

التصحيح النموذجي لامتحان المحاضرة:

السؤال الأول: عرّف الخدمة؟ (02.5 ن)

الخدمة هي: "أي عمل أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر من دون أن ينتج عن ذلك ملكية شيء ما".

السؤال الثاني: من بين أسباب نمو قطاع الخدمات "خروج المرأة للعمل"، فسّر ذلك؟ (03 ن)

(خروج المرأة للعمل) ترتب عليه قلة الوقت الذي توفره ربة البيت للأعمال المنزلية، مما أدى إلى زيادة الطلب على الكثير من الخدمات مثل: الكي، دور الحضانة، التنظيف والطبخ.

السؤال الثالث: للخدمة مجموعة من الخصائص؟ اشرحها باختصار؟ (05 ن)

- **عدم الملموسية - Intangibility**: عدم الملموسية سمة مميزة للخدمات التي تجعلها غير قادرة على لمسها أو الشعور بها بنفس الطريقة التي تكون في المنتجات المادية (السلع)، وخاصة عدم الملموسية هي المصدر الرئيسي الذي تنشأ منه الخصائص الأخرى.
- **خاصية التلازمية (عدم الانفصال) - Inseparability**: إن الخدمة تنتج وتستهلك في نفس الوقت، فالخدمة ترتبط بمقدمها، وعدم انفصال الخدمة عن المستفيد منها تؤدي إلى التركيز على عملية التفاعل في نقاط التماس بين البائع (مقدم الخدمة) والزبون (المستفيد من الخدمة).
- **خاصية عدم التجانس - Heterogeneity or Variability**: إن الخدمات غير متجانسة، حيث أن نوعية الخدمة تتدخل فيها الأوضاع التي يتم إنتاجها، وجودة الخدمة المقدمة تختلف لسببين، أولها يتعلق بمقدم الخدمة نفسه، الذي يختلف مستوى أدائه من وقت لآخر، كما قد لا تكون جودة الخدمة في نفس المستوى عند الزبائن لاختلاف اتجاهاتهم ورغبتهم المتجددة في الحصول على خدمات أفضل، فربما مستوى الجودة لدى الزبون في زمن "أ" هو ليس نفسه في زمن "ب".
- **خاصية عدم القابلية للتخزين - Perishability**: إن القدرة والقابلية لإنتاج خدمة يجب أن يكون موجودا قبل إمكانية التعامل فيها أخذا وعطاءً، وبناءً على هذه الفكرة نلاحظ أنه استعملت كلمة القدرة وليس التخزين، ولهذا نجد مثلاً: شركة النقل الجوي تأخذ إجراءات في حالة عدم استعمال الزبائن لتذاكرهم في الوقت المحدد، وبالتالي هذا ما يؤدي إلى إلغاء تلك التذاكر، ولا يمكن لهم استعمالها في وقت آخر غير الذي حدد لهم.
- **خاصية عدم التملك - Lack of ownership**: الخدمات تعطي للزبون الحق في استعمالها في وقت معين، لكن دون أن يكون له الحق في امتلاك هذه الخدمات.

السؤال الرابع: ما هي المؤشرات التي تستخدم كدلائل ومعايير لتقييم جودة الخدمة؟ (4.5 ن)

- **الاعتمادية**: وهي قدرة مقدم الخدمة على الأداء الذي وعد به بشكل يمكن من الاعتماد بدرجة عالية من الصحة والدقة يوفر فيها بذلك الاطمئنان للزبون.

- **مدى إمكانية الحصول على الخدمة وتوفرها:** ويأتي ذلك في إطار الإجابة عن تساؤلات المؤسسة: هل تتوفر الخدمة في الوقت والمكان الذي يريده؟ هل من السهل الوصول إلى مكان تلقي الخدمة؟ كم من الوقت يحتاج الزبون للانتظار؟
- **الأمان:** يتعلق بمدى المخاطر المدركة تبعاً لنتائج تلقي الخدمة من المؤسسة مثل درجة الأمان المترتبة على خدمة نقل الزبون.
- **المصداقية:** وذلك باختبار ما مدى قيام مقدم الخدمة بدوره في إشباع حاجة ورغبة الزبون على أكمل وجه.
- **الاتصال الجيد بين مقدم الخدمة وبين متلقيها:** أي درجة تفهمه لحاجة ورغبة الزبون.
- **الاستجابة:** أي أن يكون مقدم الخدمة دائماً على استعداد تام في تلبية رغبات الزبون.
- **الكفاءة:** وتتعلق بكفاءة مقدم الخدمة.
- **الجوانب الملموسة:** وهو مظهر العناصر المادية ومظهر مقدمي الخدمة.
- **الترويج والاتصالات:** وهي مجموع المعلومات التي يقدمها مقدم الخدمة للزبائن مع الأخذ بعين الاعتبار المستوى الثقافي لهؤلاء، كما يمكن إدراج الرسائل الإعلانية التي يمكن أن يكون لها هدف إعلامي وهدف ترويجي.

السؤال الخامس: أعط العنوان المناسب للشكل، مع إكمال الفراغات؟ (05 ن)

نموذج "زهرة الخدمة - Flower of Service" لـ "كريستوفر لوفلوك - Christopher Lovelock

