



دور الجودة الفنية والوظيفية في تحقيق رضا الزبون

م.م. زهراء لواء جعفر¹ ، م.م. سهير كريم رمانى² ، م.م. فاطمة الزهراء علي³

انتساب الباحثين

1,2,3 كلية الكوت الجامعة، العراق، واسط،
52001¹ zahraa.liwaa@alkutcollege.edu.iq² Suheir.Kareem@alkutcollege.edu.iq³ fatmealzeri@gmail.com¹ المؤلف المراسل

معلومات البحث

تاريخ النشر: أيلول 2024

Affiliation of Authors

^{1, 2, 3} AL Kut College, Iraq, Wasit,
52001¹ zahraa.liwaa@alkutcollege.edu.iq² Suheir.Kareem@alkutcollege.edu.iq³ fatmealzeri@gmail.com¹ Corresponding Author

Paper Info.

Published: Sept. 2024

المستخلص

الغرض من هذا البحث تسليط الضوء على طبيعة علاقة الارتباط و التأثير بين متغير دور الجودة الفنية والوظيفية في تحقيق رضا الزبون .

يعد رضا الزبون امرا لاغنى عنه للمؤسسات التجارية ، ولقد تزايد الاهتمام بالعوامل التي تسعى الى تحسين تجربة الزبون واشباع توقعاته ، ومن هذه العوامل المهمة هي الجودة الفنية والوظيفية .

ان التوازن بين الجودة الفنية والوظيفية يعتبر امرا حاسما لتحقيق رضا الزبائن حيث يجب ان تلبي المنتجات للمواصفات الفنية بالإضافة الى تحقيق الأداء المطلوب .

وقد تعمل إدارة الجودة الوظيفية والفنية على تعزيز الاستجابة السريعة لملاحظات العملاء ومعالجة شكاويهم بفعالية مما يعزز الثقة ويسهم في بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء .

ولقد اعتمد البحث على الاستبانة في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالبحث بالاستناد الى عدد من المقاييس ، وان العينة المستخدمة في البحث كانت (33) إجابة منها (21) من الذكور و(12) من الاناث ، ومن اهم الأدوات الإحصائية المستخدمة في التحليل هي (الانحراف المعياري ، معامل الاختلاف ، معامل التحديد ، معامل الانحراف ، قيمة المحسوبة ، قيمة f المحسوبة).

الكلمات المفتاحية: الجودة، الجودة الفنية، الرضا الوظيفي، رضا الزبون

The Role of Technical and Functional Quality in Achieving Customer Satisfaction

Zahraa Liwaa Jaafar¹ , Suhair Kareem Rmane² , Fatima Al Zahra Ali³

Abstract

The purpose of this research is to shed light on the nature of the relationship and influence between the variable role of technical and functional quality in achieving customer satisfaction.

Customer satisfaction is indispensable for commercial institutions, and interest has increased in factors that seek to improve the customer experience and satisfy their expectations, and one of these important factors is technical and functional quality.

The balance between technical and functional quality is considered crucial to achieving customer satisfaction, as products must meet technical specifications in addition to achieving the required performance.

Functional and technical quality management may enhance the rapid response to customer feedback and address their complaints effectively, which enhances confidence and contributes to building strong and sustainable relationships with customers.

The research relied on the questionnaire to collect data and information related to the research based on a number of standards, and the sample used in the research was (33) responses, including (21) from males and (12) from females, and one of the most important statistical tools used in the analysis is (deviation Standard, coefficient of variation, coefficient of determination, coefficient of deviation, calculated t value, calculated f value).

Keywords: Quality, Technical Quality, Job Satisfaction, Customer Satisfaction

المقدمة

في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية المستمرة، أصبح تحقيق رضا الزبون أمراً لا غنى عنه للمؤسسات التجارية. يتزايد الاهتمام بفهم العوامل التي تسهم في تحسين تجربة الزبون وإشباع توقعاته، ومن بين هذه العوامل تبرز الجودة الفنية والوظيفية كعناصر أساسية. يهدف هذا البحث إلى استكشاف بشكل مفصل دور كل من الجودة الفنية والجودة الوظيفية في تحقيق رضا الزبون.

تناول البحث للجودة الفنية يشمل فحص التفاصيل الدقيقة للمنتجات أو الخدمات المقدمة، مع التركيز على المعايير الفنية، والابتكارات، والتصميم. سنقف عند تأثير هذه الجوانب على تكوين انطباعات الزبون وكيف يتأثر رضاه بمدى تفوق المنتج أو الخدمة من الناحية الفنية.

أما فيما يتعلق بالجودة الوظيفية، سنستعرض كيف تساهم عمليات الخدمة أو استخدام المنتج في تلبية احتياجات وتوقعات الزبائن. سنلقي الضوء على الكفاءة العملية، والاستجابة للاحتياجات، وسهولة الاستخدام كعوامل تؤثر بشكل مباشر على مدى رضا الزبون.

علاوة على ذلك، سيتم التركيز على التفاعل بين الجودة الفنية والوظيفية، وكيف يمكن تحسين هذا التفاعل لتحقيق أقصى قدر من الرضا الزبوني. يعتبر هذا البحث مساهمة فعالة في فهم علاقة الجودة برضا الزبون، وستكون النتائج ذات أهمية كبيرة للشركات التي تسعى لتحسين جودة منتجاتها وخدماتها بما يتناسب مع تطلعات وتوقعات عملائها.

الفصل الأول

منهجية البحث

اولاً : مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في فهم العلاقة الديناميكية والتفاعلية بين الجودة الفنية والوظيفية، وكيف يؤثر هذا التفاعل على تحقيق رضا الزبون. يُطرح السؤال حول كيفية تحقيق توازن فعال بين الجوانب الفنية والوظيفية للمنتجات أو الخدمات، وكيف يمكن تحسين هذا التوازن لتحقيق أقصى درجات رضا الزبون. تسعى المشكلة إلى تفكيك عوامل الجودة المؤثرة وفهم كيفية تأثيرها المشترك في تجربة الزبون، بهدف تقديم توصيات قابلة للتنفيذ للشركات لتعزيز أداءها وتحقيق رضا الزبائن بشكل أفضل ويمكن تمثيل مشكلة

البحث من خلال التساؤل التالي: ما هو دور الجودة الفنية والوظيفية في تحقيق رضا الزبون

ثانياً : أهمية البحث

يتسارع التطور في عالم الأعمال، وفي سياق المنافسة الشديدة، تأتي أهمية هذا البحث في فهم كيفية تأثير الجودة الفنية والوظيفية على تحقيق رضا الزبون. يتيح هذا البحث للشركات فهم تفاصيل تجربة الزبون ومدى تأثير الجودة في تحديدها. تكمن أهمية هذا البحث في توفير إرشادات عملية للشركات حول كيفية تحسين جودة منتجاتها أو خدماتها بما يلبي توقعات ورغبات الزبائن بشكل فعال، مما يعزز الولاء ويسهم في تحقيق النجاح المستدام في سوق متقلبة.

ثالثاً : اهداف البحث

تتمحور أهداف البحث بالاتي:

- 1- فهم التأثير المباشر للجودة الفنية على تجربة الزبون وكيف يمكن تحسينها لتحقيق رضا أفضل.
- 2- تحليل أثر الجودة الوظيفية في تلبية احتياجات الزبائن وتحقيق تجربة استخدام فعالة للمنتجات أو الخدمات.
- 3- دراسة التفاعل بين الجودة الفنية والوظيفية وتحديد كيف يمكن تحسين هذا التفاعل لتعزيز رضا الزبون.
- 4- تحليل تأثير الجودة الفنية والوظيفية على الولاء الزبوني وتكوين علاقات قائمة على الثقة.

رابعاً : فرضيات البحث

1- الفرضيات الرئيسية:

H0: لا يوجد تأثير ذات دلالة احصائية بين الجودة الفنية ورضا الزبون

H1: يوجد تأثير ذات دلالة احصائية بين الجودة الفنية ورضا الزبون

2- الفرضيات الفرعية:

H0: لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين الجودة الفنية ورضا الزبون

H1: توجد علاقة ارتباط معنوية بين الجودة الفنية ورضا الزبون

خامساً : حدود البحث

- 1- الكتب والمجلات العربية والاجنبية
- 2- الرسائل والاطاريح الجامعية المتوفرة في المكتبات، أو المنشورة
- 3- البحوث العلمية ذات الصلة بموضوع البحث والمنشورة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)
- 4- المقابلات الشخصية

1- الحدود الزمانية: 2024

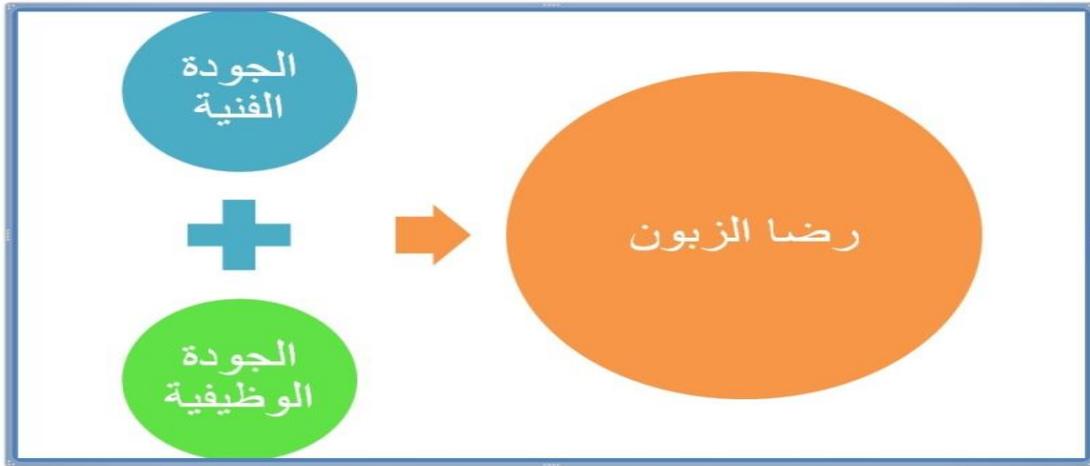
2- الحدود المكانية: مصرف اشور الأهلي للاستثمار

3- الحدود الموضوعية : تتمثل بمتغيرات الدراسة (الجودة الفنية ، رضا الزبون)

سادساً اسلوب جمع البيانات

سابعاً: شكل (1) يوضح انموذج البحث الافتراضي الشكل (1).

جرى الحصول على البيانات للجانب النظري والعملي عن طريق :



الشكل (1) يوضح انموذج البحث الافتراضي

الفصل الثاني

الاطار النظري

المبحث الأول: الجودة الفنية والوظيفية

اولاً : مفهوم الجودة

الجودة هو فهم احتياجات وتوقعات العملاء الذي يعتبر أساسياً لتحسين الجودة، حيث يمكن توجيه الجهود نحو تلبية متطلباتهم بشكل أفضل.[1]

وتعني الجودة استخدام تقنيات التحليل لفحص عمليات الإنتاج أو الخدمة وتحديد المجالات التي يمكن تحسينها لتحقيق أفضل أداء وفكرة التحسين المستمر تعني السعي المستمر لتحقيق تطوير وتحسين في الجودة عبر الزمن، دون توقف[2]

وهي الاستفادة من أدوات مثل الرسم البياني Pareto وتحليل السبب والنتيجة لتحديد الأسباب الرئيسية للمشاكل والعمل على حلها كما انها تشجيع التفاعل والمشاركة المستمرة من قبل أعضاء

الفريق في عمليات التحسين يعزز الشعور بالمسؤولية ويسهم في تحقيق نجاح التحسين[3]

ثانياً : أسس الجودة

إن مفهوم الجودة يقوم على جملة من الأفكار تعتبر كأساس يقوم عليها من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف، وسنتطرق إلى هذه الأسس التي تقوم عليها الجودة وأهدافها، والتي تتلخص في: [4]

- (أ) قيادة الإدارة لضبط جودة التقييم من أجل تقديم خدمات ومنتجات حسب المواصفات.
- (ب) مسؤولية كل فرد من أفراد المنظمة عن تحقيق الجودة.
- (ج) محاولة منع الأخطاء وذلك بالأداء الوظيفي المتميز .
- (د) اعتماد مواصفات ومعايير قياسية لجودة الأداء والتحقق منه.
- (هـ) اكتساب ثقة المستفيدين من الخدمة في تحسين الجودة.
- (و) الاهتمام بتدريب الإداريين كافة.
- (ز) عمل نظام متابعة لتنفيذ الإجراءات التطويرية.
- (ح) اللجوء مرفوضة وتساوي صفر خطأ وتساوي طموح، إتقان، إرادة.

(ط) الزبون هو المستعمل.

(ي) التحكم في التكاليف من خلال التقييم .

(ك) الجودة مصدر للربح. الجودة محتواة (متضمنة) في كامل نشاطات المؤسسة

ثالثاً : اهداف الجودة

تسعى المؤسسة انطلاقاً منها إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي سيتم عرضها كالاتي حيث نجد أن هناك نوعان من أهداف الجودة وهما : [5]

أ- أهداف تخدم ضبط الجودة:

وهي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها، حيث تصاغ هذه المعايير على مستوى المؤسسة ككل، وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان، إرضاء العميل

ب- أهداف تحسين الجودة :

وهي غالباً ما تنحصر في الحد من الأخطاء وتطوير منتجات وخدمات جديدة ترضى العملاء بفعالية أكثر

رابعاً : مرتكزات الجودة

إن تحقيق واعتماد الجودة لأية مؤسسة هو أساس مهم لأداء أي عمل بإتقان، فالفرق بين مؤسسة جيدة وأخرى ضعيفة هو إدارة تلك المؤسسة وتحقيق انضباط إداري داخلي ليوفر مناخاً للتوسع والتميز، وعليه تقوم الجودة على عدة مرتكزات أهمها ما يلي : [6]

1- التحسين المستمر :

ويقصد به توجيه الإدارة والأفراد نحو تدعيم التحسين المستمر، من خلال التفاعل والعمل المستند إلى دوائر التخطيط والتقييم المستمر، وتحسين استعمال المصادر علمياً والسعي نحو الترقى والتميز في خدماتها.

2- القيادة الواعية :

باعتبار أن القيادة هي القدرة على التأثير في السلوك البشري لتوجيه جماعة من الناس نحو هدف مشترك . فلا يمكن للجودة أن تصبح هدفاً مستمراً إلا بوجود قيادات ذات رؤية واضحة بعيدة المدى تأخذ بيد المؤسسة وأعضائها إلى الأهداف المنشودة.

3- التركيز على المستفيد :

فعلى المنظمة أن تسعى وبشكل مستمر على تحقيق رضا العملاء في الداخل سواء أكانوا موظفين أم إدارات وعملاء الخارج وهم المستفيدون من الخدمات والمنتجات وذلك من خلال تقديم خدماتها ومنتجاتها بشكل متميز يتناسب مع توقعات المستفيدين، حتى تكسب رضاهم وولائهم، وبذلك يتحقق النجاح والقدرة على المنافسة.

4- التدريب والتثقيف :

فالسير في طريق الجودة يتطلب وعياً عاماً داخل المؤسسة وثقافة واضحة، لا تبنى إلا من خلال التدريب المتواصل والتثقيف المستمر لجميع العاملين لتحقيق الأهداف. [7]

5- تمكين العاملين:

ويعني ذلك إعطاء العاملين المزيد من الثقة والصلاحيات، وإشراكهم في تطبيق الجودة، لأن المشاركة تخفف المعارضة وتضمن الولاء، وذلك بإحساس العاملين بانتمائهم إلى أهداف المؤسسة

6- الوقاية :

فتطبيق مبدأ الوقاية خير من العلاج، وهو ينص على العمل الذي يجعل عدد الأخطاء عند الحد الأدنى، وذلك وفق مبدأ أداء العمل الصحيح من أول مرة وبدون أخطاء .

7- الإدارة بالحقائق:

8- حيث يعتبر القياس والمعايرة هما العمود الفقري للجودة، وهما المؤشر الذي يعطي المعلومات لاتخاذ القرار المناسب .

9- العمل الجماعي ومشاركة العاملين :

حيث يتعاون كافة الأفراد داخل الإدارات والأقسام والوحدات من كافة المستويات الإدارية على تحقيق الجودة والعمل على تحسينها بشكل مستمر، فالجودة مسؤولية الجميع داخل المؤسسة، مما يفرض على الإدارة أن تعي أن غير المديرين يمكنهم أن يقدموا إسهامات قيمة، كما يتطلب ذلك التدريب على أساليب فرق العمل واتخاذ القرارات الجماعية عن طريق المسيرين والمنسقين

المبحث الثاني

رضا الزبون

أولاً : تعريف الزبون

مختلف الأطراف الذين يتعاملون مع المؤسسة أو تربطهم علاقة معينة بها [8]

ثالثاً : تصنيف الزبون

هناك عدة أنواع من الزبائن وذلك حسب المعيار المتبع في التجزئة:

1- **التصنيف على أساس الخصائص الشخصية :** حيث أدرج الباحثون تحت هذا المعيار عدة أنماط شخصية يمكن أن يتعامل بها الزبون و هي:

(أ) الزبون الصامت : يتصف بقلّة الكلام، ويصعب كشف ما يدور في ذهنه.

(ب) الزبون الثرثار : يتصف بالتكلم طوال الوقت، مجادل يحب النقاش اجتماعي، متحمس غير منطقي في الرد، لذا يحتاج إلى اهتمام بالغ

(ج) الزبون السلبي : يتصف بالخجل والمزاجية وكثرة الأسئلة، بطيء في اتخاذ القرارات يحتاج إلى الصبر ومسايرته للوصول إلى ما يرغبه

(د) الزبون المتشكك : يتصف بشكك الدائم وعدم الثقة، صعوبة فهمه هذا النوع يحتاج إلى عدم مجادلته ومعرفة أسباب شكه وعدم الثقة لديه في المؤسسة، ومحاولة بناء جسور الثقة من خلال إعطاءه ضمانات وأدلة صادقة.

(هـ) الزبون المغرور المندفع : يتصف بالتلقائية، وعدم الصبر والغضب بسرعة، فهو يعتقد أنها لأفضل بين الزبائن، لذا يحتاج إلى محاورته والانتهاه من خدمته بسرعة.

(و) الزبون المتردد : يتصف بالخوف التحفظ عدم القدرة على اتخاذ القرار بنفسه لذا يجب إشعاره بان فرص الاختيار أمامه محدودة، والحلول البديلة قليلة.

(ز) الزبون الغضبان : يتصف بسرعة الغضب، الإساءة للآخرين صعوبة إرضاءه ، متهجم يحتاج إلى أفعاله. التحلي بالصبر عند التعامل معه ومحاولة استيعاب غضبه والتحكم في ردود

(ح) الزبون النزوي يتصف بعدم الإصغاء ، واتخاذ قرارات سريعة ، هذا النوع يجب مساعدته لتجنب الأخطاء وتقديم النصيحة، كما يجب إعطاءه المعلومات الضرورية قبل اتخاذ القرار

2- **التصنيف على أساس أهمية الزبون بالنسبة للمؤسسة :** من خلال الأرباح التي يحققها الزبون للمؤسسة يمكن تصنيفه إلى:

(أ) الزبون الاستراتيجي: هو الأكثر مردودية، يمتاز بمستوى ولاء عال لخدمات المؤسسة

ويعرف أيضا :المستخدم النهائي لخدمات المؤسسة، وتتأثر قراراته بعوامل داخلية مثل الشخصية و المعتقدات و الدوافع ، وبعوامل خارجية مثل التفضيل و الأصدقاء ، وقد يكون الزبون أفراد أو مؤسسات [9]
الزبون كل شخص مادي أو معنوي يتعامل مع المؤسسة ويشترى منتجاتها [10]

ثانياً : دورة حياة الزبون

وتعرف دورة حياة الزبون على أنها الفترة التي تتراوح ما بين بداية تعامل الزبون مع منتجات المؤسسة من جمع المعلومات والتعرف عليها حتى الوصول إلى مرحلة الولاء أو التخلي النهائي عن منتجات المؤسسة ، ويمر الزبون بمراحل متعددة نذكرها:

- 1- الزبون المشكوك : كل الزبائن الموجودين في السوق يكونوا محل شك أو احتمال إمكانية تعاملهم مع المؤسسة
- 2- الزبون المحتمل : تؤهل المؤسسة الزبون المشكوك لأن يكون زبون محتمل بتحفيظه . فيعد عملية التشاور الذات أو المقربين يتجاوز الزبون مرحلة الشك ويظهر لديه احتمال أن يصبح زبون المؤسسة ويمكن أن تنتهي دورة حياة الزبون بمجرد بدايتها لأنه يصبح زبون غير مؤهل وبدون عائد
- 3- الزبون الجديد : استقرار الزبون المحتمل على شراء منتج أو علامة المؤسسة للمرة الأولى يؤهله ليصبح ضمن قائمة زبائن المؤسسة الحاليين
- 4- الزبون المعيد : بعد عملية الشراء الأولى يقوم الزبون بتقييم قرار الشراء ، فيكون راض عن المنتج ومستعد لتكرار عملية الشراء مرة أخرى
- 5- الزبون الوفي : هو يزداد مستوى الرضا لديه بعد كل عملية شراء ، هذا ما يولد لديه تعلق بالعلامة أو المؤسسة وبالتالي يصبح وفيا
- 6- الزبون التابع: تتطور حالة الولاء لدى الزبون لتمس كل منتجات أو علامات المؤسسة وبالتالي تعتبر حالة الولاء للعلامة أو المؤسسة أكثر تطوراً من الولاء للمنتج ، وعن هذه الحالة تتولد المرحلتين المقبلتين
- 7- الزبون السفير : هو زبون وفي لا يكتفي بشراء منتجات وعلامات المؤسسة بل يصبح بمثابة أداة ترويجية في تحفيز الآخرين على شراء العلامة أو المنتج
- 8- الزبون الشريك : في هذه المرحلة المتطورة من دورة حياة الزبون يتولد لديه تعلق كبير بالعلامة أو المنتج ويصبح من الصعب تغييره بجعله يشعر بأنه طرف من أطراف الأساسية في المؤسسة التي أثبتت استحقاتها لولائه.

- (أ) الوجود الواضحة للخدمة.
(ب) الوجود الضمنية للخدمة.
(ج) الكلمة المنطوقة.
(د) الخبرة السابق

سادساً : رضا الزبون

رضا الزبون يمثل مفهومًا شاملاً يعبر عن درجة رضا أو ارتياح العميل تجاه تجربته مع منتج أو خدمة محددة. يتأثر رضا الزبون بعدة عوامل مثل جودة المنتج أو الخدمة، ومدى تناسبها مع توقعات واحتياجات العميل، بالإضافة إلى تجربة العميل أثناء التفاعل مع الشركة.

يمكن تعريف رضا الزبون أيضًا بأنه الشعور الإيجابي الذي يشعر به العميل بعد تلقي الخدمة أو استخدام المنتج، ويمكن أن يظهر هذا الشعور من خلال توجيه تعليقات إيجابية أو توصيات للآخرين بالتعامل مع الشركة.

في سياق الأعمال، يمكن اعتبار رضا الزبون مؤشرًا هامًا لنجاح الشركة، حيث يعكس مدى قدرتها على تلبية احتياجات السوق وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

يشمل مفهوم رضا الزبون أيضًا فهم توقعات العميل وتجاوزها، حيث يسعى الشركات لتقديم خدمات تتجاوز توقعات العميل لتحقيق رضاه وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

المبحث الثالث

الجانب العملي

بعد التطرق الى الجانب النظري بالبحث سيتم في هذا المبحث تطبيق الجانب النظري ميدانيا بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على أساس جمع المعلومات عن طريق استقراء الاراء بطريقة الاستبيان، حيث تم اعتماد المنهج الوصفي لبيان العلاقة بين متغيرات الدراسة وتحليلها بالاساليب الاحصائية حيث تعتبر الاستبانة من أدوات البحث المهمة في العلوم الاجتماعية عن طريق الرؤية الواضحة التي تبينها عن طبيعة المتغيرات والعلاقة بينها. وصف العينة تبعا للعوامل الديموغرافية تبين من خلال الجدول (1) ان العينة المستخدمة في البحث كانت 33 اجابة منها 21 ذكور ويشكلون نسبة 63.6 اما الاناث فهي 12 ويشكلون

نسبة 36.4

(ب) الزبون التكتيكي : أقل مردودية من الزبون الاستراتيجي لكنه يحتل مكانة مهمة ضمن انشغالات المؤسسة من خلال سعيها لرفعه إلى مستوى أفضل .

(ج) الزبون الروتيني : هذا النوع من الزبون يتساوى احتمال استمراره في التعامل . مع المؤسسة مع احتمال قطعه وإنهائه العلاقة معها، فهو يمثل فرصة وتهديد للمؤسسة في آن واحد

رابعاً : مستويات توقعات الزبون للخدمة والعوامل المؤثرة فيها

إن توقعات الزبون عن الخدمة هي بحد ذاتها معتقدات وأفكار معينة يحملها الزبون لتكون بمثابة معايير أو مقاييس ثابتة يعود إليها ليقرر جودة أداء منتج معين وينظر إلى التوقعات في مفهوم جودة الخدمة كونها تنبؤات من الزبائن حصيلة تعاملهم أو تبادلهم للخدمة

حيث حددت ثلاث مستويات مختلفة لتوقعات الزبون

- 1- الخدمة المطلوبة : وتعكس ما يريده الزبائن
- 2- الخدمة الكافية : المستوى الذي يكون الزبائن على استعداد لتقبله المعيار الذي عنده تتحقق حالة القبول عند الزبائن.
- 3- الخدمة التي يتم التنبؤ بها : مستوى الخدمة الذي يعتقد الزبائن بأنه يمكن أن يحدث

خامساً : العوامل المؤثرة في توقعات الزبون للخدمة

والعوامل المؤثرة في توقعات الزبون للخدمة تنقسم إلى ثلاثة وهي:

1- العوامل المؤثرة في الخدمة المطلوبة :

- أ- الاحتياجات الشخصية وفلسفة الزبون بخصوص الخدمة والتي تتعلق بالحالة النفسية والمادية التي يكون عليها الزبون.
- ب- بقاء الخدمة كثيفة وهي عوامل مستقلة وساكنة تقود الزبائن إلى درجة عالية من الحساسية

2- العوامل التي تؤثر في الخدمة الكافية : وهي مستوى الخدمة التي يجدها الزبون مقبولة بشكل عام هذه العوامل قصيرة المدة وهي:

- (أ) كثافة الخدمة المؤقتة.
- (ب) إدراك بدائل الخدمة.
- (ج) إدراك الزبون لدور الخدمة
- (د) عوامل ظرفية.
- (هـ) تنبؤات الخدمة

3- العوامل المؤثرة في الخدمة المطلوبة والمتنبئ بها هي:

جدول (1) يبين نسبة مشاركة الذكور والاناث للعيينة المدروسة

النوع الاجتماعي		
النسبة %	العدد	
63.6	21	ذكر
36.4	12	انثى
100	33	Total

تبين من خلال الجدول (2) ان المؤهل العلمي للعيينة المستخدمة في البحث اللذين يمتلكون شهادة اعدادية كانوا بعدد 3 يشكلون نسبة 9.1 اما الافراد اللذين لديهم شهادة دبلوم كانوا بعدد 5 يشكلون نسبة 15.2 اما الافراد اللذين لديهم شهادة بكالوريوس كانوا بعدد 20 يشكلون نسبة 60.6 اما الافراد اللذين لديهم شهادة دراسات عليا كانوا بعدد 5 ويشكل نسبة 15.2.

جدول (2) يبين اعداد ونسب المؤهل العلمي للعيينة المدروسة

عدد سنوات الخدمة		
النسبة %	العدد	
9.1	3	اعدادية
15.2	5	دبلوم
60.6	20	بكالوريوس
15.2	5	دراسات عليا
100	33	Total

من خلال النتائج اعلاه تبين جدول (3) يبين باعداد الاجابات وفقا لمقياس ليكرت والمتوسطات والانحرافات المعيارية للعيينة المدروسة بان متوسط الجودة الفنية والوظيفية x بلغ 4.5368 وبانحراف معياري 0.34944 بمعامل اختلاف بلغ 7.7023 وقد حصلت الفقرة الثالثة على اعلى متوسط 4.82 وانحراف معياري 0.465 بمعامل اختلاف بلغ 9.65 اما الفقرة الاولى فقد حصلت على اقل متوسط اذ بلغ 4.30 بانحراف معياري 0.684 بمعامل اختلاف 15.91. اما محور رضا الزبون y فكانت متوسط

اجابة لهذا المحور 4.1477 وانحراف معياري 0.58167 بمعامل اختلاف بلغ 14.0239 وقد حصلت الفقرة الخامسة على اعلى متوسط بلغ 4.52 وانحراف معياري 0.712 بمعامل اختلاف 15.75 اما الفقرة الرابعة فقد حصلت على اقل متوسط بلغ 3.36 وانحراف معياري 0.929 بمعامل اختلاف 27.65 . يبين باعداد الاجابات وفقا لمقياس ليكرت والمتوسطات والانحرافات المعيارية للعيينة المدروسة.

جدول (3) باعداد الاجابات وفقا لمقياس ليكرت والمتوسطات والانحرافات المعيارية للعيينة المدروسة

السؤال	لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف c.v.
1	0	0	4	15	14	4.30	0.684	15.91
2	0	0	3	9	21	4.55	0.666	14.64
3	0	0	1	4	28	4.82	0.465	9.65
4	0	0	3	12	18	4.45	0.666	14.97
5	0	0	4	9	20	4.48	0.712	15.89

14.64	0.666	4.55	21	9	3	0	0	6
11.83	0.549	4.64	22	10	1	0	0	7
17.75	0.795	4.48	21	8	3	1	0	8
7.7023	0.34944	4.5368	الجودة الفنية والوظيفية x					
18.84	0.810	4.30	16	12	4	1	0	1
17.82	0.761	4.27	14	15	3	1	0	2
24.83	1.023	4.12	15	10	6	1	1	3
27.65	0.929	3.36	4	10	13	6	0	4
15.75	0.712	4.52	21	8	4	0	0	5
19.70	0.859	4.36	19	8	5	1	0	6
19.16	0.795	4.15	13	12	8	0	0	7
23.15	0.947	4.09	13	12	7	0	1	8
14.0239	0.58167	4.1477	رضا الزبون y					

والوظيفية x رضا الزبون y والذي يعني ان هناك علاقة معنوية قوية بدرجة عالية وبثقة 99%. معاملات الارتباط بين متغيرات البحث.

وليس تعني ان القيمة معنوية بدرجة عالية بثقة 99% بلع معامل الارتبا**0.678 كما بين جدول (4) محور الجودة الفنية

جدول (4) معاملات الارتباط بين متغيرات البحث

اسم المتغير	الجودة الفنية والوظيفية x
رضا الزبون y	0.678**

ويملك مستوى دلالة P والتي هي 0.000 وهي اصغر من 0.05 مما يعني ان النموذج ذات دلالة معنوية. كما موضح في جدول (5) نتائج الاثر (تحليل الانحدار) اثر الجودة الفنية والوظيفية x على رضا الزبون y

بلغ معامل التوضيح 0.434 مما يعني ان محور الجودة الفنية والوظيفية x يؤثر على محور رضا الزبون y بنسبة 43.4% اما اختبار t فهو معنوي الاثر مما يعني ان معاملات النموذج هي ذات دلالة معنوية اما اختبار F فبلغت قيمة F المحسوبة 23.770

جدول (5) نتائج الاثر (تحليل الانحدار) اثر الجودة الفنية والوظيفية x على رضا الزبون y

المتغير المعتمد	معامل التحديد R2	معامل الانحدار β	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة P	طبيعة العلاقة
رضا الزبون y	0.434	1.097	4.875	23.770	0.000	العلاقة معنوية

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات

- تحقيق الجودة الفنية يساهم في زيادة الموثوقية والمتانة للمنتج، مما يؤدي إلى تقليل عدد العيوب وتحسين الأداء، وبالتالي يساهم في رضا الزبون.
- الجودة الوظيفية تركز على قدرة المنتج على تلبية احتياجات وتوقعات العملاء بشكل فعال، وبالتالي تساهم في تحقيق رضاهم.

- الجودة الفنية والوظيفية تشكلان عنصرين أساسيين في تحقيق رضا الزبون، حيث يؤثر كل منهما على تجربة العميل بطرق مختلفة.

وتطوير استراتيجيات جديدة لتحقيق رضا الزبائن بشكل مستمر.

المصادر

- [1] أحمد سيد مصطفى ، جودة التكاليف والإيزو 9000، دليل عملي، كلية التجارة ، جامعة الزقازيق 2017
- [2] محمد، احمد، إدارة جودة التكاليف في الحكومة، معهد الإدارة العامة، ترجمة: عبد الرحمان أحمد، الرياض، 2011
- [3] بهيرة الموجي ، دوائر جودة التكاليف ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2013
- [4] توفيق محمد عبد المحسن ، قياس جودة التكاليف المقارن (أساليب حديثة في المعايير)، دار الفكر العربي، دار النهضة العربية، مصر، 2004.
- [5] جاسم محيد ، دراسات في الإدارة ةوجودة التكاليف، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2012
- [6] خالد بن سعد عبد العزيز بن سعيد ، إدارة جودة التكاليف تطبيقات على القطاع الصحي، دون ناشر، الرياض، 2018
- [7] خضير كاظم حمود ، جودة التكاليف، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009
- [8] تيسير، محمد، (2005) التعليم الجامعي وتحديات المستقبل، مؤتمر استراتيجيات تطوير مؤسسات التعليم العالي بالوطن العربي في ضوء التحديات المعاصرة (1):2-12-33 الإسكندرية: الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا، جمهورية مصر العربية.
- [9] ثابت، عيسى، (2006) تنمية العلاقات مع الزبائن عامل أساسي لاستمرارية المؤسسات تجربة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، مجلة الباحث جامعة ورقلة، (7):2، 20-35 جامعة الجزائر .
- [10] ليث، نورالدين (2009)، "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف المسلية الجزائر

- 4- توازن بين الجودة الفنية والوظيفية يعتبر أمراً حاسماً لتحقيق رضا الزبائن، حيث يجب أن تلي المنتجات المواصفات الفنية بالإضافة إلى تحقيق الأداء المطلوب.
- 5- فهم احتياجات وتوقعات العملاء وتضمينها في مراحل تطوير المنتج يساهم في زيادة فرص تحقيق رضا الزبائن.
- 6- ردود فعل العملاء واستجابتهم للمنتجات والخدمات تعتبر مؤشرات هامة لقياس جودة العمل وتحقيق رضا الزبائن.
- 7- استثمار الجهود في تحسين الجودة الفنية والوظيفية يعتبر استثماراً حيويًا لتحقيق التميز التنافسي وبناء علاقات دائمة مع الزبائن.

ثانياً : التوصيات

- 1- إجراء دراسة شاملة لتقييم جودة المنتجات والخدمات من الجانبين الفني والوظيفي، بما في ذلك تحليل المواصفات التقنية وقدرة المنتج على تلبية احتياجات الزبائن.
- 2- تبني استراتيجيات متوازنة لضمان تحقيق التوازن المثالي بين الجودة الفنية والوظيفية، مع التركيز على تحسين الأداء وتوفير تجارب ممتازة للعملاء.
- 3- تطوير عمليات التصميم والإنتاج وفقاً لمعايير الجودة الفنية والوظيفية، بما يشمل التفقيس الدقيق واختبارات الجودة ومراجعة تصميم المنتج بناءً على ملاحظات العملاء.
- 4- إدراج متطلبات الجودة الوظيفية كجزء أساسي من عمليات التطوير والتصميم، وذلك من خلال الاستماع المستمر لملاحظات العملاء وتكاملها في دورات التطوير.
- 5- تعزيز ثقافة الجودة داخل المنظمة من خلال توعية فرق العمل بأهمية تحقيق التوازن بين الجودة الفنية والوظيفية، وتقديم التدريب المناسب في هذا الصدد.
- 6- تعزيز الاستجابة السريعة لملاحظات العملاء ومعالجة شكاويهم بفعالية، مما يعزز الثقة ويسهم في بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء.
- 7- إجراء دراسات مستمرة لقياس رضا العملاء وتقييم أداء المنتجات والخدمات، واستخدام النتائج لتحسين العمليات

الملاحق

الاستبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته..

يطيب لنا ان نقدم لحضرتكم هذا الاستبيان وذلك بهدف الحصول على البيانات اللازمة للدراسة التي عنوانها (دو الجودة الفنية والوظيفية في تحقيق رضا الزبون) .

نأمل من حضرتكم التفضل بالاجابة على أسئلة الاستبيان بدقة وذلك لان صحة النتائج تعتمد بالدرجة الاساس على اجابتكم.

شاكرين حسن تعاونكم معنا.

وتقبلوا فائق الاحترام والامتنان

اولا- بيانات شخصية

1- النوع الاجتماعي: ذكر انثى

2- العمر :

اقل من 30 سنة 30-40 سنة

41-50 سنة 51 سنة فاكثر

3- المؤهل العلمي : اعدادية دبلوم بكالوريوس دبلوم عالي ماجستير دكتوراه

4- عدد سنوات الخدمة الوظيفية الحالية:

5 سنوات فأقل 6-10 سنوات 11 – 15 سنة

16-20 سنة 21 سنة فاكثر

5-نوع الوظيفة: تدريسي . اداري .

اولاً : الجودة الفنية والوظيفية:

ت	الاسئلة	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
1	الجودة الفنية تشير إلى مدى انطباق المنتج على المواصفات التقنية والفنية المحددة، بينما الجودة الوظيفية تركز على مدى قدرة المنتج على تلبية احتياجات وتوقعات المستخدمين.					

					2	الجودة الفنية تعبر عن جودة المواد والتصنيع والتصميم، في حين تعبر الجودة الوظيفية عن الأداء والموثوقية وسهولة الاستخدام.
					3	يمكن أن يكون المنتج ذو جودة فنية عالية ولكنه قد لا يلبي الاحتياجات الوظيفية المحددة، والعكس صحيح أيضاً.
					4	تحسين الجودة الفنية يسهم في تقليل عدد العيوب وزيادة المتانة، بينما يركز تحسين الجودة الوظيفية على تحسين تجربة المستخدم وزيادة الرضا.
					5	يجب أن تتوازن بين الجودة الفنية والوظيفية لتحقيق توازن مثالي بين التكلفة والأداء.
					6	قد يتغير تعريف الجودة الوظيفية باختلاف الثقافات والسوق المستهدفة،
					7	الجودة الفنية تمثل الأساس للجودة الوظيفية؛ فلا يمكن تحقيق الجودة الوظيفية بدون جودة فنية عالية.
					8	يعتبر تحقيق الجودة الوظيفية هدفاً رئيسياً للشركات الرائدة في مجال تطوير المنتجات، حيث يسهم في بناء سمعة العلامة التجارية وزيادة الولاء للعملاء.

ثانياً : رضا الزبون:

ت	الاسئلة	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
1	رضا الزبون يعني تلبية توقعات الزبائن وتجاوزها في بعض الأحيان، مما يؤدي إلى بناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء.					
2	يتطلب رضا الزبون فهم عميق لاحتياجات الزبائن وتوفير الحلول المناسبة والملائمة لهم.					
3	العمل على تحسين تجربة العملاء يعتبر أحد الطرق الرئيسية لزيادة رضا الزبائن، سواء عبر تحسين الخدمة أو تبسيط العمليات.					
4	رضا الزبون ليس مجرد هدف فقط، بل يعتبر مؤشراً مهماً على نجاح العمل التجاري وتنافسيته في السوق.					
5	يمكن أن يؤدي عدم تحقيق رضا الزبون إلى فقدان العملاء					

					وتدهور السمعة التجارية، مما يؤثر سلباً على النمو والربحية.
					6 استطلاعات رضا العملاء وتقييماتهم تعتبر أدوات فعالة لقياس أداء الشركة وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.
					7 يجب أن تكون الاستجابة السريعة والفعالة لشكاوي العملاء جزءاً أساسياً من استراتيجية الشركة لتحقيق رضا الزبائن.
					8 الاستماع المستمر لملاحظات العملاء واستيعابها في تطوير المنتجات والخدمات يسهم في بناء علاقات تجارية قوية ومستدامة.