

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
6	1.5. أهداف الدراسة
6	1.6. فرضيات الدراسة
7	1.7. نموذج الدراسة
7	1.8. منهجية الدراسة
7	1.9. الدراسة الميدانية
8	1.10. مخطط المشروع المقترح
8	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
9	2.1. المقدمة:
9	2.2. المتغير المستقل
10	2.3. المتغير التابع
10	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
10	2.5. الخاتمة
10	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

1.1. 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.

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.

1.1.1. 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؟

1.2. 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.

1.2.1. 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.

1.2.2. 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.

1.3. أسئلة الدراسة

1.4. أهداف الدراسة

1.5. فرضيات الدراسة

1.6. نموذج الدراسة

1.7. منهجية الدراسة

1.8. الدراسة الميدانية

1.9. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

