

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر جودة خدمات المسابح على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة عبدالله بن طالب لبرك
السباحة بمدينة الرياض

عبدالله سالم بن طالب

233001921

مشروع تخرج - 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د . عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2026 - الفصل الدراسي الأول

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1. 2. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	6
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	6
1. 3. أهمية الدراسة	7
1.3.1. على المستوى النظري:	7
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	7
4.1. أسئلة الدراسة	7
5.1. أهداف الدراسة	7
6.1. فرضيات الدراسة	7
7.1. نموذج الدراسة	8
8.1. منهجية الدراسة	8
9.1. الدراسة الميدانية	8
1. 10. مخطط المشروع المقترح	8
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	9
2. 1. المقدمة:	10
2.2. المتغير المستقل	10
3.2. المتغير التابع	11
4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	11
5.2. الخاتمة	11
قائمة المراجع	12

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة

تُعَدّ جودة خدمات المسابح من الموضوعات الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في بيئة الأعمال المعاصرة، لما لها من تأثير مباشر على رضا العملاء وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات. ومع تنامي الطلب على خدمات الترفيه والصحة واللياقة البدنية، وارتفاع توقعات العملاء تجاه منشآت السباحة، أصبحت الشركات العاملة في هذا القطاع مطالبة بتقديم خدمات عالية الجودة تحقق الكفاءة التشغيلية وتلبي متطلبات السلامة والنظافة والراحة. إلا أن كثيراً من الشركات لا تزال تواجه تحديات في تحقيق التوازن بين جودة الخدمة المقدمة وتوقعات العملاء، مما يؤدي إلى تفاوت مستويات الرضا لديهم. ومن هنا تبرز مشكلة الدراسة في محاولة فهم مدى تأثير جودة خدمات المسابح على تحسين رضا العملاء، وبشكل خاص في شركة عبدالله بن طالب لبرك السباحة بمدينة الرياض.

وقد تناولت العديد من الدراسات السابقة العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، حيث أشارت دراسات في مجال إدارة الجودة والخدمات إلى وجود ارتباط إيجابي بين تحسين جودة الخدمة وارتفاع مستوى رضا العملاء وولائهم للمؤسسة. كما بيّنت دراسات في مجال خدمات الترفيه والرياضة أن الاهتمام بمعايير الجودة الشاملة في المنشآت الرياضية والترفيهية يساهم في تعزيز ثقة العملاء وتحسين السمعة المؤسسية. وأوضحت أبحاث أخرى أن خدمات المسابح ذات الجودة العالية أصبحت عاملاً تنافسياً مهماً في جذب العملاء والاحتفاظ بهم، خاصة في أسواق تشهد تنافساً مرتفعاً في قطاع اللياقة البدنية والترفيه المائي.

وعلى الرغم من وفرة الدراسات التي تناولت جودة الخدمات أو رضا العملاء كلٌّ على حدة، إلا أن هناك فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التطبيقية التي ركزت على جودة خدمات المسابح بشكل مباشر وتأثيرها على رضا العملاء في البيئة المحلية السعودية، خصوصاً في الشركات العاملة بمدينة الرياض. كما أن بعض الدراسات السابقة ركزت على قطاعات خدمية أخرى أكثر من تركيزها على شركات برك السباحة، مما يبرز الحاجة إلى دراسة تطبيقية تساهم في سد هذه الفجوة المعرفية وتقديم نتائج واقعية تدعم متخذي القرار.

وتستهدف هذه الدراسة عملاء شركة عبدالله بن طالب لبرك السباحة بمدينة الرياض باعتبارهم الفئة الأكثر تأثراً بمستوى جودة الخدمات المقدمة، حيث يمثل رضا العملاء مؤشراً أساسياً لنجاح المؤسسة واستمراريتها. وتكمن أهمية المشكلة في

أن تحسين جودة خدمات المسابح لا يقتصر فقط على ضمان الكفاءة التشغيلية، بل يمتد ليشمل تعزيز تجربة العميل وزيادة مستوى الثقة والولاء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في سوق يتسم بالتغير السريع وارتفاع توقعات المستفيدين.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة خدمات المسابح في تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة عبدالله بن طالب لبرك السباحة بمدينة الرياض، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين أبعاد جودة خدمات المسابح ومستوى رضا العملاء، وتحديد مدى مساهمة هذه الخدمات في تعزيز تجربة العميل. كما تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات عملية يمكن أن تساعد الشركة في تطوير خدماتها بما يحقق رضا العملاء ويدعم التوجهات الحديثة نحو الجودة الشاملة في قطاع المسابح.

2.1. مشكلة الدراسة

في ظل التطورات المتسارعة في بيئة الأعمال وتنامي الطلب على خدمات المسابح وبرك السباحة في المملكة العربية السعودية، أصبحت جودة هذه الخدمات أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في تقييم العملاء لأداء المؤسسات الخدمية. ولم يعد اهتمام الشركات مقتصرًا على توفير البركة فقط، بل أصبح يشمل الالتزام بمعايير السلامة والنظافة والخدمة الاحترافية وتوفير بيئة مريحة وأمنة. ومع ارتفاع مستوى وعي العملاء بمتطلبات الجودة، باتوا أكثر ميلًا للتعامل مع المؤسسات التي تراعي هذه المعايير وتقدم خدمات متميزة، مما جعل رضا العملاء مرتبطاً بشكل متزايد بمستوى جودة الخدمات المقدمة.

وعلى الرغم من توجه العديد من المؤسسات نحو تطوير خدماتها في قطاع المسابح، إلا أن مدى انعكاس جودة هذه الخدمات على رضا العملاء لا يزال غير واضح بصورة كافية، خاصة في بعض الشركات المحلية التي قد تطبق معايير جودة دون قياس أثرها الفعلي على تجربة العميل ودرجة رضاه. ويؤدي هذا الغموض إلى صعوبة تحديد مدى فاعلية تلك الجهود في تحقيق أهداف المؤسسة التسويقية وتعزيز علاقتها بعملائها.

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم طبيعة العلاقة بين جودة خدمات المسابح ورضا العملاء، ومدى تأثير تحسين هذه الخدمات على رفع مستوى رضا العملاء في شركة عبدالله بن طالب لبرك السباحة بمدينة الرياض، وذلك بهدف توفير رؤية علمية تساعد في تطوير الخدمات بما يتوافق مع توقعات العملاء ويسهم في تعزيز الأداء المؤسسي والاستدامة التنافسية.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تتمثل الفجوات النظرية في محدودية الإطار المفاهيمي الذي يربط بشكل متكامل بين جودة خدمات المسابح ورضا العملاء، حيث ركزت معظم الدراسات السابقة على جودة الخدمة العامة أو على قطاعات مختلفة كالفنادق والمستشفيات دون التعمق الكافي في خصوصية قطاع المسابح وبرك السباحة. كما أن الأدبيات ركزت بدرجة أكبر على الأبعاد العامة لجودة الخدمة دون التوسع الكافي في تحديد أبعاد جودة خدمات المسابح وآليات قياسها من منظور العملاء. إضافةً إلى ذلك، لا تزال الحاجة قائمة لتطوير نماذج نظرية تفسر كيفية تأثير مستوى الخدمة في منشآت السباحة على إدراك العملاء ومستوى رضاهم، مما يبرز ضرورة تقديم إطار نظري يدعم فهم هذه العلاقة بشكل أعمق.

2.2.1. فجوات على المستوى التطبيقي

تتمثل الفجوات التطبيقية في قلة الدراسات الميدانية التي تناولت أثر جودة خدمات المسابح على رضا العملاء في البيئة السعودية، وبشكل خاص في الشركات الخدمية بمدينة الرياض. كما أن معظم الدراسات التطبيقية السابقة ركزت على قطاعات خدمية أخرى أو منظمات كبرى، بينما لم تحظ شركات المسابح المحلية بدراسات كافية تقيس واقع تطبيق معايير الجودة وتأثيرها الفعلي على العملاء. إضافةً إلى ذلك، يوجد نقص في الدراسات التي تعتمد على آراء العملاء بشكل مباشر لقياس مستوى إدراكهم لجودة خدمات المسابح وعلاقتها بدرجة رضاهم، مما يبرز الحاجة إلى إجراء دراسة تطبيقية تساهم في تقديم نتائج عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير الأداء الخدمي داخل شركة عبدالله بن طالب لبرك السباحة.

ما أثر جودة خدمات المسابح على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة عبدالله بن طالب لبرك السباحة بمدينة الرياض؟

3.1. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

2.3.1. على المستوى التطبيقي:

4.1. أسئلة الدراسة

5.1. أهداف الدراسة

6.1. فرضيات الدراسة

7.1. نموذج الدراسة

8.1. منهجية الدراسة

9.1. الدراسة الميدانية

10.1. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1.2. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

3.2. المتغير التابع

4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

5.2. الخاتمة

قائمة المراجع

- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers: Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality*, 15(3), 245–258.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., & Milne, I. (1996). Measuring customer service quality in sports and leisure centres. *Managing Leisure*, 1(2), 77–89.
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84–97.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure centre. *Sport Management Review*, 5(1), 25–43.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Theodorakis, N. D., Howat, G., Ko, Y. J., & Avourdiadou, S. (2014). A comparison of service evaluation models in the context of sport and fitness centres in Greece. *Managing Leisure*, 19(1), 18–35.

الطائي، حميد عبدالنبي، والعلاق، بشير عباس (2016).

إدارة الجودة الشاملة وخدمة الزبائن. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

السلمي، علي بن محمد (2018).

إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات تطبيقها في المنظمات الحديثة. الرياض: دار المريخ للنشر.

أبو النصر، مدحت محمد (2017).

إدارة الجودة الشاملة: المفاهيم والتطبيقات. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

الزهراني، محمد بن سعد (2019).

جودة الخدمات في منشآت الرياضة والترفيه وأثرها على رضا المستفيدين. مجلة العلوم الرياضية والبدنية، 12(2)، 45-67.

العنزي، فهد بن عبدالله (2021).

قياس مستوى رضا العملاء عن جودة الخدمات في مراكز اللياقة البدنية والمساح بمدينة الرياض. المجلة العربية لإدارة الأعمال، 8(1)، 112-135.

الحربي، عبدالعزيز بن ناصر (2020).

معايير جودة الخدمة في برك السباحة والمنشآت المائية: دراسة تطبيقية. مجلة الإدارة والاقتصاد، 15(3)، 78-99.