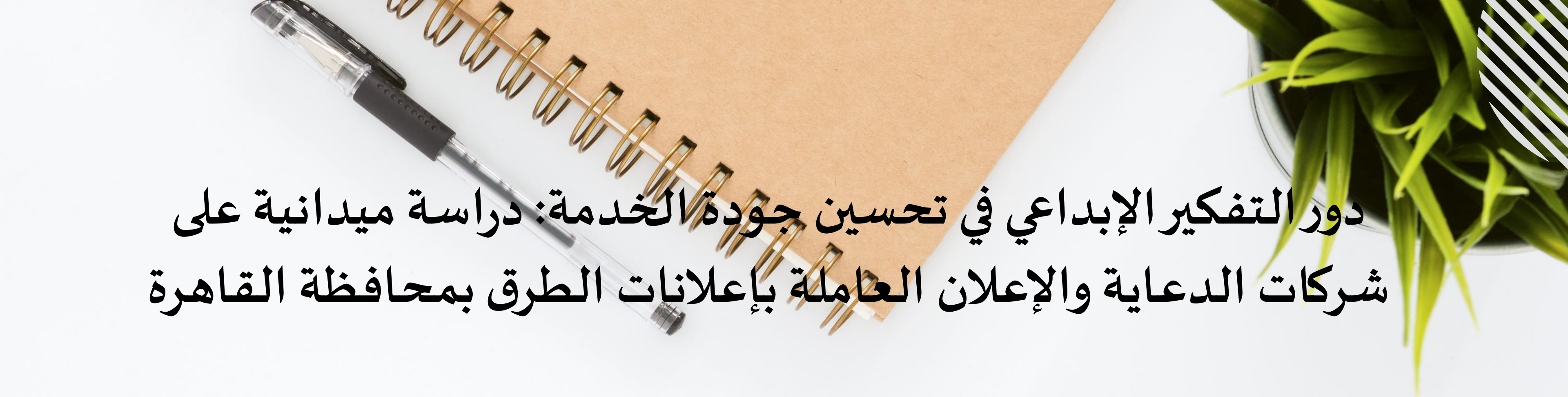




دور التفكير الإبداعي في تحسين جودة الخدمة: دراسة ميدانية على شركات الدعاية والإعلان العاملة بإعلانات الطرق بمحافظة القاهرة

عثمان، حسام عثمان محمود، و حسن، أسامة محمود فريد. (2023). دور التفكير الإبداعي في تحسين جودة الخدمة: دراسة ميدانية على شركات الدعاية والإعلان العاملة بإعلانات الطرق بمحافظة القاهرة. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع2 ، 525 - 552. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1395295>

العنوان:

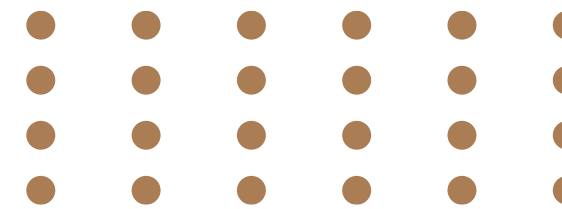


العنوان: دور التفكير الإبداعي في تحسين جودة الخدمة: دراسة ميدانية على شركات الدعاية والإعلان العاملة بإعلانات الطرق بمحافظة القاهرة.

العنوان يعكس بوضوح موضوع الدراسة، حيث تركز على استكشاف دور التفكير الإبداعي وتأثيره على تحسين جودة الخدمة، و الدراسة الميدانية تم تطبيقها على شركات الدعاية والإعلان التي تعمل في مجال إعلانات الطرق بمحافظة القاهرة.

يُظهر العنوان الارتباط الوثيق بين الإبداع (كمتغير مستقل) وتحسين جودة الخدمة (كمتغير تابع)،، كان من الممكن أن يكون العنوان أكثر دقة إذا أشار إلى بعض الجوانب المميزة للدراسة الميدانية، مثل حجم العينة أو نطاقها الجغرافي الدقيق داخل محافظة القاهرة. أيضًا، لم يوضح العنوان نوعية

الشركات أو حجمها، مما قد يساعد في فهم طبيعة البيئة التي تُطبق فيها الدراسة.



العنوان:

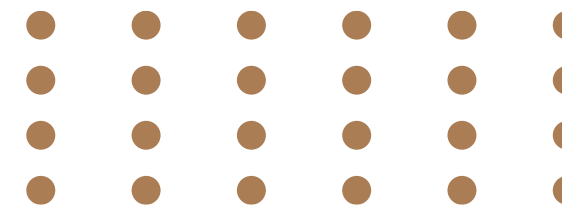


المتغير المستقل: التفكير الإبداعي

هو القدرة على توليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة. في هذه الدراسة، تم تقسيم التفكير الإبداعي إلى عدة أبعاد تشمل: الأصالة، الطلاقة، المرونة، الحساسية للمشكلات، وقبول المخاطرة. هذه الأبعاد تمثل الطريقة التي يتم من خلالها قياس مدى توافر التفكير الإبداعي لدى العاملين في شركات الدعاية والإعلان.

المتغير التابع: جودة الخدمة

جودة الخدمة تُعد المتغير التابع في هذه الدراسة، وهي تمثل مدى قدرة الشركات على تقديم خدمات تلبي توقعات العملاء بشكل متواصل. تم قياس جودة الخدمة بناءً على عدة أبعاد تشمل: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، والتعاطف. هذه الأبعاد تعكس الجوانب المختلفة لجودة الخدمات التي تقدمها شركات الدعاية والإعلان.

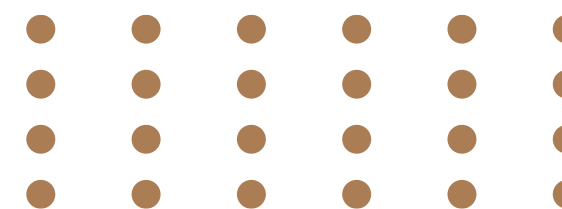


المقدمة:



تُبرز بشكل موجز العلاقة بين التفكير الإبداعي وأهميته في تحسين جودة الخدمة، وتُظهر دور الابتكار في قطاع شديد التنافسية مثل قطاع الدعاية والإعلان.

وتعطى المقدمة خلفية جيدة عن أهمية الموضوع، لكنها تفتقر إلى التحليل العميق حول السياق المحلي. كان من الأفضل لو أُضيفت معلومات حول التحديات التي تواجه شركات الدعاية والإعلان في مصر، أو كيف يمكن للتفكير الإبداعي أن يتغلب على تلك التحديات. بالإضافة إلى ذلك، لم تذكر المقدمة لماذا تم اختيار شركات الدعاية في القاهرة تحديداً، أو ما الذي يجعلها محوراً هاماً للدراسة. يجب أن تكون المقدمة أكثر شمولية، وتقدم معلومات كافية تدعم أهمية الدراسة وتوضح الحاجة الحقيقية لإجرائها.

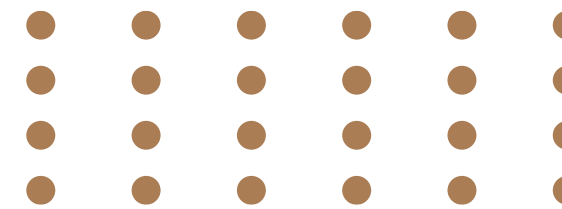


أهمية الدراسة:



تم توضيح أهمية الدراسة من خلال إبراز الفائدة النظرية التي ستضيفها إلى فهم العلاقة بين التفكير الإبداعي وجودة الخدمة، وأيضًا الفائدة التطبيقية التي يمكن أن تحققها الشركات في تحسين جودة خدماتها.

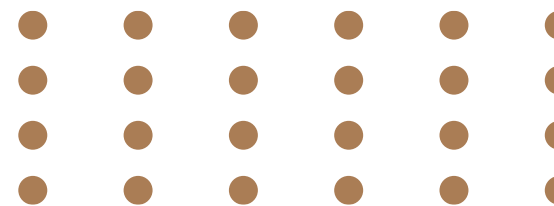
و لكنها تفتقر إلى العمق فيما يتعلق بالفائدة التطبيقية. لم يتم توضيح كيف يمكن للشركات تطبيق نتائج الدراسة في ممارساتها اليومية. كان من المفيد ربط الأهمية التطبيقية بالدروس المستفادة من نتائج مشابهة في قطاعات أخرى أو في دول أخرى. كما أن الأهمية النظرية للدراسة بحاجة إلى توضيح مدى تميز هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات المشابهة، وما هو الجديد الذي ستقدمه للأدبيات العلمية.



أهداف الدراسة:



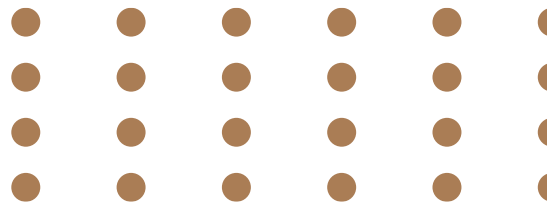
الأهداف تناولت توضيح العلاقة بين التفكير الإبداعي وتحسين جودة الخدمة، مع التركيز على كيفية تأثير أبعاد التفكير الإبداعي (الأصالة، الطلاقة، المرونة، الحساسية للمشكلات) على جودة الخدمة. الأهداف محددة ومرتبطة بموضوع الدراسة، وتوضيح كيفية تحقيق كل منها. كما كان من الأفضل توضيح كيفية قياس تأثير التفكير الإبداعي على أبعاد جودة الخدمة بدقة أكبر. الأهداف كما هي حالياً قد تكون قابلة للتحقيق.





تم تعريف جودة الخدمة كدرجة التطابق بين توقعات العملاء والخدمات المقدمة لهم، مع تناول خمسة أبعاد رئيسية: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، والتعاطف.

تعريف المفاهيم بشكل عام يتماشى مع الأدبيات التقليدية في هذا المجال، لكن كان يمكن تفصيلها بشكل أوضح وربطها بسياق الدراسة. على سبيل المثال، لم توضح الدراسة كيف يمكن قياس "الملموسية" أو "الاستجابة" في سياق شركات الدعاية والإعلان. أيضًا، لم يتم توضيح العلاقة بين هذه الأبعاد ورضا العملاء بشكل كافٍ. كان من الأفضل شرح كيفية تأثير كل بُعد من هذه الأبعاد على تحسين جودة الخدمة، خاصة في بيئة محلية كالقاهرة.



فرضيات الدراسة



تم بناء الفرضيات على شكل علاقات بين أبعاد التفكير الإبداعي وجودة الخدمة، مع افتراض

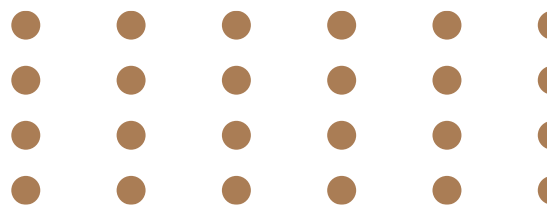
وجود تأثير إيجابي للتفكير الإبداعي على تحسين جودة الخدمة.

الفرضيات صيغت بشكل منطقي وقابل للاختبار، وهو ما يعكس تماسك الدراسة. ومع

ذلك، كان من الأفضل أن يتم توضيح الفرضيات الفرعية بشكل أكبر وربطها بالأهداف

مباشرة. الفرضيات تحتاج إلى أن تكون أكثر تحديدًا فيما يتعلق بكيفية قياس تأثير أبعاد

التفكير الإبداعي على كل جانب من جوانب جودة الخدمة.



النتائج والتوصيات:



النتائج أظهرت وجود علاقة إيجابية بين التفكير الإبداعي وتحسين جودة الخدمة، وقدمت

توصيات لتبني التفكير الإبداعي كوسيلة لتحسين الخدمة.

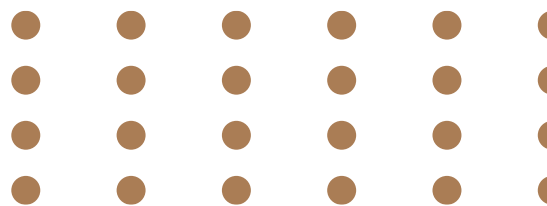
النتائج كانت متوافقة مع الفرضيات بشكل عام، لكن كان من الضروري تقديم تحليل أكثر

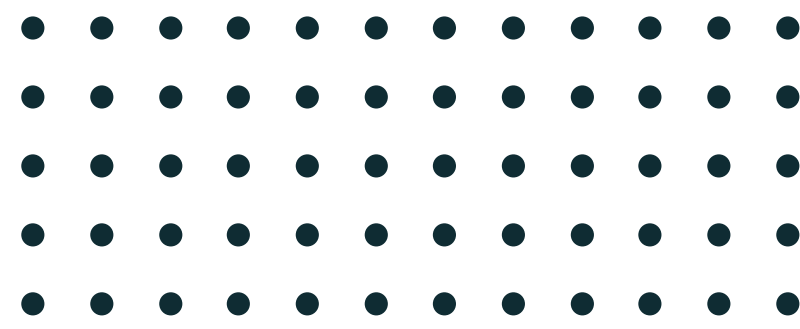
تفصيلاً حول كيفية استخدام هذه النتائج عملياً. التوصيات كانت عامة ولم تقدم

استراتيجيات واضحة للشركات حول كيفية تطبيق التفكير الإبداعي في إدارة خدماتها

اليومية. كان من الأفضل تقديم توصيات محددة لكل بُعد من أبعاد جودة الخدمة بناءً على

النتائج التي تم الحصول عليها.





THANK YOU

إعداد / تهاني محمد الغيث

