

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

أثر جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء بالتطبيق على شركة المسافرين بالرياض

أسم الطالب

صفية أيمن النبريص

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالحليم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
5	1.2. مشكلة الدراسة
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
5	1.3. أهمية الدراسة
6	1.3.1. على المستوى النظري:
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
6	1.4. أسئلة الدراسة
7	1.5. أهداف الدراسة
6	1.6. فرضيات الدراسة
7	1.7. نموذج الدراسة
8	1.8. منهجية الدراسة
8	1.9. الدراسة الميدانية
8	1.10. مخطط المشروع المقترح
9	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
10	2.1. المقدمة:
11	2.2. المتغير المستقل
11	2.3. المتغير التابع
11	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
12	2.5. الخاتمة
13	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

في عصرٍ يشهد تطورًا متسارعًا في قطاع السفر والسياحة، أصبحت جودة الخدمات المقدمة من أهم العوامل التي تحدد نجاح الشركات وقدرتها على المنافسة والاستمرار في السوق ومع التطوير التقني المتزايد وتغير احتياجات العملاء وتوقعاتهم، لم يعد تقديم الخدمات السياحية مقتصرًا على توفير وسائل السفر أو الحجز فقط، بل أصبح يتطلب تقديم تجربة متكاملة تتميز بالكفاءة والموثوقية وسرعة الاستجابة والقدرة على تلبية احتياجات العملاء بمستوى عالٍ من الجودة

ويُعد رضا العملاء أحد أهم المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسات السياحية في تقييم أدائها وقياس مدى نجاحها في تحقيق أهدافها، حيث يسهل في تعزيز ولاء العملاء وزيادة فرص تكرار التعامل مع الشركة، إضافة إلى تحسين سمعتها في السوق. ومن هذا المنطلق، أصبحت دراسة العوامل المؤثرة في رضا العملاء ضرورة ملحة للمؤسسات الراغبة في تحقيق التميز والريادة في قطاع السفر والسياحة.

وتنبع أهمية هذا التقرير من كونه يتناول أحد الموضوعات الحيوية في مجال إدارة الأعمال والخدمات السياحية، وهو أثر جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء، لهذا الموضوع دور مهم في دعم القرارات الإدارية وتطوير مستوى الخدمات المقدمة بما يتوافق مع تطلعات العملاء واحتياجاتهم. كما يساهم في إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بالعلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في القطاع السياحي.

ويهدف هذا التقرير إلى دراسة أثر جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء بالتطبيق على شركة المسافرين بمدينة الرياض، من خلال التعرف على مفهوم جودة الخدمات السياحية وأبعادها المختلفة، وبيان مفهوم رضا العملاء وأهميته، وتحليل العلاقة بينهما، إضافة إلى استعراض واقع الخدمات المقدمة من الشركة ومدى تأثيرها في تحقيق رضا العملاء.

كما يسعى التقرير إلى الوصول إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي يمكن أن تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة وتعزيز رضا العملاء، بما يدعم قدرة الشركة على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في سوق السفر والسياحة

1.2. مشكلة الدراسة

تُعد جودة الخدمات السياحية من المفاهيم الحديثة التي تحظى باهتمام متزايد في قطاع السفر والسياحة، لما لها من دور أساسي في تحسين تجربة العملاء وتعزيز رضاهم. حيث أصبحت الشركات السياحية تسعى إلى تطوير مستوى خدماتها لمواكبة احتياجات العملاء وتوقعاتهم المتغيرة، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة في هذا القطاع. ويتناول هذا البحث أثر جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء، باعتبار أن جودة الخدمة تعد عنصراً رئيسياً في بناء الثقة والولاء وتحقيق التميز التنافسي. ومن خلال دراسة العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا العملاء بالتطبيق على شركة المسافرين بمدينة الرياض، يسعى البحث إلى التعرف على مدى تأثير مستوى الخدمات المقدمة في تحقيق رضا العملاء، وتقديم نتائج تساعد في تطوير الخدمات وتحسين تجربة العملاء.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تنصب المشكلة للبحث حول تساؤلات تتعلق بكيفية تأثير جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء، مما يتطلب فهم المفاهيم الأساسية لكل من جودة الخدمة ورضا العملاء، وتحليل طبيعة العلاقة بينهما في قطاع السفر والسياحة. كما يتطلب البحث التعرف على أبعاد جودة الخدمات السياحية ومدى مساهمتها في تعزيز تجربة العملاء، إضافة إلى وجود حاجة لدراسة هذه العلاقة بشكل أعمق نظراً لأهمية تطوير المعرفة المتعلقة بعوامل تحقيق رضا العملاء في القطاع السياحي.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تتمثل المشكلة في مدى قدرة شركة المسافرين على تقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية تسهم في تحقيق رضا العملاء وتلبية توقعاتهم. ويتطلب ذلك دراسة مستوى الخدمات المقدمة وتحليل مدى تأثيرها على تجربة العملاء ودرجة رضاهم، بالإضافة إلى التعرف على التحديات التي قد تواجه الشركة في تحسين جودة خدماتها. وبناء على ذلك، يهدف البحث إلى تقديم نتائج وتوصيات عملية تساعد في تطوير الخدمات السياحية وتعزيز رضا العملاء ورفع القدرة التنافسية للشركة.

ما أثر جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء في شركة المسافرين بمدينة الرياض؟

1.3. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية جودة الخدمات السياحية باعتبارها عاملاً أساسياً في تحقيق رضا العملاء وتعزيز قدرتهم على الاستمرار في التعامل مع الشركة. كما تسعى الدراسة إلى التعرف على أثر جودة

الخدمات السياحية المقدمة في شركة المسافرين بالرياض على رضا العملاء، بما يساهم في تقديم توصيات تساعد على تطوير الخدمات وتحسين الأداء. كذلك تثرى الدراسة الجانب العلمي في مجال جودة الخدمات السياحية ورضا العملاء، وتوفر مرجعاً للدراسات المستقبلية في هذا المجال.

1.3.1. على المستوى النظري:

تساهم الدراسة في إثراء الأدب العلمي المتعلق بجودة الخدمات السياحية ورضا العملاء، من خلال توضيح العلاقة بينهما وتوفير أساس معرفي للدراسات المستقبلية.

على المستوى التطبيقي:

تساعد الدراسة في التعرف على أثر جودة الخدمات السياحية في رضا عملاء شركة المسافرين بالرياض، وتقديم نتائج وتوصيات تدعم تحسين الخدمات وتعزيز رضا العملاء.

1.4. أسئلة الدراسة

سؤال البحث الرئيسي: كيف تؤثر جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء؟
السؤال الفرعي الأول: كيف تؤثر الاعتمادية في تقديم الخدمات السياحية على رضا العملاء؟
السؤال الفرعي الثاني: كيف تؤثر سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء على رضا العملاء؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي: دراسة أثر جودة الخدمات السياحية على رضا العملاء

الهدف الفرعي الأول: دراسة أثر سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء على رضا العملاء

الهدف الفرعي الثاني: التحقق من أثر الأمان والثقة في الخدمات السياحية على رضا العملاء

1.6. فرضيات الدراسة

الفريضة الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا العملاء

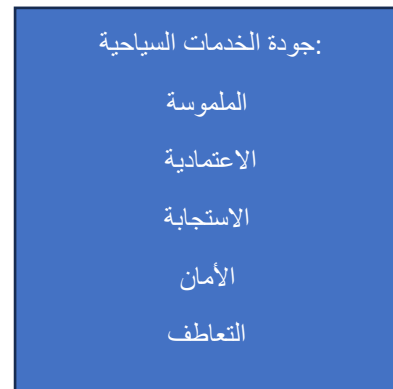
الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة على رضا العملاء

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعاطف على رضا العملاء

1.1. نموذج الدراسة



المتغير التابع



المتغير المستقل

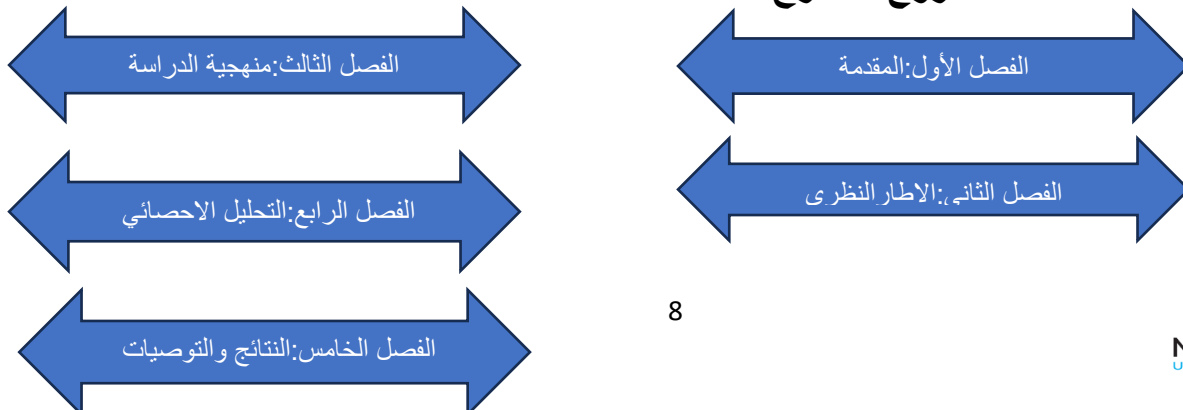
1.2. منهجية الدراسة

- فلسفة البحث:الوضعية
- منهج البحث:استنتاجي
- استراتيجية البحث:مسخي
- اختيار البحث:كمي
- الأفق الزمنية:المقطعية
- تقنيات جمع البيانات وتحليلها:الاستبيان والتحليل الاحصائي

1.3. الدراسة الميدانية

سيتم تطبيق الدراسة ميدانيا على شركة المسافرين بمدينة الرياض باعتبارها إحدى الشركات الرائدة في تقديم الخدمات السياحية وخدمات حجز الرحلات والفنادق. وستستهدف الدراسة عملاء الشركة لقياس آرائهم حول جودة الخدمات السياحية المقدمة، ومدى تأثيرها في مستوى رضاهم، وذلك من خلال توزيع استبانة على عينة من العملاء وتحليل البيانات إحصائيا للوصول إلى نتائج تحقق أهداف الدراسة.

1.4. مخطط المشروع المقترح



2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

يمثل رضا العملاء أحد المؤشرات المهمة التي تعكس نجاح المؤسسات السياحية وقدرتها على تلبية احتياجات المستفيدين، حيث أصبحت تجربة العميل وجودة الخدمة المقدمة من أهم العوامل التي تحدد مكانة المؤسسة في ظل بيئة تنافسية متطورة. ومع الازدهار الذي يشهده القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية، أصبح الاهتمام بتطوير مستوى الخدمات السياحية ضرورة لتحقيق التميز وتعزيز القدرة على المنافسة

وتعد جودة الخدمات السياحية من العناصر المؤثرة في تكوين صورة إيجابية لدى العملاء، فهي تشمل مجموعة من الجوانب المرتبطة بكفاءة تقديم الخدمة، وسرعة الاستجابة، والاهتمام باحتياجات العملاء مما ينعكس بشكل مباشر على درجة رضاهم. ومن هنا تبرز أهمية دراسة العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا العملاء بهدف التعرف على مدى تأثير مستوى الخدمة المقدمة في تحسين تجربة العميل، وذلك من خلال تطبيق الدراسة على شركة المسافرين بالرياض.

2.2. المتغير المستقل

تعد جودة الخدمات السياحية المتغير المستقل في هذه الدراسة، ويقصد بها مستوى جودة الخدمات التي تقدمها شركة المسافرين للعملاء ومدى توافقها مع توقعاتهم واحتياجاتهم. وتشمل جودة الخدمة عدة أبعاد من أبرزها: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتي تسهم في تكوين تقييم العميل لمستوى الخدمة المقدمة.

2.3. المتغير التابع

يمثل رضا العملاء المتغير التابع في الدراسة، ويقصد به مستوى شعور العميل بالرضا الناتج عن مقارنة توقعاته السابقة بمستوى الخدمات السياحية التي حصل عليها من شركة المسافرين. ويتأثر رضا العملاء بمدى قدرة الشركة على تقديم خدمات تلبي احتياجاتهم وتوقعاتهم، بما ينعكس على تقييمهم العام للخدمة ورغبتهم في التعامل مع الشركة مستقبلاً.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تسعى الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا العملاء لدى شركة المسافرين بالرياض، حيث يتوقع وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين، فكلما ارتفع مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة للعملاء، ارتفع مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة. كما أن تحسين أبعاد جودة الخدمة، مثل الاعتمادية وسرعة الاستجابة والأمان والتعاطف، يمكن أن يسهم في تعزيز تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم وعليه تفترض الدراسة أن جودة الخدمات السياحية تؤثر إيجابياً في رضا العملاء.

2.5. الخاتمة

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن جودة الخدمات السياحية تُعد من العوامل الرئيسية المؤثرة في رضا العملاء ونجاح المؤسسات السياحية. وقد تناولت الدراسة مفاهيم جودة الخدمات السياحية ورضا العملاء، واستعرضت مجموعة من الدراسات السابقة التي بحثت العلاقة بينهما. وأثبتت الدراسات السابقة وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات السياحية ورضا العملاء، حيث تسهم جودة الخدمة، وسرعة الاستجابة، والاعتمادية، والتعاطف في تحسين تجربة العميل وزيادة مستوى رضاه وولائه. كما أشارت الأبحاث إلى أن المؤسسات التي تطور جودة خدماتها تحقق أداء أفضل وقدرة تنافسية أعلى.

وبناء على ذلك، تؤكد الدراسة أهمية الأهتمام المستمر بتطوير جودة الخدمات السياحية وقياس رضا العملاء، بما يسهم في تحسين الأداء وتعزيز نجاح المؤسسات السياحية.

قائمة المراجع

وزارة السياحة 2024 تقرير قطاع السياحة في المملكة العربية السعودية

الهيئة السعودية للسياحة 2024

دراسة حول جودة الخدمات السياحية وأثرها على رضا العملاء 2025 المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

دراسة حول العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا العملاء في القطاع السياحي 2021 مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية.