

جودة تجربة العميل في Six Flags القدية

أسم الطالب

مها احمد باسعد

232000635

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2026- الفصل الدراسي الثاني

جودة تجربة العميل في Six Flags القدية

1. صياغة اسئلة البحث

- ما مستوى جودة تجربة العميل في Six Flags القدية سيتي؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في Six Flags القدية سيتي؟
2. ما العوامل التي تؤثر على تجربة العميل (مثل: سرعة الخدمة، النظافة، الأمان، الترفيه)؟
3. كيف تؤثر جودة الخدمات على رضا العميل وولائه؟
4. ما أبرز التحديات أو المشكلات التي يواجهها العملاء أثناء زيارتهم؟
5. هل تختلف تجربة العميل باختلاف الفئة العمرية أو نوع الزيارة (عائلات / أفراد)؟
6. ما مدى توافق تجربة العميل مع توقعاته قبل الزيارة؟
7. ما المقترحات التي يمكن أن تحسن من جودة تجربة العميل في Six Flags القدية سيتي؟

2. صياغة أهداف البحث :

- التعرف على مستوى جودة تجربة العميل في Six Flags القدية سيتي ومدى تأثيرها على رضا العملاء.

1. الأهداف الفرعية:

1. قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في Six Flags القدية سيتي.
2. تحديد العوامل المؤثرة في تجربة العميل (مثل: جودة الخدمة، سرعة الاستجابة، النظافة، الأمان، الترفيه).
3. تحليل العلاقة بين جودة تجربة العميل ورضا العملاء وولائهم.
4. التعرف على أبرز التحديات أو المشكلات التي يواجهها العملاء أثناء زيارتهم.
5. دراسة مدى توافق تجربة العميل مع توقعاته قبل الزيارة.
6. استكشاف الفروقات في تجربة العملاء بناءً على الخصائص الديموغرافية (العمر، نوع الزيارة، وغيرها).
7. تقديم توصيات عملية لتحسين جودة تجربة العميل في Six Flags القدية سيتي

3. صياغة فرضيات البحث :

الفرضية الرئيسية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة تجربة العميل ورضا العملاء في Six Flags القدية سيتي.

الفرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المقدمة ورضا العملاء.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة تقديم الخدمة وتحسين تجربة العميل.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأمان داخل المدينة الترفيهية ورضا العملاء.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى النظافة وجودة تجربة العميل.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الأنشطة الترفيهية ورضا العملاء.
6. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تجربة العميل وولاء العملاء (مثل نية الزيارة مرة أخرى).
7. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم تجربة العميل تُعزى للمتغيرات الديموغرافية (العمر، نوع الزيارة، وغيرها)

جودة الخدمات

سرعة الخدمة

الأمان

النظافة

الأنشطة الترفيهية



جودة تجربة العميل



رضا العميل



ولاء العميل

فكرة النموذج:

- متغيرات مستقلة (العوامل المؤثرة)
- متغير تابع (النتيجة)

—

4. نموذج البحث:

المتغيرات المستقلة (Independent Variables):

- جودة الخدمات
- سرعة تقديم الخدمة
- مستوى الأمان
- مستوى النظافة
- جودة الأنشطة الترفيهية

↓ تؤثر على ↓

المتغير التابع (Dependent Variable):

- جودة تجربة العميل

↓ تؤدي إلى ↓

نتيجة نهائية:

- رضا العميل
- ولاء العميل

5. مكان التطبيق المقترح للدراسة (الدراسة الميدانية):

تُجرى الدراسة الميدانية في Six Flags القدية سيتي، والتي تُعد من أبرز الوجهات الترفيهية في المملكة العربية السعودية، حيث تستقطب أعدادًا كبيرة من الزوار من مختلف الفئات العمرية. ويُعد هذا الموقع مناسبًا لتطبيق الدراسة نظرًا لتنوع الخدمات والأنشطة الترفيهية المقدمة، مما يتيح قياس جودة تجربة العميل بشكل واقعي. وتشمل عينة الدراسة زوار المدينة الترفيهية، بهدف جمع البيانات المتعلقة بمستوى رضاهم وتجربتهم أثناء الزيارة.

6. منهجية البحث

8.1 نوع المنهج

8.2 مجتمع الدراسة

8.3 عينة الدراسة

8.4 أداة البحث (الاستبيان)

8.5 صدق وثبات الأداة

8.6 أساليب تحليل البيانات

9. الدراسة الميدانية

9.1 مكان التطبيق (Six Flags القدية سيتي)

9.2 جمع البيانات

10. تحليل البيانات والنتائج

11. مناقشة النتائج

12. التوصيات

13. الخاتمة

14. قائمة المراجع

تحديد مشكلة البحث



صياغة أسئلة البحث والأهداف



مراجعة الأدبيات (الإطار النظري)



تحديد الفرضيات



تصميم أداة البحث (الاستبيان)



جمع البيانات (الدراسة الميدانية)



تحليل البيانات إحصائيًا



مناقشة النتائج



استخلاص التوصيات

6. يبدأ المشروع بتحديد مشكلة البحث وصياغة أسئلته وأهدافه، يلي ذلك مراجعة الأدبيات وتحديد الفرضيات، ثم تصميم أداة الدراسة وجمع البيانات ميدانياً، وبعد ذلك يتم تحليل البيانات واستخلاص النتائج، وصولاً إلى تقديم التوصيات المناسبة.

8. جدول المحتويات:

1. المقدمة
2. مشكلة البحث
3. أهمية البحث
4. أهداف البحث
5. أسئلة البحث
6. فرضيات البحث
7. الإطار النظري
 - 7.1 مفهوم تجربة العميل
 - 7.2 جودة الخدمات
 - 7.3 رضا العملاء
 - 7.4 ولاء العملاء
 - 7.5 الدراسات السابقة
 8. منهجية البحث
 - 8.1 نوع المنهج
 - 8.2 مجتمع الدراسة
 - 8.3 عينة الدراسة
 - 8.4 أداة البحث (الاستبيان)
 - 8.5 صدق وثبات الأداة
 - 8.6 أساليب تحليل البيانات
 9. الدراسة الميدانية
 - 9.1 مكان التطبيق (Six Flags القدية سيتي)
 - 9.2 جمع البيانات
 10. تحليل البيانات والنتائج

11.	مناقشة النتائج
12.	التوصيات
13.	الخاتمة
14.	قائمة المراجع
15.	الملاحق

9. المراجع :

- .Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services •
.Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy. •
.Harvard Business School Press
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? Journal of •
.Marketing, 63, 33–44
- 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
-
- Six Flags Official Website •
- Qiddiya Official Website •