

دور مشاريع تحسين جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا في بيئة مصنع مياه الجزيرة في الطائف

أسم الطالب

أمل فؤاد المصري

مشروع تخرج-١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

المحتويات

٢	١ . الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٣	المقدمة:
٥	مشكلة الدراسة
٥	فجوات على المستوى النظري
٦	فجوات على المستوى التطبيقي
٧	أهمية الدراسة
٧	على المستوى النظري:
٨	على المستوى التطبيقي:
٩	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة:

تختلف المنظمات في العديد من الجوانب مثل أهدافها واستراتيجياتها وأنظمتها وفلسفات العمل التي تتبناها لتحقيق غاياتها الرئيسية، إلا أن هناك عامل مشترك بينها وهو أن نجاحها ونموها والاستمرارية في السوق تعتمد على قاعدة عملائها وطبيعة العلاقة التي تربطها بهم، فالمصدر الحقيقي لتحقيق الأداء المتميز في الأسواق المستهدفة هو فهم احتياجات ورغبات العملاء والسعي إلى تلبيتها بكفاءة وتحقيق رضاهم. (العوضي وآخرين، ٢٠٢٢)

وباعتبار أن الزبون هو أحد طرفي الخدمة وبدونه لا يمكن إنتاج الخدمة، فإنه من الضروري أن تحاول المؤسسات والمنظمات قدر الإمكان التقرب من الزبون وسماع تطلعاته والاستجابة لاحتياجاته، فهذا الأمر يهدف إلى كسب ثقة الزبون ووفائه، مما يعزز المركز التنافسي للمؤسسة ويضمن نموها والاستمرار، وقد تؤكد المؤسسات والمنظمات أن الحفاظ على الزبائن الأصليين أفضل من البحث عن زبائن جدد، حيث أن تكلفة الحفاظ على عملاء أصليين خمس مرات أقل من جذب عملاء جدد، لذلك ركزت هذه المؤسسات جهودها على الاهتمام بجودة الخدمات المقدمة وتقليل الفجوة بين أداء الخدمة وتطلعات الزبائن. (زوزو، ٢٠١١)

ومن ثم فقد اهتمت المؤسسات بتخصيص وحدة تنظيمية في هيكلها يكون محور عملها القيام بكل ما تتطلب جودة الخدمة، وهذه الوحدة التنظيمية تعنى بتحديد محددات جودة الخدمة وكيفية قياسها، كما تقوم بتحديد الفرق بين ما يدركه العملاء من متطلبات الجودة والمستوى المتوقع تحقيقه فعلياً، وتسعى هذه الوحدة إلى إيجاد السبل الكفيلة بتحقيق جودة الخدمة المرغوبة، بالإضافة إلى ذلك فإن المسؤولية المتعلقة بجودة الخدمة هي مسؤولية مشتركة بين مختلف الأقسام والإدارات داخل المنظمة، بما في ذلك العمليات الإنتاجية، والتسويق، والموارد البشرية، والإدارات الأخرى، ويتطلب تحقيق الجودة المطلوبة تنسيقاً وتعاوناً بين هذه الأطراف المختلفة. (الوصابي، ٢٠١٢)

كما تسعى المنظمات باستمرار إلى تطوير وتحسين طرق تقديم خدماتها، وهذا يشمل استخدام تقنيات متطورة لجذب العملاء والحفاظ على رضاهم، إلى جانب اعتماد وسائل فعالة لقياس ومراقبة مستوى جودة الخدمات المقدمة، حيث تهدف هذه المنظمات إلى تنويع وتحسين الخدمات بشكل مستمر، لتلبية احتياجات

العملاء بشكل أفضل واستقطاب المزيد منهم، كما تسعى إلى تحسين طرق عرض وتقديم الخدمات باستخدام أحدث الوسائل التقنية، بما يعزز من تجربة العملاء ورضاهم عن الخدمات المقدمة.(سعدالله، ٢٠١٧)

ولأن رأي متلقي الخدمة ورضاه عنها أصبح مطلباً عاماً في جميع الدول، أصبح الاهتمام منصّباً على نوعية وجودة الخدمات بصورة عامة إدراكاً من مؤسسات القطاع العام بأهمية التحسين والتطوير المستمرين في مجال تقديم الخدمة، لذا فإن على المنظمات الخدمية أن تبحث عن الطرق والوسائل لتطوير وتحسين الخدمة المقدمة التي تتلاءم وتوقعات ورغبات المواطنين وتلبي حاجاتهم، فالخدمة الجيدة من وجهة نظر المواطنين هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم واحتياجاتهم، وهذا الأمر يتطلب من المنظمات الخدمية التركيز على فهم احتياجات المواطنين والعمل على تلبيتها بشكل مستمر، كما يجب على هذه المنظمات تطوير آليات للتواصل مع المواطنين والاستماع إلى آرائهم ومقترحاتهم لتحسين الخدمات المقدمة.(عداي، ٢٠١٧)

كما ان تقييم جودة الخدمات وتحسينها وتطويرها بشكل دائم مستمر، يعتمد أساساً على جمع المعلومات حول الخدمات المقدمة لزبائن المؤسسة، وذلك باتخاذ استراتيجيات فعالة في تسويق خدماتها مع تطبيق أساليب حديثة تهدف إلى تلبية حاجات وتوقعات الزبائن وإشباع رغباتهم، فمن خلال التركيز على احتياجات العملاء وتلبيتها بشكل مناسب، تستطيع المؤسسة تقديم خدمات ذات جودة عالية والحفاظ على ولاء عملائها، بالإضافة إلى ذلك، التحسين المستمر للخدمات وتطويرها يساعد المؤسسة على المنافسة في السوق وتعزيز موقعها التنافسي.(بلحسن، ٢٠١٢)

ولا شك في أنّ اتباع معايير الجودة كفيل بالقيام بهذه المهمة الصعبة، للوصول في النهاية إلى مؤسسات مستقرة تمتلك عملاء ذوي رضا وولاء مرتفع، ولتحقيق نمو في حصص المؤسسات السوقية عن طريق اكتساب عملاء جدد.(المصري، ٢٠١٩)

وبعد الاطلاع على الأبحاث والدراسات السابقة، لوحظ بأنه يوجد علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء التي تساهم في كسب ثقة العميل وولائه للمنظمة ، لكن يوجد صعوبة في فهم الممارسات الفعالة التي تعزز جودة الخدمة وتطبيقها داخل المنظمة.

لذلك أصبحت جودة الخدمة أحد أهم المداخل التي تساهم في تحسين سمعة المنظمة وصورتها الذهنية لدى المتعاملين معها، وزيادة رضا العملاء والحفاظ عليهم على المدى الطويل، وتحقيق الأرباح والنمو المستدام للمنظمة، وعليه تدرس هذه الدراسة دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا في بيئة مصنع مياه الجزيرة بمدينة الطائف.

مشكلة الدراسة

إن معرفة مستوى جودة الخدمات المقدمة في المنظمات من وجهة نظر عملائها هو الضمان الرئيسي للارتقاء بهذه الخدمات وكسب رضا العملاء وولائهم، فالتعرف على جوانب القوة والضعف في الخدمات المقدمة يمكن المنظمات من العمل على تطويرها باستمرار، بالمقابل تواجه بعض المنظمات مشكلات ناتجة عن عدم إدراكهم لأهمية جودة الخدمة من وجهة نظر العملاء، فعدم فهم احتياجاتهم والتركيز على تحسين الخدمة من وجهة نظرهم يؤثر سلباً على مستوى الرضا والولاء لديهم، وتنقسم المشكلة إلى فجوة نظرية وفجوة تطبيقية:

فجوات على المستوى النظري

على الرغم من وجود أدبيات غنية تتناول مفاهيم جودة الخدمة، التوجه بالزبائن، ورضا الزبائن، إلا أن الدراسة الحالية تسعى لسد عدة فجوات نظرية رئيسية:

الفجوة في التكامل المفاهيمي: معظم الدراسات السابقة تناولت هذه المفاهيم بشكل منفصل أو ركزت على علاقات ثنائية بينها. تبرز الحاجة إلى دراسة متكاملة تبحث في التفاعل المعقد بين مشاريع تحسين جودة الخدمة والتوجه بالزبائن وتأثيرهما المشترك على رضا الزبائن، خاصة في سياق صناعي محدد.

الفجوة السياقية: تفتقر الأدبيات إلى دراسات معمقة تتناول هذه العلاقات في بيئة صناعة مياه الشرب، والتي تتميز بخصائص فريدة تتعلق بطبيعة المنتج (سلعة أساسية)، وحساسية المستهلك تجاه الجودة والسلامة، واللوائح التنظيمية الصارمة. معظم الدراسات تركز على قطاعات الخدمات التقليدية أو الصناعات التحويلية الأخرى، مما يترك فجوة في فهم كيفية تطبيق هذه المفاهيم بفعالية في هذا السياق المحدد.

الفجوة في دور مشاريع التحسين: لم يتم استكشاف دور مشاريع تحسين جودة الخدمة كمتغير وسيط أو معدل بشكل كافٍ في العلاقة بين التوجه بالزبائن ورضاهم. تسعى هذه الدراسة إلى تحليل كيف يمكن لهذه المشاريع أن تعزز أو تعدل من تأثير التوجه بالزبائن على رضاهم، مما يضيف بعداً جديداً للفهم النظري لهذه العلاقة.

الفجوة في النماذج الشاملة: هناك حاجة لتطوير نماذج نظرية أكثر شمولية تفسر رضا الزبائن في القطاع الصناعي، تأخذ في الاعتبار ليس فقط التوجه بالزبائن وجودة الخدمة، بل أيضاً الآليات التي تترجم بها جهود التحسين إلى رضا فعلي. تهدف هذه الدراسة إلى المساهمة في بناء مثل هذه النماذج.

فجوات على المستوى التطبيقي

على الصعيد العملي، تبرز أهمية هذه الدراسة في معالجتها لعدة فجوات تواجه مصنع مياه الجزيرة في الطائف، والمنظمات الصناعية المشابهة:

فجوة التطبيق العملي: غالباً ما تمتلك المنظمات رؤية واستراتيجيات تتعلق بالتوجه بالزبائن وتحسين الجودة، ولكنها تواجه صعوبة في ترجمة هذه الرؤية إلى برامج ومشاريع عملية تحقق الأهداف المرجوة. تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إرشادات عملية حول كيفية تصميم وتنفيذ مشاريع تحسين جودة الخدمة بطريقة تضمن تعزيز رضا الزبائن.

فجوة قياس الأثر: تواجه العديد من المنظمات تحدياً في قياس الأثر الحقيقي لمشاريع تحسين الجودة على رضا الزبائن وولائهم. ستوفر هذه الدراسة منهجية لتقييم هذا الأثر، مما يمكن الإدارة من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن تخصيص الموارد والاستثمارات.

فجوة التكيف مع التغيرات: تتسم بيئة الأعمال اليوم بالتغير السريع، وتوقعات الزبائن في تطور مستمر. تحتاج المنظمات إلى آليات مرنة للتكيف مع هذه التغيرات وضمان استمرارية رضا الزبائن. يمكن أن تسهم هذه الدراسة في تطوير فهم لكيفية بناء هذه الآليات من خلال مشاريع تحسين الجودة المستمرة. فجوة التنافسية: في سوق شديد التنافسية مثل سوق مياه الشرب، يعد رضا الزبائن عاملاً حاسماً للبقاء والنمو. ستساعد هذه الدراسة مصنع مياه الجزيرة على تحديد نقاط القوة والضعف في استراتيجياته الحالية، وتطوير ميزة تنافسية مستدامة من خلال التركيز على تحسين جودة الخدمة والتوجه بالزبائن.

وإشكالية الدراسة هي: ما دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا داخل المنظمة؟

أهمية الدراسة

تتبع أهمية الدراسة عن مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء ومدى توافقها مع رغباتهم واحتياجاتهم، ذلك يتيح للمنظمة معرفة توجهات العملاء وتطلعاتهم من الخدمات المقدمة، من ثم تتمكن المنظمة من تطوير هذه الخدمات ورفع مستواها بما يحقق رغبات واحتياجات العملاء، وبالتالي كسب رضاهم وولائهم، وتنقسم الأهمية إلى أهمية نظرية وأهمية تطبيقية:

على المستوى النظري:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها النظرية من كونها تسعى إلى إثراء الأدبيات الأكاديمية في مجالات إدارة الجودة، التوجه بالزبائن، ورضا الزبائن، خاصة في سياق الصناعات التحويلية مثل صناعة مياه الشرب. فعلى الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت هذه المفاهيم بشكل منفصل، إلا أن هناك فجوة بحثية واضحة في فهم العلاقة التفاعلية بين مشاريع تحسين جودة الخدمة وأثر التوجه بالزبائن على رضاهم، لا سيما في بيئة صناعية محددة مثل مصنع مياه الجزيرة في الطائف. تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم إطار نظري يوضح كيف يمكن لمشاريع تحسين الجودة أن تكون بمثابة عامل معزز (Moderator) أو وسيط (Mediator) في العلاقة بين التوجه بالزبائن ورضاهم. كما تسهم الدراسة في تطوير فهم أعمق للمحددات النظرية لرضا الزبائن في هذا القطاع الحيوي، مما يوفر أساساً متيناً لبناء نماذج مستقبلية أكثر شمولية. علاوة على ذلك، يمكن أن تفتح هذه الدراسة آفاقاً جديدة للبحث في تأثير المتغيرات التنظيمية والبيئية على فعالية استراتيجيات التوجه بالزبائن ومشاريع تحسين الجودة في تحقيق رضا الزبائن، مما يعزز من القدرة التفسيرية والتنبؤية للنظريات القائمة.

تُساعد المنظمات على تحسين جودة خدماتها لتعزيز أثر التوجه بالزبائن على زيادة الرضا. تُمكن المنظمات من تطوير استراتيجيات وسياسات تركز على جودة الخدمة لتعزيز أثر التوجه بالزبائن. تُقدم توجهات عملية لمديري المنظمات حول كيفية استغلال جودة الخدمة لتحسين العلاقة بين التوجه بالزبائن والرضا.

على المستوى التطبيقي:

لا تقتصر أهمية هذه الدراسة على الجانب النظري فحسب، بل تمتد لتشمل جوانب تطبيقية عملية بالغة الأهمية لمصنع مياه الجزيرة في الطائف، وللقطاع الصناعي بشكل عام. فمن خلال النتائج والتوصيات التي ستخرج بها الدراسة، يمكن للمصنع أن يطور استراتيجيات أكثر فعالية لتحسين جودة الخدمة المقدمة لزملائه، مما ينعكس إيجاباً على مستوى رضاهم وولائهم. ستوفر الدراسة رؤية قيمة للإدارة حول كيفية تصميم وتنفيذ مشاريع تحسين الجودة بطريقة تضمن تعزيز التوجه بالزبائن، وتحقيق أقصى استفادة من هذه المشاريع في بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء. على سبيل المثال، يمكن أن تساعد الدراسة في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين عاجل في جودة الخدمة، وتوجيه الاستثمارات نحو المشاريع التي تحقق أكبر عائد على رضا الزبائن. كما يمكن أن تكون النتائج بمثابة دليل عملي للمصانع الأخرى في قطاع مياه الشرب، أو حتى في قطاعات صناعية مشابهة، لتبني أفضل الممارسات في إدارة الجودة والتوجه بالزبائن. وفي سياق رؤية المملكة ٢٠٣٠ التي تركز على تعزيز جودة الحياة وتنمية القطاع الخاص، فإن هذه الدراسة تساهم بشكل مباشر في تحقيق هذه الأهداف من خلال دعم الشركات المحلية في تحسين أدائها وزيادة قدرتها التنافسية في السوق.

تُعزز نظرية التوجه بالزبائن والرضا من خلال إبراز دور جودة الخدمة كحلقة وصل بينهما. تُساهم في تطوير نماذج وأطر نظرية جديدة لتفسير العلاقة بين التوجه بالزبائن والرضا داخل المنظمة. تُثري الأدبيات البحثية حول أثر التوجه بالزبائن على الرضا وأهمية دور جودة الخدمة في هذه العلاقة.

قائمة المراجع

- البكري، ٢٠٠٤ ،علاقة الزبون ودورها في الحفاظ على الجودة والتميز .
- الخفاجي، ٢٠١٢ ، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون.
- الصيرفي ، ٢٠٠٦ ، إدارة الجودة الشاملة، طريقك للحصول على شهادة الإيزو، الإسكندرية، مؤسسة حورس الدولية .
- الطائي، ٢٠٠٨ ، إدارة الجودة الشاملة، عمان- الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العجارمة، ٢٠٠٥ ، التسويق المصرفي ، دار الحامد، عمان .
- الربيعي ، ٢٠٠٥ ،،مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الأداء الإداري والأكاديمي لكلياتهم .
- العوضي وآخرين، 2022، تأثير جودة أداء الخدمات على رضا العملاء.
- المصري، 2019، أثر جودة الخدمات على ولاء العملاء.
- المنهاوى ، ٢٠٢١ ، قياس مستوى جودة الخدمة ببرامج الدراسات العليا .
- الوصابي، 2012، دور أنظمة الجودة في تحسين أداء المرافق الصحية في اليمن.
- بلحسن، 2012، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون.
- خضير ، ٢٠١٠ ، إدارة الجودة وخدمة العملاء، عمان - الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- زوزو، 2011، دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون.
- سعدالله، 2017، جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن.
- ضانه ، ٢٠١٥ ، جودة الخدمة وأثرها على رضا الزبائن .
- عبيدات ، ١٩٩٥ ، إدارة علاقات الزبون ، دار الوراق .
- عداي، 2017، تطبيق نموذج Kano لتحديد رضا الزبائن عن جودة الخدمات.
- علاء ، ٢٠٠٩ ، إدارة المعرفة (إدارة معرفة الزبون)، دار صفاء ، عمان .
- هيل وآخرين ، ٢٠٠٨ ، الادارة الاستراتيجية مدخل متكامل.