد يواجه التقييم الاستراتيجي مقاومة من قبل الموظفين أو حتى الإدارة إذا أشار إلى الحاجة لتغيير الاستراتيجيات الحالية. يتطلب ذلك تواصلاً فعالاً وثقافة تنظيمية تدعم التحسين المستمر.

ج. التغيرات في البيئة الخارجية

- تغير الظروف السوقية: يمكن أن تؤدي التغيرات السريعة في البيئة الخارجية إلى صعوبة تقييم الأداء بناءً على الأهداف المحددة مسبقاً. يتطلب ذلك مرونة في التقييم وإعادة ضبط الأهداف.

د. التركيز على الجوانب المالية فقط

- إهمال الجوانب غير المالية: قد يؤدي التركيز المفرط على الأداء المالي إلى إهمال جوانب أخرى مهمة مثل رضا العملاء، الابتكار، والجودة. لذلك يجب استخدام أدوات تقييم شاملة تأخذ في الاعتبار جميع جوانب الأداء.

5. أمثلة على التقييم الاستراتيجي الناجح

أ. شركة تويوتا

- نظام إدارة الجودة الشاملة (TQM): تستخدم تويوتا نظاماً متقدماً لإدارة الجودة يشمل التقييم المستمر للأداء وتحسين العمليات. يساعد هذا النظام في تحديد المشاكل بسرعة واتخاذ الإجراءات التصحيحية الفعالة.

ب. شركة جونسون آند جونسون

- **مراجعات الأداء السنوية:** تقوم جونسون آند جونسون بمراجعات أداء سنوية وشاملة تغطي جميع وحدات الأعمال. تعتمد هذه المراجعات على بطاقات الأداء المتوازن لتحليل الأداء عبر جميع جوانب الأعمال.

• جودة الشركات المشغلة

1. تعريف جودة الشركات المشغلة

جودة الشركات المشغلة تعني قدرة الشركة على تقديم خدمات أو منتجات تلبي أو تتجاوز توقعات العملاء وتلتزم بالمعايير الدولية والمحلية للجودة. تشمل الجودة في هذا السياق عوامل مثل الكفاءة، الموثوقية، الاستجابة لاحتياجات العملاء، الالتزام بالمواعيد، والأمان. في حالة الشركات التي تشغل خدمات معينة (مثل الشركات المشغلة للخدمات الصحية)، فإن الجودة تعتمد على مستوى الرعاية أو الخدمات التي تقدمها هذه الشركات.

2. أبعاد جودة الشركات المشغلة

أ. جودة الخدمة (Service Quality)

- **ملاءمة الخدمة:** تقديم الخدمة بما يتناسب مع احتياجات العملاء والتأكد من أن جميع جوانب الخدمة تلبي توقعات العملاء.
- **الاستجابة (Responsiveness):** سرعة استجابة الشركة لطلبات العملاء وحل مشاكلهم في الوقت المناسب.
- **الموثوقية (Reliability):** تقديم الخدمة بشكل موثوق ومتسق، حيث يمكن للعملاء الاعتماد على الشركة لتقديم الخدمة بنفس الجودة كل مرة.

ب. جودة المنتج (Product Quality)

- **الامتثال للمعايير:** تأكد الشركة من أن منتجاتها تلبي أو تتجاوز المعايير والمتطلبات الفنية والصحية المطلوبة.
- **المتانة:** قدرة المنتج على أداء وظيفته بكفاءة لفترة طويلة دون الحاجة إلى صيانة أو إصلاح متكرر.
- **الابتكار:** تقديم منتجات جديدة أو محسنة تلبي احتياجات السوق المتغيرة.

ج. الجودة الداخلية (Internal Quality)

- **فعالية العمليات:** إدارة الشركة لعملياتها الداخلية بشكل يضمن الكفاءة وتقليل الفاقد وتحسين الإنتاجية.
- **تدريب الموظفين:** مدى اهتمام الشركة بتدريب موظفيها وتطوير مهاراتهم بما يضمن تقديم الخدمة أو المنتج بأعلى مستوى من الجودة.

- التواصل الداخلي: جودة التواصل بين مختلف أقسام الشركة وضمان انسجام العمل الجماعي لتحقيق أهداف الجودة.

د. رضا العملاء (Customer Satisfaction)

- التجربة الكلية للعملاء: مدى رضا العملاء عن جميع جوانب تعاملهم مع الشركة، من اللحظة التي يتعاملون فيها مع الشركة لأول مرة وحتى ما بعد استلام الخدمة أو المنتج.
- التغذية الراجعة: (Feedback) جمع آراء العملاء بانتظام حول مستوى جودة الخدمات أو المنتجات المقدمة واستخدام هذه المعلومات لتحسين الأداء.

3. معايير تقييم جودة الشركات المشغلة

أ. المعايير الدولية

- ISO 9001: معيار دولي لأنظمة إدارة الجودة، وهو يقدم إطاراً يمكن للشركات استخدامه لضمان جودة منتجاتها أو خدماتها.
- معايير الجودة الخاصة بالصناعة: في بعض الصناعات مثل الرعاية الصحية أو الأغذية، توجد معايير جودة محددة مثل HACCP للسلامة الغذائية أو معايير JCI لاعتماد المستشفيات.

ب. المعايير الوطنية والمحلية

- التشريعات والقوانين المحلية: تتطلب بعض الدول من الشركات الالتزام بمعايير جودة معينة تعتمدها الحكومات المحلية أو المنظمات الوطنية.
- التقييم من الجهات الرقابية: تخضع الشركات في بعض الأحيان لتقييمات دورية من قبل هيئات رقابية محلية للتأكد من التزامها بمعايير الجودة المطلوبة.

ج. معايير رضا العملاء

- استبيانات رضا العملاء: تستخدم الشركات استبيانات لقياس رضا العملاء عن الخدمات أو المنتجات التي تقدمها، وهذا يمكن أن يكون مؤشراً قوياً على جودة الشركة.
- تحليل الشكاوى: تحليل الشكاوى والملاحظات الواردة من العملاء وفهم أنماطها يساعد الشركة في تحديد نقاط الضعف في خدماتها وتحسينها.

4. أهمية جودة الشركات المشغلة

أ. تحسين السمعة والولاء

- الشركات التي تلتزم بتقديم خدمات أو منتجات عالية الجودة عادةً ما تتمتع بسمعة طيبة في السوق، مما يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء واستمرارية الأعمال.

ب. زيادة الحصة السوقية

- جودة الخدمة أو المنتج يمكن أن تكون عاملاً حاسماً في التميز عن المنافسين، مما يساعد الشركة في جذب المزيد من العملاء وزيادة حصتها في السوق.

ج. تقليل التكاليف

- الاهتمام بالجودة يساهم في تقليل الأخطاء وتقليل الهدر، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين الكفاءة.

د. الامتثال القانوني

- الالتزام بمعايير الجودة يساعد الشركات على الامتثال للمتطلبات القانونية والتنظيمية، مما يجنبها المشاكل القانونية والغرامات.

5. تحديات تحسين جودة الشركات المشغلة

أ. تكلفة التحسين المستمر

- الاستثمار في تحسين الجودة قد يكون مكلفاً، سواء من حيث الوقت أو الموارد المالية، خاصةً عندما يتعلق الأمر بتحديث التكنولوجيا أو تدريب الموظفين.

ب. مقاومة التغيير

- قد يواجه تحسين الجودة مقاومة من قبل الموظفين الذين قد يكونون معتادين على أساليب عمل معينة ولا يرغبون في التغيير.

ج. تقييم الجودة

- من الصعب في بعض الأحيان قياس الجودة بشكل موضوعي، خاصةً في الصناعات التي تعتمد بشكل كبير على العوامل البشرية والخدمة.

6. أمثلة على تطبيق جودة الشركات المشغلة

أ. قطاع الرعاية الصحية

- في المستشفيات، تعتبر الجودة أمراً حيوياً لضمان سلامة المرضى وفعالية العلاج. يتم استخدام معايير مثل JCI لضمان أن العمليات الطبية تلبى المعايير الدولية.

ب. قطاع النقل

- في شركات الطيران، تعتمد الجودة على الموثوقية والالتزام بالمواعيد، بالإضافة إلى جودة الخدمة المقدمة للركاب. تحقيق ذلك يتطلب أنظمة صارمة لإدارة الجودة وضمان الالتزام بالمعايير العالمية.

1. تعريف جودة الخدمة

جودة الخدمة هي الدرجة التي تلبي فيها الخدمة المقدمة توقعات العملاء أو تتجاوزها. تعكس جودة الخدمة مدى قدرة الشركة على تقديم خدمة متسقة، موثوقة، وذات قيمة مضافة للعملاء. تشمل جودة الخدمة عدة عناصر مثل الكفاءة، الاستجابة، الموثوقية، الأمان، ورضا العملاء.

2. أبعاد جودة الخدمة

أ. الموثوقية (Reliability)

- تعريف: قدرة الشركة على تقديم الخدمة الموعودة بدقة وباستمرار.
- أهمية: العملاء يعتمدون على الموثوقية في بناء الثقة مع الشركة. إذا كانت الشركة قادرة على تقديم خدماتها بنفس المستوى كل مرة، فهذا يعزز سمعتها ويساعد في بناء قاعدة عملاء مخلصين.

ب. الاستجابة (Responsiveness)

- تعريف: استعداد الشركة لمساعدة العملاء وتقديم الخدمة بسرعة.
- أهمية: السرعة في الاستجابة لاستفسارات العملاء أو حل مشاكلهم يعكس احترافية الشركة ويعزز رضا العملاء. العملاء يقدررون الشركات التي تستطيع التعامل مع طلباتهم بكفاءة ودون تأخير.

ج. الضمان (Assurance)

- تعريف: مستوى الثقة والاطمئنان الذي يشعر به العملاء تجاه الشركة بناءً على معرفتهم بكفاءة الموظفين وقدرتهم على تقديم الخدمة.
- أهمية: يتأثر العملاء بشكل كبير بمدى احترافية الموظفين وقدرتهم على التعامل مع احتياجاتهم. الضمان يساعد في بناء الثقة ويقلل من الشكوك حول جودة الخدمة المقدمة.

د. التعاطف (Empathy)

- تعريف: قدرة الشركة على إظهار الرعاية الشخصية للعملاء وفهم احتياجاتهم.

- أهمية: العملاء يقدرّون الشركات التي تعاملهم كأفراد وليس كأرقام. تقديم خدمة شخصية ومراعية يساعد في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

هـ. الملموسية (Tangibles)

- تعريف: الجودة المادية للأدوات، المعدات، والبيئة المحيطة التي تقدم فيها الخدمة.
- أهمية: المظهر الخارجي لمكان تقديم الخدمة، جودة المعدات المستخدمة، وحتى لباس الموظفين، يمكن أن يؤثر بشكل كبير على تصور العملاء لجودة الخدمة. الملموسية تلعب دورًا في ترك انطباع أولي قوي لدى العملاء.

3. معايير تقييم جودة الخدمة

أ. نموذج SERVQUAL

- تعريف: هو نموذج يستخدم لقياس جودة الخدمة بناءً على الفجوة بين توقعات العملاء وتصوراتهم عن الخدمة المقدمة. يعتمد على خمسة أبعاد: الموثوقية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، والملموسية.
- أهمية: يعتبر من أكثر النماذج استخدامًا لتقييم جودة الخدمة، حيث يساعد الشركات في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.

ب. رضا العملاء (Customer Satisfaction)

- تعريف: قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمة المقدمة عبر استبيانات أو مراجعات.
- أهمية: رضا العملاء هو مؤشر رئيسي لجودة الخدمة. إذا كانت الخدمة تلبي أو تتجاوز توقعات العملاء، فهذا يعكس جودة عالية.

ج. معدل الاحتفاظ بالعملاء (Customer Retention Rate)

- تعريف: نسبة العملاء الذين يستمرون في استخدام الخدمة على مدى فترة زمنية معينة.
- أهمية: يشير معدل الاحتفاظ العالي إلى أن العملاء راضون عن الخدمة المقدمة ويفضلون الاستمرار في التعامل مع الشركة.

د. زمن الاستجابة (Response Time)

- تعريف: الوقت الذي تستغرقه الشركة للرد على استفسارات أو شكاوى العملاء.
- أهمية: زمن الاستجابة السريع يعكس كفاءة الشركة واهتمامها بتلبية احتياجات العملاء على الفور.

هـ. معدل الشكاوى (Complaint Rate)

- تعريف : عدد الشكاوى التي تتلقاها الشركة من العملاء بالنسبة لإجمالي عدد الخدمات المقدمة.
 - أهمية :معدل الشكاوى المنخفض يشير إلى أن الشركة تقدم خدمة تتوافق مع توقعات العملاء وتحقق رضاهم.
- 4.أهمية جودة الخدمة
- أ. تعزيز رضا العملاء
- تفصيل :جودة الخدمة العالية تؤدي إلى زيادة رضا العملاء، مما يزيد من احتمالية استمرارهم في التعامل مع الشركة. العملاء الراضون يكونون أكثر استعدادًا للتوصية بالخدمة للآخرين، مما يساعد في جذب عملاء جدد.
- ب. بناء الولاء للعلامة التجارية
- تفصيل :عندما يشعر العملاء أن الشركة تقدم خدمة ممتازة باستمرار، يتطور لديهم ولاء قوي للعلامة التجارية. هذا الولاء يساعد الشركة في الحفاظ على قاعدة عملاء ثابتة ويقتل من معدل التحول إلى المنافسين.
- ج. زيادة الربحية
- تفصيل :العملاء الراضون عادةً ما ينفقون أكثر على خدمات أو منتجات الشركة ويصبحون أقل حساسية للسعر. هذا يؤدي إلى زيادة الإيرادات والربحية على المدى الطويل.
- د. تحسين السمعة السوقية
- تفصيل :الشركات التي تتميز بتقديم خدمة عالية الجودة تُعرف في السوق بسمعتها الجيدة. هذه السمعة تساعد في جذب عملاء جدد وشركاء أعمال محتملين.
- هـ. تقليل التكاليف التشغيلية
- تفصيل :تقديم خدمة عالية الجودة من البداية يقلل من عدد الشكاوى والمرتجعات، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف المرتبطة بإصلاح الأخطاء أو إعادة تقديم الخدمة.
- 5.تحديات تحسين جودة الخدمة
- أ. تباين توقعات العملاء
- تفصيل :توقعات العملاء يمكن أن تختلف بشكل كبير بناءً على عوامل مثل الثقافة، العمر، الخلفية التعليمية، والاحتياجات الشخصية. هذا يجعل من الصعب تقديم خدمة تلبي توقعات جميع العملاء.
- ب. تكلفة التدريب والتطوير
- تفصيل :تحسين جودة الخدمة يتطلب استثمارات كبيرة في تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم. هذا يشمل التدريب على المهارات الفنية وكذلك مهارات التواصل والضيافة.

ج. إدارة الشكاوى والتغذية الراجعة

- تفصيل: التعامل مع شكاوى العملاء بشكل فعال وتحويلها إلى فرص لتحسين الخدمة هو تحدٍ كبير. قد تواجه الشركات صعوبة في التعامل مع التغذية الراجعة السلبية بطريقة تعزز رضا العملاء.

د. الاستمرارية في تقديم جودة عالية

- تفصيل: الحفاظ على مستوى ثابت من الجودة عبر الزمن هو تحدٍ كبير، خاصة في بيئة عمل متغيرة. يتطلب ذلك مراقبة مستمرة للعمليات وتحسينها بشكل دوري.

6. أمثلة على تطبيق جودة الخدمة

أ. قطاع الضيافة

- تفصيل: في الفنادق، تعتبر جودة الخدمة أمراً حيوياً لضمان رضا النزلاء. يتم تقييم جودة الخدمة بناءً على نظافة الغرف، سرعة الاستجابة للطلبات، وجودة الطعام المقدم. الفنادق التي تقدم خدمات ذات جودة عالية تحظى بسمعة جيدة وتجذب المزيد من النزلاء.

ب. قطاع الرعاية الصحية

- تفصيل: في المستشفيات، جودة الخدمة تشمل سرعة الوصول إلى الرعاية، كفاءة الموظفين الطبيين، والتعامل مع المرضى بإنسانية واحترام. المستشفيات التي تحقق جودة عالية في خدماتها تحظى بثقة المرضى وتحقق نتائج علاجية أفضل.

1. تعريف جودة المنتج

جودة المنتج هي مدى قدرة المنتج على تلبية المتطلبات والتوقعات المحددة من قبل العملاء. تتضمن الجودة عدة عناصر تشمل المواد المستخدمة في التصنيع، دقة التصنيع، الأداء الوظيفي، وطول العمر الافتراضي للمنتج.

2. أبعاد جودة المنتج

أ. الأداء (Performance)

- تعريف: يشير إلى قدرة المنتج على القيام بالوظائف الأساسية التي صُمم من أجلها.
- أهمية: الأداء الممتاز للمنتج يعزز رضا العملاء ويزيد من فرص عودة العملاء لشراء نفس المنتج أو منتجات أخرى من الشركة.

ب. المتانة (Durability)

- تعريف: يقيس مدى قدرة المنتج على الاستمرار في العمل بكفاءة على مدى فترة زمنية طويلة دون الحاجة إلى إصلاح أو استبدال.

- أهمية: المنتجات المتينة تقلل من تكاليف الصيانة والاستبدال للعملاء، مما يجعلهم أكثر رضا عن المنتج.

ج. الموثوقية (Reliability)

- تعريف: يعبر عن قدرة المنتج على العمل باستمرار دون حدوث أعطال أو مشكلات خلال فترة زمنية محددة.
- أهمية: المنتجات الموثوقة تبني ثقة العملاء بالشركة وتقلل من مخاطر فقدان العملاء لصالح المنافسين.

د. المطابقة (Conformance)

- تعريف: يشير إلى مدى مطابقة المنتج للمواصفات والمعايير المحددة من قبل الشركة المصنعة أو الهيئات التنظيمية.
- أهمية: المطابقة تعكس التزام الشركة بتقديم منتجات ذات جودة عالية تفي بالمتطلبات القانونية والمعايير الفنية.

هـ. الجماليات (Aesthetics)

- تعريف: تشمل تصميم المنتج، شكله، ولونه، وكل ما يتعلق بجاذبيته البصرية.
- أهمية: الجماليات تؤثر بشكل كبير على قرار الشراء لدى العملاء، خاصة في المنتجات التي يعتمد استخدامها على الذوق الشخصي أو الموضة.

و. قابلية الصيانة (Serviceability)

- تعريف: يقيس سهولة وسرعة إصلاح المنتج في حال حدوث عطل، وتوافر قطع الغيار والخدمات الفنية.
- أهمية: قابلية الصيانة العالية تقلل من التكاليف المرتبطة بالإصلاح وتزيد من رضا العملاء عن المنتج.

ز. سهولة الاستخدام (Ease of Use)

- تعريف: يشير إلى مدى سهولة وفهم طريقة استخدام المنتج من قبل العملاء.
- أهمية: المنتجات التي يسهل استخدامها تلاقي قبولاً أوسع بين العملاء، مما يزيد من فرصة تبنيها في السوق.

3. معايير تقييم جودة المنتج

أ. معدل العيوب (Defect Rate)

- تعريف: نسبة المنتجات المعيبة أو التي لا تتوافق مع المعايير المطلوبة مقارنة بإجمالي المنتجات المصنعة.

- أهمية :معدل العيوب المنخفض يشير إلى جودة تصنيع عالية ويقلل من تكاليف المرتجعات والشكاوى.

ب. رضا العملاء (Customer Satisfaction)

- تعريف :مدى رضا العملاء عن المنتج بعد استخدامه، والذي يمكن قياسه من خلال الاستبيانات أو المراجعات.
- أهمية :رضا العملاء يعكس جودة المنتج بشكل مباشر ويؤثر على معدل تكرار الشراء.

ج. معدل الفشل الميداني (Field Failure Rate)

- تعريف :نسبة المنتجات التي تتعرض لأعطال أثناء الاستخدام الفعلي من قبل العملاء مقارنة بعدد المنتجات المباعة.
- أهمية :معدل الفشل الميداني المنخفض يشير إلى موثوقية عالية للمنتج وقدرته على تلبية توقعات العملاء في ظل ظروف الاستخدام الحقيقية.

د. العمر الافتراضي (Lifespan)

- تعريف :الفترة الزمنية التي يمكن أن يعمل فيها المنتج بكفاءة قبل الحاجة إلى استبداله.
- أهمية :العمر الافتراضي الطويل يقلل من تكاليف الاستبدال ويعزز من قيمة المنتج في أعين العملاء.

4. أهمية جودة المنتج

أ. تعزيز رضا العملاء

- تفصيل :المنتجات عالية الجودة تساهم في تحقيق رضا العملاء من خلال تلبية توقعاتهم أو تجاوزها، مما يعزز من فرص تكرار الشراء والتوصية بالمنتج للآخرين.

ب. بناء الولاء للعلامة التجارية

- تفصيل :العملاء الذين يختبرون جودة عالية في المنتجات يميلون إلى تطوير ولاء قوي للعلامة التجارية، مما يساعد في بناء قاعدة عملاء ثابتة ومخلصة.

ج. زيادة الحصة السوقية

- تفصيل :المنتجات ذات الجودة العالية تكتسب سمعة إيجابية في السوق، مما يساعد الشركة على جذب عملاء جدد وزيادة حصتها السوقية.

د. تقليل تكاليف المرتجعات والإصلاح

- تفصيل :جودة المنتج العالية تقلل من عدد المنتجات المعيبة التي تحتاج إلى إصلاح أو استبدال، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الربحية.

هـ. تحسين السمعة السوقية

- تفصيل: الشركات التي تركز على جودة منتجاتها تبني سمعة قوية في السوق، مما يساعدها على التميز عن المنافسين وجذب شركاء الأعمال.

5. تحديات تحسين جودة المنتج

أ. تكاليف التصنيع

- تفصيل: تحسين جودة المنتج غالباً ما يتطلب استخدام مواد أفضل وتقنيات تصنيع أكثر دقة، مما يزيد من تكاليف الإنتاج.

ب. صعوبة تحقيق الاتساق

- تفصيل: الحفاظ على نفس مستوى الجودة عبر جميع المنتجات يعد تحدياً كبيراً، خاصة في الشركات التي تنتج بكميات كبيرة.

ج. تباين توقعات العملاء

- تفصيل: توقعات العملاء يمكن أن تختلف بشكل كبير حسب السوق أو الفئة المستهدفة، مما يجعل من الصعب تصميم منتج يلبي احتياجات الجميع.

د. التعقيدات التكنولوجية

- تفصيل: دمج تكنولوجيا متقدمة في المنتجات قد يؤدي إلى تعقيدات تؤثر على جودة المنتج إذا لم يتم تنفيذها بشكل صحيح.

6. أمثلة على تطبيق جودة المنتج

أ. صناعة السيارات

- تفصيل: في صناعة السيارات، تعد جودة المنتج أمراً حيوياً لضمان سلامة وراحة السائقين. يتم تقييم جودة السيارات من خلال أداء المحرك، المتانة، الموثوقية، ووسائل الراحة المتوفرة. شركات مثل تويوتا تُعرف بجودة منتجاتها العالية، مما جعلها من الشركات الرائدة في السوق العالمي.

ب. صناعة الإلكترونيات

- تفصيل: في صناعة الإلكترونيات، الجودة تشمل أداء الأجهزة، الموثوقية، وتصميم المنتجات. على سبيل المثال، تتمتع شركة آبل بسمعة قوية فيما يتعلق بجودة منتجاتها، مما يجعلها الخيار المفضل للعديد من العملاء حول العالم.

1. تعريف الجودة الداخلية

الجودة الداخلية تشير إلى جودة العمليات والإجراءات التي تتم داخل المنظمة والتي تؤثر بشكل مباشر على جودة المنتج أو الخدمة النهائية. تشمل الجودة الداخلية تحسين العمليات، الإدارة الفعالة للموارد، التواصل الداخلي الفعال، وتحسين بيئة العمل.

2. أبعاد الجودة الداخلية

أ. جودة العمليات (Process Quality)

- تعريف: تشير إلى كفاءة وفعالية العمليات التشغيلية داخل المنظمة. تهدف إلى تقليل الهدر، تحسين الكفاءة، وضمان اتساق النتائج.
- أهمية: جودة العمليات العالية تضمن تقليل الأخطاء وزيادة الإنتاجية، مما ينعكس إيجابيًا على جودة المنتج النهائي.

ب. جودة الموارد (Resource Quality)

- تعريف: تشير إلى مدى جودة الموارد المستخدمة في العمليات الداخلية، بما في ذلك المواد الخام، التكنولوجيا، والموارد البشرية.
- أهمية: استخدام موارد عالية الجودة يؤدي إلى تحسين النتائج النهائية وتقليل الحاجة إلى إعادة العمل أو الإصلاح.

ج. جودة التواصل الداخلي (Internal Communication Quality)

- تعريف: يشير إلى فعالية وسلاسة التواصل بين الأقسام والفرق المختلفة داخل المنظمة.
- أهمية: التواصل الداخلي الفعال يضمن تدفق المعلومات بشكل صحيح وسريع، مما يساعد في تقليل الأخطاء وزيادة التنسيق بين الفرق.

د. جودة بيئة العمل (Work Environment Quality)

- تعريف: تشمل سلامة وراحة الموظفين، وتوفير الأدوات والتجهيزات اللازمة لهم لأداء مهامهم بكفاءة.
- أهمية: بيئة العمل الجيدة تعزز من رضا الموظفين وتزيد من إنتاجيتهم، مما يساهم في تحسين جودة المنتجات أو الخدمات.

3. أهمية الجودة الداخلية

أ. تحسين كفاءة العمليات

- تفصيل: من خلال التركيز على الجودة الداخلية، يمكن للمنظمات تحسين كفاءة العمليات وتقليل الفاقد، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية.

ب. تقليل الأخطاء وزيادة الاتساق

- تفصيل: الجودة الداخلية تضمن تقليل الأخطاء البشرية وتحسين اتساق العمليات، مما يؤدي إلى منتجات أو خدمات أكثر موثوقية.

ج. تحسين رضا الموظفين

- تفصيل: تحسين بيئة العمل وجودة التواصل الداخلي يعزز من رضا الموظفين، مما يؤدي إلى زيادة مشاركتهم وتحسين أدائهم.

د. تعزيز رضا العملاء

- تفصيل: عندما تكون العمليات الداخلية فعالة والجودة مرتفعة، يمكن للمنظمات تقديم منتجات أو خدمات تتجاوز توقعات العملاء، مما يزيد من رضاهم وولائهم.

4. تحديات الجودة الداخلية

أ. مقاومة التغيير

- تفصيل: تحسين الجودة الداخلية يتطلب في كثير من الأحيان تغيير العمليات والإجراءات، وهو ما قد يواجه مقاومة من الموظفين أو الإدارة.

ب. تكاليف التحسين

- تفصيل: تحسين الجودة الداخلية قد يتطلب استثمارات كبيرة في التكنولوجيا، التدريب، أو إعادة تصميم العمليات، مما يشكل تحدياً مالياً لبعض المنظمات.

ج. تنسيق العمليات

- تفصيل: ضمان تنسيق جميع العمليات الداخلية لتحقيق جودة عالية يمكن أن يكون معقداً ويتطلب جهداً كبيراً من الإدارة.

5. أدوات تحسين الجودة الداخلية

أ. تحليل الأسباب الجذرية (Root Cause Analysis)

- تعريف: تقنية تهدف إلى تحديد الأسباب الأساسية للمشكلات أو العيوب في العمليات الداخلية.
- أهمية: من خلال تحديد الأسباب الجذرية، يمكن اتخاذ خطوات فعالة لمنع تكرار المشكلات.

ب. إدارة الجودة الشاملة (Total Quality Management)

- تعريف: نهج إداري يركز على تحسين الجودة في جميع جوانب المنظمة من خلال مشاركة جميع الموظفين.

- أهمية: يساهم في تحسين جودة المنتجات والخدمات من خلال تعزيز ثقافة الجودة داخل المنظمة.

ج. التخطيط والتحكم في الجودة (Quality Planning and Control)

- تعريف: عملية تحديد معايير الجودة ووضع خطط لضمان الالتزام بهذه المعايير.
- أهمية: تساعد في تحسين الجودة الداخلية من خلال توفير إرشادات واضحة للموظفين ومراقبة الأداء بشكل مستمر.

د. تحسين العمليات المستمر (Continuous Process Improvement)

- تعريف: نهج يركز على التحسين المستمر للعمليات من خلال تحليل الأداء الحالي وإدخال تحسينات مستمرة.
- أهمية: يساهم في تحسين الكفاءة وتقليل الهدر، مما يؤدي إلى جودة أفضل في المنتج النهائي.

6. أمثلة على الجودة الداخلية في المنظمات

أ. قطاع التصنيع

- تفصيل: في قطاع التصنيع، تشمل الجودة الداخلية تحسين عمليات الإنتاج لضمان أن جميع المنتجات تفي بالمعايير المطلوبة. على سبيل المثال، يمكن أن تشمل الجودة الداخلية في شركة تصنيع السيارات التأكد من أن جميع مكونات السيارة تتوافق مع معايير السلامة والأداء.

ب. قطاع الخدمات

- تفصيل: في قطاع الخدمات، تركز الجودة الداخلية على تحسين تجربة العملاء من خلال تدريب الموظفين على مهارات الخدمة وتحسين العمليات الداخلية لتقليل وقت الانتظار وزيادة رضا العملاء.

1. تعريف جودة خدمة العملاء

جودة خدمة العملاء هي مدى قدرة الشركة على تقديم خدمة تتسم بالكفاءة والاحترافية، والتي تلبى أو تتجاوز توقعات العملاء. تشمل هذه الجودة جميع التفاعلات التي يقوم بها العميل مع الشركة، بدءاً من الاستفسارات الأولى وحتى خدمة ما بعد البيع.

2. أبعاد جودة خدمة العملاء

أ. الاستجابة (Responsiveness)

- تعريف: يشير إلى سرعة وكفاءة استجابة الشركة لاستفسارات العملاء وطلباتهم.
- أهمية: الاستجابة السريعة تعزز من رضا العملاء وتقلل من فرص حدوث مشكلات أو إحباطات لديهم.

ب. الموثوقية (Reliability)

- تعريف: تشير إلى قدرة الشركة على تقديم الخدمة بشكل موثوق ومتسق في كل مرة.
- أهمية: العملاء يعتمدون على الشركات التي تقدم خدمات موثوقة ودائمة الجودة، مما يعزز الثقة بينهم وبين الشركة.

ج. الاحترافية (Professionalism)

- تعريف: يشمل ذلك كيفية تعامل الموظفين مع العملاء، بما في ذلك احترامهم، مهارات التواصل، ومعرفتهم بالمنتجات أو الخدمات.
- أهمية: الاحترافية تؤثر بشكل كبير على تجربة العملاء، حيث تشعرهم بالاحترام والتقدير.

د. التعاطف (Empathy)

- تعريف: يشير إلى مدى قدرة الشركة على فهم احتياجات العملاء واحتوائهم وإظهار التعاطف مع مشكلاتهم.
- أهمية: التعاطف يعزز من العلاقة بين الشركة والعملاء، ويزيد من شعور العملاء بأنهم مقدرون.

هـ. المساعدة الفعالة (Effective Assistance)

- تعريف: تشمل تقديم الدعم والحلول الفعالة للمشكلات التي قد يواجهها العملاء.
- أهمية: تقديم حلول فعالة يعزز من رضا العملاء ويظهر قدرة الشركة على تلبية احتياجاتهم بشكل مثالي.

3. أهمية جودة خدمة العملاء

أ. تحسين رضا العملاء

- تفصيل: جودة الخدمة العالية تؤدي إلى رضا العملاء، مما يزيد من احتمالية بقائهم مع الشركة وزيادة ولائهم.

ب. تعزيز ولاء العملاء

- تفصيل: العملاء الذين يتلقون خدمة متميزة يميلون إلى البقاء مع الشركة لفترة أطول، مما يقلل من معدلات فقدانهم ويزيد من ولائهم.

ج. تحسين السمعة

- تفصيل: الشركات التي تقدم خدمات عملاء عالية الجودة تبني سمعة قوية في السوق، مما يجذب المزيد من العملاء الجدد.

د. زيادة الإيرادات

- تفصيل: رضا العملاء وولائهم يؤديان إلى زيادة المبيعات، حيث يكون العملاء الراضون أكثر استعدادًا لشراء منتجات أو خدمات إضافية.

هـ. تقليل الشكاوى والنزاعات

- تفصيل: الخدمة الجيدة تقلل من فرص حدوث مشكلات أو شكاوى، مما يوفر على الشركة الوقت والموارد التي قد تنفقها في معالجة هذه القضايا.

4. تحديات تحسين جودة خدمة العملاء

أ. التكيف مع توقعات العملاء

- تفصيل: توقعات العملاء تتغير باستمرار، مما يتطلب من الشركات التكيف معها لضمان تقديم خدمة تلبي هذه التوقعات.

ب. التدريب والتطوير المستمر

- تفصيل: يحتاج موظفو خدمة العملاء إلى تدريب مستمر لضمان أنهم قادرون على تقديم خدمة عالية الجودة.

ج. التعامل مع العملاء الصعبين

- تفصيل: بعض العملاء قد يكونون صعبين أو يتطلبون تعاملًا خاصًا، مما يمثل تحديًا لموظفي خدمة العملاء.

د. التوازن بين الكفاءة والجودة

- تفصيل: قد يكون من الصعب تحقيق التوازن بين تقديم خدمة سريعة (الكفاءة) وضمان جودة الخدمة، حيث قد يؤدي التسرع إلى ارتكاب أخطاء تؤثر على رضا العملاء.

5. أفضل الممارسات لتحسين جودة خدمة العملاء

أ. تدريب الموظفين

- تفصيل: توفير برامج تدريبية متخصصة لموظفي خدمة العملاء لتحسين مهاراتهم في التواصل، حل المشكلات، والتعامل مع العملاء.

ب. استخدام التكنولوجيا

- تفصيل: استخدام أدوات مثل نظم إدارة علاقات العملاء (CRM) لتحسين إدارة التفاعلات مع العملاء وتوفير خدمة أكثر تخصيصًا.

ج. قياس الأداء

- تفصيل: استخدام مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) لتقييم جودة الخدمة المقدمة والعمل على تحسينها بشكل مستمر.

د. جمع التغذية الراجعة من العملاء

- تفصيل: جمع آراء وملاحظات العملاء بشكل دوري لتحسين الخدمة بناءً على ما يفضله العملاء وما يحتاجون إليه.
- هـ. تقديم حلول مخصصة

- تفصيل: تكيف الخدمة لتلبية الاحتياجات الفردية لكل عميل، مما يعزز من تجربة العملاء الشخصية.

6. أمثلة على جودة خدمة العملاء في الشركات

أ. قطاع الطيران

- تفصيل: تقدم بعض شركات الطيران خدمات عملاء ممتازة من خلال توفير موظفين مدربين جيداً، التعامل بفعالية مع شكاوى العملاء، وتقديم خدمات مخصصة حسب احتياجات المسافرين.

ب. قطاع التجزئة

- تفصيل: في قطاع التجزئة، تُعرف بعض الشركات بقدرتها على تقديم خدمة عملاء متميزة، من خلال الاستجابة السريعة للاستفسارات وتوفير تجربة تسوق سهلة وممتعة.

ج. قطاع التكنولوجيا

- تفصيل: تقدم شركات التكنولوجيا الكبرى مثل Apple و Amazon خدمة عملاء عالية الجودة من خلال دعم تقني فعال، تفاعل فوري مع العملاء، وتقديم حلول سريعة وفعالة للمشكلات التقنية.

• العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الجودة المشغلة

1. تعريف الإدارة الاستراتيجية وإدارة الجودة المشغلة

- الإدارة الاستراتيجية: هي عملية تحديد الأهداف طويلة المدى للمؤسسة وتطوير الخطط والبرامج اللازمة لتحقيقها. تشمل إدارة الاستراتيجية تحليل البيئة الداخلية والخارجية، وضع الاستراتيجيات، وتنفيذ ومراقبة الأداء لتحقيق الأهداف الاستراتيجية.
- إدارة الجودة المشغلة: تركز على تحسين جودة العمليات الداخلية والإجراءات التي تؤثر على جودة المنتجات أو الخدمات النهائية. تشمل تحسين العمليات، الإدارة الفعالة للموارد، وضمان تحقيق معايير الجودة المطلوبة.

2. تكامل الأهداف

- التوجيه الاستراتيجي: الإدارة الاستراتيجية تحدد الأهداف العامة للمؤسسة والرؤية المستقبلية. من خلال هذه الأهداف، تحدد إدارة الجودة المشغلة كيفية تحسين العمليات والأنظمة لتحقيق هذه الأهداف.
- تحقيق الأهداف الاستراتيجية: إدارة الجودة المشغلة تدعم الإدارة الاستراتيجية من خلال تحسين الجودة والكفاءة في العمليات. الجودة العالية في العمليات تساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية بشكل أكثر فعالية.

3. أدوات وأساليب

- استراتيجية الجودة: الإدارة الاستراتيجية تحدد الحاجة لاستراتيجيات جودة معينة كجزء من خططها العامة. على سبيل المثال، قد تحدد الاستراتيجية الحاجة لتحقيق معايير جودة دولية، وتقوم إدارة الجودة المشغلة بتطبيق هذه المعايير وتحقيقها.
- تحليل SWOT: في إطار الإدارة الاستراتيجية، يتم استخدام تحليل SWOT (القوة، الضعف، الفرص، التهديدات) لتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تحسين. إدارة الجودة المشغلة تركز على معالجة نقاط الضعف وتحسين العمليات الداخلية بناءً على هذا التحليل.

4. تحسين الأداء

- مؤشرات الأداء: الإدارة الاستراتيجية تحدد مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) التي تعكس نجاح استراتيجياتها. إدارة الجودة المشغلة تساهم في تحقيق هذه المؤشرات من خلال تحسين جودة العمليات والكفاءة.
- التغذية الراجعة: الجودة العالية في العمليات توفر تغذية راجعة قيمة للإدارة الاستراتيجية، مما يساعد في تعديل الاستراتيجيات وتحسين الأداء العام.

5. الابتكار والتحسين

- الابتكار الاستراتيجي: الإدارة الاستراتيجية قد تتضمن خططاً للابتكار وتطوير المنتجات. إدارة الجودة المشغلة تساهم في تحقيق هذه الابتكارات من خلال ضمان أن المنتجات والخدمات الجديدة تتوافق مع معايير الجودة المطلوبة.
- التحسين المستمر: إدارة الجودة المشغلة تركز على التحسين المستمر للعمليات. هذا التحسين يدعم الأهداف الاستراتيجية من خلال زيادة الكفاءة وتخفيض التكاليف، مما يساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

6. إدارة التغيير

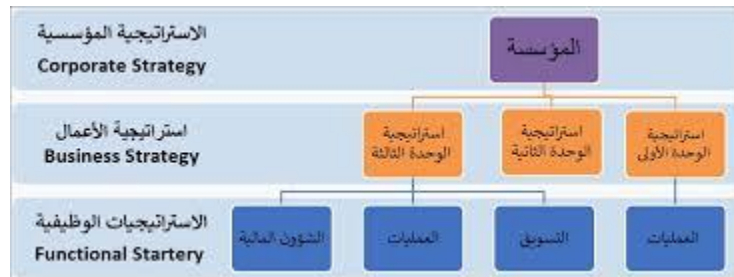
- استراتيجيات التغيير: الإدارة الاستراتيجية تطور استراتيجيات للتعامل مع التغيرات في البيئة الداخلية والخارجية. إدارة الجودة المشغلة تدعم هذه الاستراتيجيات من خلال تحسين العمليات لضمان التكيف الفعال مع التغيرات.
- تنفيذ التغيير: إدارة الجودة المشغلة تلعب دوراً رئيسياً في تنفيذ التغييرات اللازمة لتحسين جودة العمليات بما يتماشى مع التعديلات الاستراتيجية.

7. دور القيادة والإدارة

- القيادة الاستراتيجية: القادة الاستراتيجيون يحددون رؤية وأهداف المؤسسة. إدارة الجودة المشغلة تحتاج إلى التوافق مع هذه الرؤية من خلال ضمان جودة عالية في جميع جوانب العمليات.
- القيادة في الجودة: القادة في إدارة الجودة يركزون على تحقيق وتحسين معايير الجودة. دعم القيادة الاستراتيجية هو ضروري لتحقيق أهداف الجودة وضمان توافقها مع الأهداف الاستراتيجية.

8. أمثلة على العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الجودة المشغلة

- شركة تصنيع: قد تحدد الإدارة الاستراتيجية لشركة تصنيع هدفاً لزيادة حصتها في السوق من خلال تحسين جودة المنتجات. إدارة الجودة المشغلة تقوم بتحسين عمليات الإنتاج ومراقبة الجودة لضمان تحقيق هذا الهدف.
- شركة خدمات: قد تحدد إدارة الاستراتيجية لشركة خدمات هدفاً لزيادة رضا العملاء. إدارة الجودة المشغلة تركز على تحسين جودة الخدمة وتدريب الموظفين لضمان تلبية توقعات العملاء بشكل فعال.





• الخاتمة

العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الجودة المشغلة هي علاقة تكاملية حيث تدعم إدارة الجودة المشغلة الأهداف الاستراتيجية من خلال تحسين جودة العمليات والإجراءات. الإدارة الاستراتيجية تحدد الاتجاه والأهداف العامة، بينما تساهم إدارة الجودة المشغلة في تحقيق هذه الأهداف من خلال ضمان جودة عالية وكفاءة في العمليات. التعاون بين هذين المجالين يعزز من قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية بشكل فعال ويعزز من قدرتها التنافسية في السوق.

قائمة المراجع

1. Barney, J. B. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. Journal of Management, 17(1), 99-120.

○ رابط إلى المقال

2. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring Strategy: Text and Cases*. Pearson Education.

○ رابط إلى الكتاب

Collins, J., & Porras, J. I. (2001). *Good to Great: Why Some Companies Make the Leap... and Others Don't*. HarperBusiness.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations*. Wiley.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

المراجع في إدارة الجودة المشغلة

Juran, J. M. (1992). *Juran's Quality Control Handbook*. McGraw-Hill.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. MIT Center for Advanced Educational Services.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

Ishikawa, K. (2003). *The New Economics for Industry, Government, Education*. MIT Center for Advanced Educational Services.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

Crosby, P. B. (1979). *Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain*. McGraw-Hill.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

المراجع في جودة خدمة العملاء

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2004). *Service Quality*. McGraw-Hill.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. Wiley.

○ [رابط إلى الكتاب](#)

Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1994). *Improving Service Quality in America: Lessons Learned*. *Academy of Management Executive*, 8(2), 32-51.

○ [رابط إلى المقال](#)

□ Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

• [رابط إلى الكتاب](#)

□ Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

• [رابط إلى الكتاب](#)

□ Barney, J. B. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

• [رابط إلى المقال](#)

□ Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring Strategy: Text and Cases*. Pearson Education.

• [رابط إلى الكتاب](#)

□ Mintzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning: Reconceiving Roles for Planning, Plans, Planners*. Free Press.

• [رابط إلى الكتاب](#)

□ Grant, R. M. (2019). *Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition*. Wiley.

• [رابط إلى الكتاب](#)

□ Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management*. Pearson Education.

• [رابط إلى الكتاب](#)

□ Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). *Competing for the Future*. Harvard Business Review Press.

• [رابط إلى الكتاب](#)

- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.

• [رابط إلى المقال](#)

- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise*. MIT Press.

• [رابط إلى الكتاب](#)

- Ansoff, H. I. (1965). *Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*. McGraw-Hill.

• [رابط إلى الكتاب](#)

- Abernathy, W. J., & Clark, K. B. (1985). *Innovation: Mapping the Winds of Creative Destruction*. *Research Policy*, 14(1), 3-22.

• [رابط إلى المقال](#)

• مع أطيّب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

- It`s Never Too Late to START. Just Begin!
- Best of Luck 😊 Dr. Mona Moustafa Elashry