

تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه

1. أسئلة البحث

- ما مدى تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه؟
- ما هي أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً على رضا العملاء؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء؟
- هل تختلف درجة رضا العملاء باختلاف مستوى جودة الخدمة المقدمة؟

2. أهداف البحث

- التعرف على تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه
- تحديد أهم أبعاد جودة الخدمة المؤثرة على رضا العملاء
- قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة
- تقديم توصيات لتحسين جودة الخدمة وزيادة رضا العملاء

3. فرضيات البحث

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء: H1
- تؤثر أبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الملموسية) بشكل إيجابي على رضا العملاء: H2
- كلما زادت جودة الخدمة زاد مستوى رضا العملاء: H3

4. نموذج الدراسة

المتغير المستقل: جودة الخدمة

المتغير التابع: رضا العملاء

يفترض النموذج أن جودة الخدمة تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء.

5. مكان التطبيق (الدراسة الميدانية)

سيتم تطبيق الدراسة على مجموعة من مراكز الترفيه في المملكة العربية السعودية، وذلك بهدف جمع البيانات المتعلقة بمستوى جودة الخدمة ومدى رضا العملاء.

6. النتائج المتوقعة

- وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء
- ارتفاع رضا العملاء في المراكز ذات الجودة العالية
- تأثير بعض الأبعاد بشكل أكبر مثل سرعة الخدمة والتعامل

7. المخطط المقترح للمشروع

- الفصل الأول: الإطار العام

- الفصل الثاني: الدراسات السابقة
- الفصل الثالث: منهجية الدراسة
- الفصل الرابع: تحليل البيانات
- الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

8. جدول المحتويات

- الفصل الأول: الإطار العام
- الفصل الثاني: الدراسات السابقة
- الفصل الثالث: منهجية الدراسة
- الفصل الرابع: تحليل البيانات
- الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
- قائمة المراجع

9. المراجع

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL model
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). Marketing Management
- Zeithaml, V. (2000). Service Quality and Customer Satisfaction