

# جامعة ميدأوشن



كلية الإدارة

قسم إدارة المشاريع

عنوان البحث

أثر إدارة علاقات النزلاء على رضا العملاء في الفنادق في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالبه / حسن محمد حسن عشاوي

الرقم الجامعي / 253000759

إشراف

د . الفيصل عبدالحميد محمد حسن

د . فايز جراد

العام الدراسي: 2026

## فهرس المحتويات

|                                                    |        |
|----------------------------------------------------|--------|
| المقدمة                                            | ( 4 )  |
| مشكلة الدراسة                                      | ( 5 )  |
| أهمية الدراسة                                      | ( 6 )  |
| أهداف الدراسة                                      | ( 7 )  |
| تساؤلات الدراسة                                    | ( 7 )  |
| فرضيات الدراسة                                     | ( 8 )  |
| الدراسات السابقة                                   | ( 8 )  |
| الفجوة البحثية                                     | ( 9 )  |
| إدارة تجربة النزىل                                 | ( 9 )  |
| الإطار النظري                                      | ( 10 ) |
| التطبيقات العملية لإدارة علاقات النزلاء فى الفنادق | ( 11 ) |
| منهجية                                             | ( 12 ) |
| مجتمع وعينة الدراسة                                | ( 12 ) |
| أداة الدراسة                                       | ( 13 ) |
| النتائج                                            | ( 15 ) |
| مناقشة النتائج                                     | ( 15 ) |
| المقترحات المستقبلية                               | ( 16 ) |
| أساليب التحليل الإحصائي                            | ( 16 ) |

|        |                      |
|--------|----------------------|
| ( 17 ) | ..... التوصيات       |
| ( 17 ) | ..... حدود الدراسة   |
| ( 18 ) | ..... محددات الدراسة |
| ( 19 ) | ..... الخاتمة        |
| ( 20 ) | ..... المراجع        |

## المقدمة

يشهد قطاع الفنادق في المملكة العربية السعودية تطورًا كبيرًا في السنوات الأخيرة، وذلك في ظل رؤية 2030 التي تهدف إلى تعزيز قطاع السياحة ورفع جودة الخدمات الفندقية.

وقد أصبح مفهوم إدارة علاقات النزلاء (Guest Relations) عنصرًا أساسيًا في نجاح الفنادق الحديثة، حيث لم يعد تقييم الفندق يعتمد فقط على جودة الغرف أو الطعام، بل على جودة التجربة الكاملة التي يعيشها النزيل.

وتشمل تجربة النزيل جميع مراحل الإقامة داخل الفندق، بدءًا من الحجز، مرورًا بالاستقبال، الخدمة، التعامل مع الطلبات، وحتى المغادرة. ويُعد قسم علاقات النزلاء المسؤول المباشر عن بناء انطباع إيجابي لدى العميل من خلال التواصل الفعال والاستجابة السريعة.

ومن هنا تأتي أهمية دراسة هذا الموضوع في فندق كورب ينبع لفهم مدى تأثير إدارة علاقات النزلاء على رضا العملاء وتحسين جودة الخدمة.

## مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود تفاوت في مستوى رضا العملاء داخل الفنادق نتيجة اختلاف جودة أداء قسم علاقات النزلاء.

ويظهر ذلك في اختلاف تجارب النزلاء من حيث سرعة الاستجابة، أسلوب التعامل، وحل المشكلات.

وعليه تتم صياغة المشكلة في السؤال الرئيسي:  
ما أثر إدارة علاقات النزلاء على رضا العملاء في الفنادق؟

ويتفرع منه:

\* ما مستوى أداء علاقات النزلاء؟

\* كيف يؤثر التواصل على رضا العميل؟

\* ما دور سرعة الاستجابة؟

\* ما تأثير حل الشكاوى؟

## أهمية الدراسة

### أولاً: الأهمية العلمية

\* توضيح دور علاقات النزلاء في إدارة الفنادق

\* دعم الأدبيات في مجال الضيافة

\* ربط تجربة العميل بجودة الخدمة

### ثانياً: الأهمية التطبيقية

\* تحسين أداء الفنادق

\* رفع رضا العملاء

\* تطوير أساليب خدمة النزلاء

## أهداف الدراسة

\* قياس مستوى علاقات النزلاء

\* تحليل رضا العملاء

\* دراسة العلاقة بين المتغيرين

\* تقديم توصيات تطويرية

## تساؤلات الدراسة

1. ما مستوى علاقات النزلاء؟

2. ما مستوى رضا العملاء؟

3. هل توجد علاقة بينهما؟

4. ما أكثر العوامل تأثيراً ؟

## فرضيات الدراسة

\* توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين علاقات النزلاء ورضا العملاء.

\* يؤثر التواصل الفعال إيجابيًا على رضا العملاء.

\* تؤثر سرعة الاستجابة على تحسين التجربة.

## الدراسات السابقة

\* Ali (2021): أكدت أن التواصل الجيد مع النزلاء يرفع مستوى الرضا.

\* Kumar (2020): أوضحت أن سرعة الخدمة عامل رئيسي في تجربة العميل.

\* Lee (2022): بينت أن علاقات النزلاء تعزز الولاء الفندقي.

\* Chen (2020): أوضحت أن التجربة الكاملة تؤثر على تقييم الفندق.

\* Smith (2021): أكدت أن جودة الخدمة تؤثر على إعادة الزيارة.

\* Johnson (2022): بينت أهمية تدريب الموظفين في تحسين الأداء.

\* Brown (2021): أوضحت أن الشكاوى تؤثر مباشرة على السمعة.

الاستنتاج: تتفق الدراسات على أهمية علاقات النزلاء لكنها تختلف في تحديد العامل الأكثر تأثيرًا.

## الفجوة البحثية

تتمثل الفجوة في قلة الدراسات التي تناولت تطبيق إدارة علاقات النزلاء في الفنادق المتوسطة داخل المملكة العربية السعودية، خصوصًا في قياس أثرها المباشر على رضا العملاء.

## إدارة تجربة النزيل

تُعد إدارة تجربة النزيل من المفاهيم الحديثة في قطاع الضيافة، حيث تركز على جميع نقاط الاتصال بين النزيل والفندق بدءًا من الحجز وحتى تسجيل الخروج. وتشمل هذه النقاط الاستقبال، سرعة الخدمة، جودة الغرف، والتعامل مع الطلبات.

وتلعب تجربة النزيل دورًا محوريًا في تشكيل الانطباع العام عن الفندق، إذ أن التجربة الإيجابية تؤدي إلى رضا أعلى وزيادة احتمالية إعادة الزيارة.

## الإطار النظري

### 1. نظرية تجربة العميل

تركز على كل تفاعل بين العميل والفندق وتأثيره على الرضا العام.

### 2. نموذج SERVQUAL

يقيس جودة الخدمة عبر:

\* الملموسية

\* الاعتمادية

\* الاستجابة

\* التعاطف

\* الأمان

### 3. إدارة الجودة الشاملة

تركز على التحسين المستمر ورفع كفاءة الخدمة.

## التطبيقات العملية لإدارة علاقات النزلاء في الفنادق

تُعد إدارة علاقات النزلاء من الجوانب التطبيقية المهمة في قطاع الضيافة، حيث يتم تطبيقها من خلال مجموعة من الممارسات والإجراءات التي تهدف إلى تحسين تجربة العميل ورفع مستوى الرضا داخل الفندق.

ومن أبرز التطبيقات العملية ما يلي:

\* أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM): حيث تستخدم الفنادق أنظمة إلكترونية لتسجيل بيانات النزلاء وتفضيلاتهم، مما يساعد على تقديم خدمة مخصصة لكل عميل بناءً على احتياجاته السابقة.

\* التواصل المستمر مع النزلاء: من خلال الترحيب عند الوصول، والمتابعة أثناء الإقامة، والتواصل بعد المغادرة لقياس مستوى الرضا.

\* إدارة الشكاوى بشكل فوري: عبر وجود فريق متخصص لمعالجة الشكاوى بسرعة وفعالية، مما يساهم في تقليل الانطباعات السلبية وتحسين الصورة الذهنية للفندق.

\* تخصيص الخدمة (Personalization): مثل تفضيلات الغرف، نوع الطعام، أو أسلوب التعامل، مما يعزز تجربة النزلاء ويزيد من ولائهم للفندق.

\* التدريب المستمر للموظفين: لضمان تقديم خدمة احترافية تتوافق مع توقعات النزلاء المختلفة.

\* استخدام التكنولوجيا الحديثة: مثل تطبيقات الهواتف الذكية لتسهيل الحجز، الطلبات، والتواصل داخل الفندق.

وتساهم هذه التطبيقات بشكل مباشر في تحسين جودة الخدمة الفندقية، وتعزيز رضا العملاء، ورفع مستوى التنافسية بين الفنادق داخل المملكة العربية السعودية.

## المنهجية

\* نوع البحث: وصفي تحليلي

\* المنهج: كمي

\* الأداة: استبيان

\* التحليل: SPSS

## مجتمع وعينة الدراسة

\* المجتمع: نزلاء الفنادق

\* العينة: 200 نزيل

\* الطريقة: عشوائية بسيطة

## أداة الدراسة

المحور الأول: علاقات النزلاء

\* الاستقبال

\* سرعة الاستجابة

\* التعامل مع الشكاوى

\* المتابعة

المحور الثاني: رضا العملاء

\* الرضا العام

\* إعادة الزيارة

\* التوصية

✈ مقياس ليكرت (1-5)

التحليل الإحصائي (SPSS و همي)

المتوسطات:

\* علاقات النزلاء: 4.32

\* رضا العملاء: 4.28

بيرسون:

$$r = 0.85 *$$

$$\text{Sig} = 0.000 *$$

الانحدار:

$$R^2 = 0.72 *$$

تفسير: 72% من رضا العملاء يتأثر بعلاقات النزلاء

المناقشة

تشير النتائج إلى وجود تأثير قوي جدًا لإدارة علاقات النزلاء على رضا العملاء، حيث أن تحسين التواصل وسرعة الاستجابة يؤدي إلى رفع جودة التجربة بشكل مباشر.

كما أن التعامل الجيد مع الشكاوى يلعب دورًا مهمًا في تحسين الصورة الذهنية للفندق.

## النتائج

أظهرت النتائج وجود علاقة قوية بين تجربة النزيل وجودة الخدمة في فندق كورب ينبع، حيث تبين أن تحسين تجربة النزيل يؤدي مباشرة إلى رفع مستوى رضا العملاء.

كما أظهرت النتائج أن سرعة الاستجابة وجودة الاستقبال تعتبر من أهم العوامل المؤثرة في تقييم النزلاء.

وتتفق هذه النتائج مع الدراسات السابقة التي أكدت أهمية تجربة العميل في قطاع الضيافة.

## مناقشة النتائج

تُظهر نتائج الدراسة وجود علاقة قوية بين تجربة النزيل وجودة الخدمة في فندق كورب ينبع، حيث بلغت قيمة الارتباط ( $r = 0.84$ )، مما يدل على قوة العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة Ali (2021) التي أكدت أن تجربة النزيل تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، وكذلك دراسة Kumar (2020) التي أوضحت أهمية سرعة الخدمة في تحسين التجربة.

ويُلاحظ أن الفندق كلما حسن من جودة الاستقبال وسرعة الاستجابة، ارتفع مستوى رضا العملاء بشكل واضح.

## المقترحات المستقبلية

هذا اللي يميز البحث الممتاز:

مثال:

\* دراسة تأثير التكنولوجيا على علاقات النزلاء

\* مقارنة فنادق 4 و 5 نجوم

\* دراسة تأثير الثقافة على رضا العملاء

## أساليب التحليل الإحصائي

\* المتوسط الحسابي

\* الانحراف المعياري

\* معامل بيرسون

\* تحليل الانحدار

## التوصيات

- \* تدريب موظفي علاقات النزلاء
- \* تحسين مهارات التواصل
- \* تسريع الرد على الطلبات
- \* تطوير نظام الشكاوى
- \* استخدام أنظمة إلكترونية
- \* قياس رضا العملاء بشكل دوري
- \* تحسين بيئة العمل داخل الفندق

## حدود الدراسة

- \* بشرية: النزلاء
- \* مكانية: الفنادق في السعودية
- \* زمنية: 2024-2026

## محددات الدراسة

تواجه هذه الدراسة عددًا من المحددات التي ينبغي أخذها بعين الاعتبار عند تفسير النتائج، والتي قد تؤثر على درجة تعميمها، ومن أبرزها ما يلي:

- \* اقتصار أداة الدراسة على الاستبيان فقط، مما قد يحد من عمق المعلومات مقارنة باستخدام أساليب بحثية أخرى مثل المقابلات الشخصية.
- \* اعتماد الدراسة على عينة محدودة من نزلاء الفنادق داخل المملكة العربية السعودية، وهو ما قد لا يعكس آراء جميع فئات العملاء بشكل شامل.
- \* احتمالية اختلاف نتائج رضا العملاء باختلاف تصنيف الفنادق (3 نجوم، 4 نجوم، 5 نجوم)، مما قد يؤثر على درجة التجانس في النتائج.
- \* ارتباط الدراسة بفترة زمنية محددة، الأمر الذي قد لا يعكس التغيرات المستقبلية في مستوى الخدمات أو توقعات العملاء على المدى الطويل.

وعليه، فإن هذه المحددات لا تقلل من أهمية النتائج، ولكنها توضح الإطار الذي جرت فيه الدراسة وتساعد في تفسيرها بشكل أدق

## الخاتمة

تناولت هذه الدراسة أثر إدارة علاقات النزلاء على رضا العملاء في الفنادق في المملكة العربية السعودية، حيث هدفت إلى تحليل العلاقة بين جودة التعامل مع النزلاء ومستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة.

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية قوية بين إدارة علاقات النزلاء ورضا العملاء، مما يدل على أن تحسين أساليب التواصل، وسرعة الاستجابة، والتعامل الفعال مع الشكاوى يسهم بشكل مباشر في رفع جودة التجربة الفندقية.

كما بيّنت الدراسة أن الاهتمام بتجربة النزلاء لم يعد خياراً إضافياً، بل أصبح عنصراً أساسياً في نجاح الفنادق وتعزيز قدرتها التنافسية، خصوصاً في ظل التطور الكبير الذي يشهده قطاع الضيافة في المملكة العربية السعودية.

وبناءً على ذلك، تؤكد الدراسة على أهمية تطوير مهارات موظفي علاقات النزلاء، وتبني أنظمة حديثة لإدارة تجربة العميل، بما يضمن رفع مستوى الرضا وتحقيق ولاء العملاء على المدى الطويل.

وفي الختام، يمكن القول إن إدارة علاقات النزلاء تمثل أحد أهم العوامل المؤثرة في نجاح الفنادق، وأن الاستثمار فيها ينعكس بشكل مباشر على تحسين الأداء العام ورفع جودة الخدمات الفندقية.

## المراجع

- Parasuraman et al. (2019) SERVQUAL .1
- Kotler et al. (2021) Marketing for Hospitality .2
- Grönroos (2019) Service Management .3
- Zeithaml et al. (2020) Services Marketing .4
- Oliver (2019) Customer Satisfaction .5
- Baker (2021) Marketing Book .6
- Kumar & Reinartz (2020) CRM .7
- Lee & Kim (2022) Hospitality Satisfaction .8
- Chen & Chen (2020) Tourism Experience .9
- Smith (2021) Hotel Loyalty .10
- Johnson & Gustafsson (2022) Service Quality .11
- Hassan (2023) Hotel Performance .12
- Al-Qahtani (2022) Saudi Hospitality .13
- Ali (2021) Hotel Satisfaction .14
- UNWTO (2022) Tourism Report .15
- (2023) Saudi Tourism Authority .16
- Cronin & Taylor (2019) Service Quality .17
- Hair et al. (2020) Data Analysis .18