



يوم: 2026/05/11

امتحان الدورة العادية في مقياس اقتصاد التجارة والخدمات

السؤال الأول: (04 نقاط)

قدم شرحا موجزا للمصطلحات التالية:

- زهرة الخدمة
- المكاتب الخلفية للخدمة
- دورة حياة الخدمة
- 7Ps

السؤال الثاني: (06 نقاط)

أجب بصحيح أو خطأ مع تصحيح الخطأ إن وجد:

- تعني مرونة الطلب على الخدمة درجة حساسية الطلب للتغيرات التي تحدث في مستويات الأسعار.
- تتحدد سياسة تسعير خدمات المؤسسة بالموقف التنافسي الذي تتمتع به في السوق.
- تتصف الخدمة بتجانس الجودة دوماً وفي كل الظروف.
- يتصف قطاع خدمات الترفيه بطلب منخفض المرونة.

السؤال الثالث: (10 نقاط)

شهدت إحدى المؤسسات الخدمية والمتخصصة في خدمات التوصيل السريع للطلبات، نجاحاً كبيراً في سنواتها الأولى بفضل سرعة الخدمة وانخفاض الأسعار، ومع توسع نشاطها بدأت تظهر بعض الشكاوى المتعلقة بتأخر التوصيل، وضعف الاستجابة لانشغالات الزبائن، وعدم وضوح المعلومات المتعلقة بمتابعة الطلبات، وفي إطار سعيها للحفاظ على حصتها السوقية، قامت المؤسسة بإضافة خدمات مرافقة مثل خدمة تتبع الطلبات إلكترونياً، وخدمة الدفع المتعدد، وخدمة استقبال الشكاوى والرد عليها، وهو ما يقودنا للتساؤل حول طبيعة هذه المرحلة من عمر الخدمة وكذا الاستراتيجيات الواجب اتخاذها.

المطلوب

اعتماداً على السند، وبالاستناد إلى مكتسباتك في مقياس اقتصاد التجارة والخدمات، أكتب مقالا علمياً تعالج فيه هذه الإشكالية، وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

- ما هو نموذج دورة حياة الخدمة وما هي أهميته؟
- ما هي المرحلة التي وصلت إليها خدمة التوصيل ضمن دورة حياة المنتج الخدمي مع التعليل؟
- كيف يمكن تحليل جودة خدمات المؤسسة بالاعتماد على مؤشرات قياس جودة الخدمة؟
- ما هي خدمات المؤسسة الأساسية والمكملة وفق نموذج زهرة الخدمة؟

أ. ليلي بلغول

بالتوفيق



يوم : 2026/05/11

الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية في مقياس اقتصاد التجارة والخدمات

العلامة	السؤال الأول	
1 ن	زهرة الخدمة: هي الإطار الذي يسمح بفهم العناصر المكملة او المحيطة للخدمة والتي تزيد قيمة للخدمة الجوهرية، فالخدمة الجوهر هي الهدف الذي جاء من أجله الزبون، أما الخدمات المكملة هي خدمات مسهلة ومحسنة لاستعمال الخدمة الجوهر تستعمل غالبا لاكتساب مزايا تنافسية، مثلا خدمة الإيواء أساسية وخدمة حفظ الامتعة أو أنشطة ترفيهية للأطفال في نفس الفندق تكميلية.	1
1 ن	المكاتب الخلفية للخدمة: هي مجموعة الأنشطة والوظائف والإجراءات التي يقوم بها الموظفون وراء الواجهة أو خلف الكواليس، والتي لا تظهر للزبون لكنها تدعم الأنشطة التي تبدو للزبون في الواجهة، مثلا الصيانة وجدولة الرحلات في خدمات النقل، تدقيق الحسابات في البنوك.	2
1 ن	دورة حياة الخدمة: هي المراحل التي تمر بها الخدمة في السوق، منذ ميلادها وتقديمها إلى السوق إلى غاية استبدالها أو خروجها من السوق، وعموما يقسم عمر الخدمة إلى أربعة مراحل: الانطلاق، النمو، النضج، الانحدار، وتتحدد هذه المراحل حسب الطلب والمبيعات والمنافسة.	3
1 ن	7Ps: عناصر المزيج التسويقي الخدمي وهي مجموعة السياسات التسويقية التي تعتمد عليها المؤسسة الخدمية لتسويق خدماتها، وتتضمن سبعة عناصر: المنتج الخدمي، السعر، التوزيع، الترويج، الأشخاص، الدليل المادي، العمليات.	4
4 ن	المجموع	

العلامة	السؤال الثاني	
1 ن	تعني مرونة الطلب على الخدمة درجة حساسية الطلب للتغيرات التي تحدث في مستويات الأسعار (صحيحة).	1
1 ن	تتحدد سياسة تسعير خدمات المؤسسة بالموقف التنافسي الذي تتمتع به في السوق (صحيحة).	2
2 ن	تتصف الخدمة بتجانس الجودة دوما وفي كل الظروف (خاطئة).	3

	التصحيح: تتصف الخدمة بعدم تجانس الجودة بسبب ارتباطها بمعايير ذاتية مثلًا نفسية مقدم الخدمة.	
4	يتصف قطاع خدمات الترفيه بطلب منخفض المرونة (خاطئة). التصحيح: يتصف قطاع خدمات الترفيه بمرونة الطلب، إذ أن أي تغير في سعر هذه الخدمة يحدث تغيراً في الطلب عليها.	2 ن
6 ن	المجموع	

العلامة	السؤال الثالث	
1 ن	مقدمة تدور حول السند وتمهد للإشكال وتنتهي بتساؤل رئيسي يعبر عن الإشكالية.	1
2 ن	نموذج دورة حياة الخدمة وأهميته كأداة تحليلية تخطيطية: تعيش الخدمات وكغيرها دورة حياة معينة ترتبط فيها بنطاق زمني محدد وتتم بمراحل حياة متباينة، فالخدمة تولد في السوق ثم تنمو وتتطور فيه لتنتهي بانحدارها أو زوالها منه، وكل مرحلة تتطلب استراتيجية مميزة عن الأخرى وبالرغم من التفاوت في دورة حياة المنتج المختلفة إلا أن أغلبها يمر بالمراحل التالية: 1/ مرحلة التقديم، 2/ مرحلة النمو، 3/ مرحلة النضج، 4/ مرحلة التدهور أو الانحدار. حيث ترتبط كل مرحلة فيها بحجم معين من المبيعات والأرباح، وهو ما يمثل إطاراً مفيداً لرجال التسويق إذ يساعدهم وصف الكيفية والوضعية التي تعمل بها الخدمة في السوق على تخطيط الاستراتيجيات التسويقية التي تناسب كل مرحلة، بالتالي فهذا النموذج أداة لتحليل وضعية المؤسسة وكذا أداة للتخطيط. مثلاً وبحسب هذا النموذج ينبغي على المؤسسة تقصير مرحلة الانطلاق وإطالة مرحلتي النمو والنضج المرغبتين وكذا طرح خدمات جديد في مرحلة الانحدار.	2
2 ن	المرحلة التي وصلت إليها خدمة التوصيل ضمن دورة حياة الخدمة مع التعليل: حققت المؤسسة نجاحاً كبيراً في السنوات الأولى بمعنى أنها تجاوزت مرحلة الانطلاق، ومع توسع النشاط تكون قد مرت بمرحلة النمو. أما بداية ظهور الشكاوى والمشاكل بعد التوسع فهذا دليل على أنها بلغت مستوى من الاستقرار جعلها تواجه صعوبات الحفاظ على نفس الجودة وهو ما يميز مرحلة النضج، كما أن ردة فعل المؤسسة بإضافة خدمات مرافقة وتحسينات تعبر عن سلوكيات مرحلة النضج.	3
2 ن	تحليل جودة خدمات المؤسسة بالاعتماد على مؤشرات قياس جودة الخدمة: يمكن تحليل جودة خدمات المؤسسة بالاعتماد على مؤشرات/أبعاد قياس جودة الخدمة (SERVQUAL) بطريقة تطبيقية على السند، كالتالي: - الاعتمادية: ويقصد بها قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بدقة وفي الوقت الموعود، وبالنسبة للمؤسسة ظهور شكاوى مرتبطة بتأخر التوصيل يدل على وجود ضعف في الاعتمادية، لأن المؤسسة لم تعد تلتزم دائماً بالوقت المتوقع لتقديم الخدمة. - الاستجابة: ويقصد بها سرعة استجابة المؤسسة لاحتياجات الزبائن واستفساراتهم وشكاواهم، وبالنسبة للمؤسسة وجود ضعف الاستجابة لانشغالات الزبائن مؤشر سلبي على هذا البعد، لكن إنشاء خدمة استقبال الشكاوى والرد عليها يعكس محاولة لتحسين الاستجابة. - الضمان: ويتمثل في قدرة المؤسسة على بناء الثقة لدى الزبون من خلال الكفاءة	4

	والمصداقية والأمان في التعامل، وبالنسبة للمؤسسة إضافة خدمة تتبع الطلبات إلكترونياً والدفع المتعدد قد يعزز ثقة الزبون ويشعره بالأمان والاطمئنان تجاه الخدمة. - التعاطف: ويقصد به اهتمام المؤسسة الفردي بالزبون وفهم احتياجاته، وبالنسبة للمؤسسة استحداث قنوات للشكاوى ومحاولة الاستماع لانشغالات الزبائن يمكن اعتباره مؤشراً على اهتمام المؤسسة بزبائنها وسعيها لتحسين تجربتهم.	
2 ن	خدمات المؤسسة الأساسية والمكملة وفق نموذج زهرة الخدمة: الخدمة الأساسية: تتمثل في خدمة التوصيل السريع للطلبات وهي الخدمة الجوهرية التي أنشئت المؤسسة من أجلها والتي يسعى الزبون للحصول عليها. الخدمات التكميلية: - المعلومات: وردت من خلال خدمة تتبع الطلبات إلكترونياً إذ تمكّن الزبون من الحصول على معلومات حول وضعية الطلب ومساره. - الدفع: وردت من خلال خدمة الدفع المتعدد وهي خدمة تكميلية تسهّل على الزبون تسديد قيمة الخدمة بوسائل مختلفة. - الاستثناءات أو معالجة المشكلات: وردت من خلال خدمة استقبال الشكاوى والرد عليها وتهدف إلى معالجة المشكلات والانشغالات المرتبطة بالخدمة.	5
01 ن	خاتمة: عبارة عن خلاصة أو نتيجة عامة، مثلاً: ختاماً لهذا المقال يمكن القول بأنه ينبغي على مؤسسة التوصيل التكيف مع التغيرات التي ترافق مراحل تطور خدمتها، وفي المرحلة وصلت إليها المؤسسة ينبغي التركيز أكثر على تحسين الجودة وكذا تكثيف الترويج لأجل الحفاظ على الحصة السوقية.	6
10 ن		المجموع

ملاحظة:

- تقبل كل الإجابات الصحيحة وإن كانت مختصرة.

تم بحمد الله ... إن أصبنا فمن الله وإن أخطأنا فمن أنفسنا ومن الشيطان.