

جودة الخدمات في القطاع السياحي

المقدمة

لقد زاد الاهتمام في السنوات الاخيرة بالقطاع السياحي والتنمية السياحية وذلك لتشابكها مع قطاعات اقتصادية كثيرة ولدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات ومن ثم المساهمة في التنمية الاقتصادية إذ تؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من أسرع الصناعات من حيث تحقيق معدلات النمو ، لذا نجد الكثير من الدول النامية تسعى إلى تسخير كافة السبل لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكفل تحقيق الأهداف المرجوة من تطوير قطاعها السياحي والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعها الداخلية والخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إلا أنها تحتاج إلى تطبيق دقيق لعمليات تقديم الخدمات السياحية الى السياح والزوار .

تعريف جودة الخدمات السياحية

هي حالة ديناميكية مرتبطة بالمنتجات المادية والخدمات وبالأفراد والعمليات والبيئة المحيطة بحيث تتطابق هذه الحالة مع التوقعات. كذلك هي حالة خدمة او سلعة موجهة لتلبية حاجات المستهلكين . بمعنى أن الجودة هي مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين من السياح والزوار .

أهمية جودة الخدمات في القطاع السياحي

يعتمد نجاح خطة التسويق السياحي على مدى بلوغ سمات جودة الخدمات السياحية الى درجات رضا الزائر مع التأكيد الأساسي على السياق السياحي المختلف. لذلك ، كان عامل ولاء الزائر للوجهة هو المفهوم المركزي وأحد المكاسب الرئيسية لنجاح جودة الخدمات المقدمة في الفنادق والمنشآت السياحية في الوجهة السياحية . وقد أثبتت دراسات عديدة أن ظاهرة ولاء السائح للوجهة السياحية وجودة الخدمات السياحية لا يمكن التعامل معها من دون فهم كامل لمفهوم التسويق السياحي على المستوى المحلي والمستوى الدولي لمختلف سياقات السياحة ومن خلال صورة الوجهة السياحية ورضا السائح. ونتيجة لذلك فإن العلاقة بين جودة الخدمات السياحية وولاء الوجهة تعتمد على صورة الوجهة في أذهان المسافرين.

العلاقة بين التنافسية وسمات جودة الخدمات في القطاع السياحي

لقد أصبح الاهتمام بجودة الخدمات في المنشآت الخدمية والانتاجية أمر شائع وفي غاية الأهمية للوصول إلى رضا وولاء وثقة العملاء ولتحقيق الربحية والتنافسية للمنظمات والشركات على الرغم من اختلاف الجودة المدركة في السلع الملموسة عن الجودة المدركة في الخدمات التي تتمتع بخصائص مختلف كخدمات الفنادق والمنشآت السياحية الاخرى .

على الرغم من أن الخدمات السياحية لها طبيعة وخصائص مختلفة عن قطاع المنتجات مما يجعلها تمتاز بالتعقيد والأهمية الكبيرة في الاقتصاديات العالمية والمحلية ومع اشتداد المنافسة في القطاع السياحي فإن تصميم الخدمات الناجح يتضمن هندسة مجموع من العمليات والموارد والمخرجات التي تؤدي إلى الاستجابة إلى توقعات الزبائن وهذا يعتبر تحدي ومدخل هام لتحقيق الجودة التي تتناسب مع رضا المستهلكين بما يوازيها من تحسين الربحية وتعزيز المكانة التنافسية.

تقييم جودة الخدمات

لتحديد أوجه القصور وتحسين نوعية الخدمات المقدمة من أجل تحقيق الميزة التنافسية والربحية وزيادة العائد على الاستثمار والكفاءة في العمليات وتقليل التكاليف وكذلك تحقيق رضا السائحين



المستفيدين وضمان ولاءهم للخدمات المقدمة. ويمكن القول إن التطور السريع وزيادة المنافسة بين الشركات في الأسواق السياحية الداخلية والخارجية رفع مكانة جودة الخدمات فصارت سمة عامة تحرص عليها الجهات السياحية في مختلف انحاء العالم .

ترتبط جودة الخدمة المقدمة بعدة ابعاد متحدة مع بعضها تتمثل في: الجوانب الملموسة ، الثقة والاعتمادية ، الاستجابة ، الامان والضمان و التعاطف الكفاءة .

❖ الجوانب الملموسة

في حين يشير بعد الجوانب الملموسة الى مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية و مظهر الافراد العاملين وادوات و وسائل الاتصال وكل ما يتعلق بالتجهيزات المادية اللازمة لإداء الخدمة .

❖ الثقة والاعتمادية

يشير بعد الاعتمادية الى قدرة مقدم الخدمة على اداء الخدمة التي وعد بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها و أيضا بدرجة عالية من الصحة و الدقة ، فالزبون يتوقف ان تقدم له خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت و الاداء تماما ومثلما تم وعده وان يعتمد على مقدم الخدمة من هذه الناحية بالذات .

❖ الاستجابة

يؤكد بعد الاستجابة مدى قدرة و رغبة و استعداد مقدمي الخدمة في ان يكونوا جاهزين بشكل دائم في خدمة الزبائن وقدرتهم على اداء الخدمة لهم عند احتياجهم لها .

❖ الامان والضمان والموثوقية

في حين أن بعد الامان والضمان يشير الى درجة الشعور بالأمان و الثقة في الخدمة المقدمة ومن يقدمها كما تتعلق بمدى المخاطر لنتائج تلقي الخدمة في الفندق او من مقدمها او من كليهما .

❖ التعاطف والكفاءة

بينما يؤكد بعد التعاطف أن يكون مقدم الخدمة على قدر من الاحترام و الادب وان يتسم بالمعاملة الودية والحسنة مع العملاء ومن ثم فان هذا الجانب يبين الى أي مدى بلغت درجة الاهتمام والعناية بالسائح ورعاية خصوصيته والاهتمام بمشاكله .

- أنتهت -