

جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
قسم الإدارة العامة

تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه

المشروع النهائي - 2

إعداد الطالب: مازن جميل العبدالله
الرقم الجامعي: 232000333
إشراف: د. عبدالرحيم نادر

الشكر والتقدير

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى جامعة مبدأوشن وكلية الإدارة وأعضاء هيئة التدريس على ما قدموه من دعم علمي ومعرفي خلال فترة الدراسة، كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى المشرف الدكتور عبدالرحيم نادر على توجيهاته وإرشاداته القيمة التي ساهمت في إنجاز هذا البحث.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى والديّ الكريمين تقديرًا لدعمهما المستمر، وإلى أسرتي وكل من ساندني خلال رحلتي العلمية، وإلى كل من ساهم في تشجيعي للوصول إلى هذه المرحلة.

مستخلص البحث

الهدف: التعرف على تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه.

المنهجية: اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي مع الاستفادة من الأدبيات السابقة واستخدام استبيان مبني على نموذج .SERVQUAL.

النتائج المتوقعة: وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وارتفاع مستوى الرضا في المراكز ذات الجودة العالية.

الأهمية التطبيقية: مساعدة إدارات مراكز الترفيه على تحسين جودة الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، رضا العملاء، مراكز الترفيه، .SERVQUAL.

جدول المحتويات

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

قائمة المراجع

جدول أدوات البحث

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

المقدمة

تشهد مراكز الترفيه في المملكة العربية السعودية تطوراً ملحوظاً في ظل زيادة الاهتمام بقطاع الترفيه، مما يجعل جودة الخدمة عاملاً رئيسياً في تحقيق رضا العملاء.

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في التعرف على مدى تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه وتحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً.

الفجوات النظرية

قلة الدراسات العربية التي تناولت جودة الخدمة في مراكز الترفيه بشكل مباشر.

الفجوات التطبيقية

الحاجة إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة ورفع مستوى رضا العملاء.

أهمية البحث

إثراء المعرفة العلمية وتقديم توصيات عملية لمراكز الترفيه.

أسئلة البحث

ما مدى تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء؟ وما هي الأبعاد الأكثر تأثيراً؟

أهداف البحث

التعرف على تأثير جودة الخدمة وتحديد أهم الأبعاد المؤثرة وقياس مستوى رضا العملاء.

فرضيات البحث

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء.

نموذج البحث

المتغير المستقل: جودة الخدمة، المتغير التابع: رضا العملاء.

نطاق البحث

مراكز الترفيه في المملكة العربية السعودية.

مخطط البحث

الفصل الأول الإطار العام، الفصل الثاني الدراسات السابقة، ثم الفصول اللاحقة.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

المقدمة

تعد جودة الخدمة من أهم العوامل المؤثرة على رضا العملاء في مختلف القطاعات الخدمية وخاصة قطاع الترفيه.

المتغير المستقل: جودة الخدمة

يُقاس مفهوم جودة الخدمة من خلال أبعاد الاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف والملموسية وفق نموذج SERVQUAL.

المتغير التابع: رضا العملاء

رضا العملاء هو الشعور الناتج عن مقارنة توقعات العميل بالخدمة الفعلية المقدمة له.

العلاقة بين المتغيرين

أظهرت الدراسات السابقة وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء.

الخاتمة

تحسين جودة الخدمة يساهم في رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز تجربتهم.

قائمة المراجع

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

جدول أدوات البحث

المتغير	البعد	عدد الفقرات	الأداة
جودة الخدمة	الاعتمادية	3	استبيان
جودة الخدمة	الاستجابة	3	استبيان
جودة الخدمة	الأمان	3	استبيان
جودة الخدمة	التعاطف	3	استبيان
جودة الخدمة	الملموسية	3	استبيان
رضا العملاء	رضا العملاء	5	استبيان

الملحق (أ): استبيان الدراسة

الملحق (ب): جدول أدوات البحث (المحدث)

الفصل الثالث: منهجية البحث

مقدمة

يتناول هذا الفصل المنهجية العلمية التي اعتمد عليها البحث لدراسة تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه، من خلال توضيح تصميم البحث، ومجتمع الدراسة، والعينة، وأداة جمع البيانات، وأنواع البيانات، وإجراءات التحليل الإحصائي المستخدمة لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن أسئلته.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

جودة الخدمة: يقصد بها مستوى جودة الخدمات المقدمة في مراكز الترفيه كما يدركها العملاء، وتقاس من خلال أبعاد نموذج SERVQUAL وهي: الاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، والملموسية.

رضا العملاء: يقصد به مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في مراكز الترفيه، ويقاس من خلال استجابات المشاركين على فقرات الاستبيان الخاصة برضا العملاء.

تصميم البحث (بصلة البحث)

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لدراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، حيث تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها إحصائياً للوصول إلى النتائج المتعلقة بفرضيات البحث.

مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع البحث من عملاء مراكز الترفيه في المملكة العربية السعودية. وتم الاعتماد على العينة العشوائية البسيطة لاختيار المشاركين بما يحقق تمثيلاً مناسباً لمجتمع الدراسة.

طريقة جمع البيانات

تم جمع البيانات باستخدام استبيان مبني على مقياس ليكرت الخماسي، وتم توزيع الاستبيان على أفراد العينة للحصول على البيانات اللازمة للإجابة عن أسئلة البحث واختبار فرضياته.

أنواع البيانات

اعتمد البحث على البيانات الأولية التي تم جمعها من خلال الاستبيان، بالإضافة إلى البيانات الثانوية المستمدة من الكتب والمراجع العلمية والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث.

إجراءات التحليل الإحصائي

تم إدخال البيانات إلى أحد البرامج الإحصائية المناسبة، ثم استخدام الإحصاء الوصفي لاستخراج التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، واستخدام معامل الارتباط وتحليل الانحدار لاختبار فرضيات البحث عند مستوى دلالة (0.05).

الخاتمة

استعرض هذا الفصل منهجية البحث والإجراءات التي تم اتباعها في جمع البيانات وتحليلها، بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها واختبار فرضياتها.

استبيان متغيرات البحث

عنوان البحث: تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه

عزيزي المشارك، يهدف هذا الاستبيان إلى جمع البيانات لأغراض أكاديمية فقط. يرجى اختيار درجة موافقتك على كل عبارة وفق مقياس ليكرت الخماسي.

أولاً: البيانات الديموغرافية

الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر: ☐ أقل من 18 ☐ 18-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ أكثر من 45

عدد مرات زيارة مراكز الترفيه سنوياً: ☐ أقل من 3 ☐ 3-5 ☐ 6-10 ☐ أكثر من 10

الاعتمادية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تقدم مراكز الترفيه خدماتها كما وعدت بها.	☐	☐	☐	☐	☐
يتم تقديم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.	☐	☐	☐	☐	☐
تلتزم مراكز الترفيه بالمواعيد المحددة.	☐	☐	☐	☐	☐

الاستجابة

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الموظفون مستعدون لمساعدة العملاء.	☐	☐	☐	☐	☐
يتم التعامل مع استفسارات العملاء بسرعة.	☐	☐	☐	☐	☐
يتم حل المشكلات التي تواجه العملاء بسرعة.	☐	☐	☐	☐	☐

الأمان

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أشعر بالأمان أثناء استخدام مرافق المركز.	☐	☐	☐	☐	☐
يملك الموظفون المعرفة الكافية للإجابة على الاستفسارات.	☐	☐	☐	☐	☐
تتوفر إجراءات سلامة واضحة داخل المركز.	☐	☐	☐	☐	☐

التعاطف

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
يهتم الموظفون باحتياجات العملاء.	☐	☐	☐	☐	☐
يقدم الموظفون اهتماماً شخصياً للعملاء.	☐	☐	☐	☐	☐
يتم التعامل مع العملاء باحترام.	☐	☐	☐	☐	☐

الملموسية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
تتميز مرافق المركز بالنظافة والترتيب.	☐	☐	☐	☐	☐
الأجهزة والمعدات في حالة جيدة.	☐	☐	☐	☐	☐
المظهر العام للمركز جذاب	☐	☐	☐	☐	☐

ومريح.

رضا العملاء

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أنا راضٍ عن الخدمات المقدمة.	☐	☐	☐	☐	☐
تجربتي في المركز كانت إيجابية.	☐	☐	☐	☐	☐
سأقوم بزيارة المركز مرة أخرى.	☐	☐	☐	☐	☐
أوصي الآخرين بزيارة المركز.	☐	☐	☐	☐	☐
مستوى الخدمة يلبي توقعاتي.	☐	☐	☐	☐	☐

جدول أدوات البحث - نسخة محدثة

المتغير	البعد	المصدر	عدد الفقرات	أداة القياس
جودة الخدمة	الاعتمادية	SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988)	3	استبيان ليكرت خماسي
جودة الخدمة	الاستجابة	SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988)	3	استبيان ليكرت خماسي
جودة الخدمة	الأمان	SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988)	3	استبيان ليكرت خماسي
جودة الخدمة	التعاطف	SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988)	3	استبيان ليكرت خماسي
جودة الخدمة	الملموسية	SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988)	3	استبيان ليكرت خماسي
رضا العملاء	رضا العملاء	Kotler & Keller (2016)	5	استبيان ليكرت خماسي