

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر جودة الخدمة الفندقية على رضا العملاء:
دراسة تطبيقية على سلسلة فنادق ماريوت
في المملكة العربية السعودية

أسم الطالب

لمى خالد سعيد

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحمن نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني 2026

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
5	1.3.1. على المستوى النظري:
5	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
6	1.4. أسئلة الدراسة
6	1.5. أهداف الدراسة
6	1.6. فرضيات الدراسة
6	1.7. نموذج الدراسة
7	1.8. منهجية الدراسة
7	1.9. الدراسة الميدانية
7	1.10. مخطط المشروع المقترح
8	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
9	2.1. المقدمة:
9	2.2. المتغير المستقل
9	2.3. المتغير التابع
9	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
10	2.5. الخاتمة
10	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تعد صناعة السياحة والضيافة من أكثر القطاعات حيوية وتأثيراً في الاقتصاد العالمي والمحلي، حيث تشهد منافسة محتدمة بين السلاسل الفندقية العالمية للحفاظ على حصصها السوقية وجذب شرائح جديدة من النزلاء. ولم يعد التميز الفندقي يقتصر في العصر الحالي على تقديم خدمات الإقامة والضيافة الأساسية، بل أصبح يركز بشكل جوهري على مستويات "جودة الخدمة" المقدمة، باعتبارها الركيزة الأساسية لضمان "رضا العملاء" وبناء صورتهم الذهنية الإيجابية. فالعمل في قطاع الفنادق الفاخرة يبحث عن تجربة متكاملة تفوق توقعاته وتلبي احتياجاته المتنامية.

نموذجاً رائداً في صناعة الضيافة (Marriott International) وتعتبر سلسلة فنادق "ماريوت العالمية" الفاخرة على مستوى العالم، حيث تتبنى معايير صارمة وضوابط دقيقة لضبط الجودة الشاملة لضمان تقديم خدمات استثنائية لنزلائها. إن فهم أبعاد جودة الخدمة الفندقية (الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف) وكيفية انعكاسها على انطباعات النزلاء ورضاهم يعد أمراً حيوياً لاستدامة التنافسية. وتأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على طبيعة العلاقة والأثر بين جودة الخدمة الفندقية ورضا العملاء بالتطبيق على هذا الصرح الفندقي العالمي.

1.2. مشكلة الدراسة

تتبلور مشكلة الدراسة في تسارع وتيرة المنافسة في قطاع الفنادق الراقية، حيث يواجه القائمون على إدارة الفنادق تحدياً مستمراً في الحفاظ على مستويات مرتفعة وثابتة من الجودة في ظل التغير المستمر في أذواق وتوقعات ويمكن تفكيك المشكلة وعرضها بدقة من خلال رصد الفجوات على مستويين رئيسيين. النزلاء

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

على الرغم من وفرة الأدبيات الأكاديمية التي ناقشت جودة الخدمة ورضا العملاء بشكل عام في قطاعات خدمية متعددة، إلا أن هناك نقصاً ملموساً في الدراسات العربية الحديثة التي تربط بين أبعاد جودة الخدمة الفندقية المعاصرة وسلوكيات المستهلك الجديد في قطاع الضيافة الفاخرة، خاصة بعد التحولات الرقمية الأخيرة والاعتماد المتزايد على التطبيقات الذكية والأنظمة الذاتية لإدارة تجربة النزيل مثل تطبيق: (Marriott Bonvoy)

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تواجه إدارة فنادق ماريوت تحدياً ميدانياً في الحفاظ على ثبات واستمرارية معايير جودة الخدمة عبر جميع نقاط بالنزيل، بدءاً من عمليات الحجز الإلكتروني والوصول، مروراً بالخدمات الفندقية الداخلية، ووصولاً للاتصال إلى إجراءات المغادرة. إن أي خلل أو تراجع غير متوقع في أحد أبعاد الجودة يولد فجوة مباشرة بين توقعات النزيل المسبقة والخدمة الفعلية التي يتلقاها، مما يؤدي إلى انخفاض مستوى الرضا العام والإضرار بسمعة العلامة التجارية.

ينتهي هذا الجزء بالسؤال الرئيسي

بناءً على ما تقدم، يتبلور التساؤل الرئيسي لمشكلة الدراسة في السؤال التالي :
"ما أثر جودة الخدمة الفندقية بأبعادها على رضا العملاء في سلسلة فنادق ماريوت؟"

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

. إثراء المكتبة الأكاديمية العربية بدراسة متخصصة ومحدثة تجمع بين متغيري جودة الخدمة ورضا العملاء في صناعة الضيافة الفاخرة.

. تقديم إطار مفاهيمي واضح يستند إلى نماذج علمية عريقة ومعترف بها في قياس جودة الخدمات الفندقية، مما يفتح آفاقاً جديدة للباحثين لإجراء دراسات مستقبلية مكملية.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

. تزويد الإدارة التنفيذية وإدارات الجودة والتسويق في فنادق ماريوت بمؤشرات واقعية وملموسة حول أداء الخدمات المقدمة من وجهة نظر النزلاء.

. تمكين صناع القرار في قطاع الفنادق من تحديد أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في صياغة رضا النزلاء، وبالتالي توجيه الموارد والاستثمارات والبرامج التدريبية نحو تحسين تلك الأبعاد لرفع مستويات التنافسي

قائمة المراجع:

- ١- العتيبي، خالد (2023). أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا النزلاء: دراسة ميدانية على الفنادق من فئة الخمس نجوم. المجلة العربية للإدارة، المجلد 43، العدد 2، ص ص 115-138.
- 2- أحمد، سارة (2021). تقييم جودة الخدمات الفندقية باستخدام نموذج أثرها على الولاء التنظيمي والعملاء. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد 11، ص ص 45-72.
- 3- صالح، محمد (2022). إدارة الجودة الشاملة في قطاع الضيافة والخدمات السياحية. دار الوفاء للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.

