

**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 ميدأوشن 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.

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

جدول المحتويات

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

قائمة المراجع

الملحق أ: استبيان الدراسة

الملحق ب: جدول أدوات البحث

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

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

### 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

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

## 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 وهي: الاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، والملموسية SERVQUAL.

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.

## الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

### مقدمة

يتناول هذا الفصل عرض وتحليل نتائج الدراسة استناداً إلى بيانات استبيان محاكاة لأغراض أكاديمية، بلغ حجمها 120 استجابة. وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية بما يتوافق مع أهداف البحث وأسئلته وفرضية الدراسة.

### توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

بلغ عدد الاستجابات المستخدمة في التحليل 120 استجابة. وفيما يلي توزيع أفراد العينة وفق المتغيرات الديموغرافية الواردة في الاستبيان.

توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية |
|-------|---------|----------------|
| ذكر   | 72      | 60.0%          |
| أنثى  | 48      | 40.0%          |

توزيع أفراد العينة حسب العمر:

| العمر      | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| 26-35      | 43      | 35.8%          |
| 18-25      | 31      | 25.8%          |
| 36-45      | 21      | 17.5%          |
| أقل من 18  | 14      | 11.7%          |
| أكثر من 45 | 11      | 9.2%           |

توزيع أفراد العينة حسب عدد الزيارات سنوياً:

| عدد الزيارات سنوياً | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------------|---------|----------------|
| 3-5                 | 43      | 35.8%          |
| 6-10                | 31      | 25.8%          |
| أقل من 3            | 24      | 20.0%          |
| أكثر من 10          | 22      | 18.3%          |

### اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

أظهر اختبار الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا أن مقياس جودة الخدمة حقق قيمة قدرها 0.895، بينما حقق مقياس رضا العملاء قيمة قدرها 0.818. كما بلغت قيمة الثبات للأداة كاملة 0.912، وهي قيم تشير إلى اتساق داخلي مناسب لفقرات الاستبيان. في هذه البيانات المحاكاة.

### الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء.

| المتغير            | المتوسط | الانحراف المعياري | المستوى |
|--------------------|---------|-------------------|---------|
| الاعتمادية         | 3.72    | 0.62              | مرتفع   |
| الاستجابة          | 3.73    | 0.58              | مرتفع   |
| الأمان             | 3.74    | 0.61              | مرتفع   |
| التعاطف            | 3.69    | 0.60              | مرتفع   |
| الملموسية          | 3.74    | 0.67              | مرتفع   |
| جودة الخدمة الكلية | 3.72    | 0.52              | مرتفع   |
| رضا العملاء        | 3.74    | 0.61              | مرتفع   |

## اختبار الفرضيات

لاختبار فرضية الدراسة: «توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء»، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون كما بلغ معامل  $(r = 0.617)$  والانحدار الخطي البسيط. أظهر التحليل وجود ارتباط إيجابي بين جودة الخدمة ورضا العملاء وبناءً على  $p = 0.0000$  مع قيمة احتمالية  $t = 8.527$ ، وقيمة  $B = 0.729$  وبلغ معامل الانحدار  $R^2 = 0.381$  التحديد مستوى الدلالة 0.05، تُرفض الفرضية الصفرية وتُقبل فرضية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية.

## ربط النتائج بالدراسات السابقة

تتفق النتيجة المحاكاة مع الإطار النظري والدراسات السابقة الواردة في البحث، والتي أشارت إلى وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء. وتتسجم النتيجة كذلك مع اعتماد أبعاد الاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف والملموسية في قياس SERVQUAL جودة الخدمة وفق نموذج.

## الخاتمة

أظهر التحليل الوصفي والاستدلالي للبيانات المحاكاة مستوى مرتفعاً لجودة الخدمة ورضا العملاء، كما أظهر وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. وتوفر هذه النتائج أساساً للانتقال إلى الاستنتاجات والتوصيات في الفصل الخامس.

## الفصل الخامس :حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

### حدود البحث

اقتصرت الدراسة على موضوع تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه في المملكة العربية السعودية، كما إضافة إلى مقياس رضا العملاء المستخدم في SERVQUAL، اقتصرت أداة الدراسة على أبعاد جودة الخدمة الخمسة وفق نموذج الاستبيان.

### الاستنتاجات

تشير النتائج المحاكاة إلى أن جودة الخدمة ترتبط إيجابياً برضا العملاء، حيث بلغ معامل الارتباط بينهما 0.617. كما أظهرت النتائج أن أبعاد جودة الخدمة تمثل جوانب مهمة في تقييم تجربة العميل، وأن ارتفاع مستوى جودة الخدمة يرتبط بارتفاع مستوى الرضا.

### التوصيات

الاستمرار في تحسين جودة الخدمات المقدمة في مراكز الترفيه.  
الاهتمام بسرعة الاستجابة لاستفسارات العملاء وحل المشكلات التي تواجههم.  
تعزيز إجراءات الأمان ووضوح تعليمات السلامة داخل مراكز الترفيه.  
الاهتمام باحتياجات العملاء وتقديم خدمة تتسم بالاحترام والتعاطف.  
المحافظة على نظافة المرافق وحالة الأجهزة والمعدات والمظهر العام للمراكز.

### ملاحظة بشأن بيانات الدراسة

البيانات الإحصائية المستخدمة في هذا الفصل هي بيانات محاكاة أنشئت لأغراض أكاديمية وتحليلية بسبب عدم توفر استجابات فعلية للاستبيان.

## مستخلص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في مراكز الترفيه في المملكة العربية السعودية، وذلك من اعتمدت الدراسة على SERVQUAL. خلال دراسة أبعاد الاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف والملموسية وفق نموذج المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استبياناً مكوناً من فقرات تقيس جودة الخدمة ورضا العملاء. وبالاعتماد على بيانات محاكاة لأغراض أكاديمية بلغ حجمها 120 استجابة، أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء، مما يدعم أهمية تحسين جودة الخدمات المقدمة في مراكز الترفيه لتعزيز رضا العملاء وتجربتهم.

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

## 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 بكما وعدت بها. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| يتم تقديم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| تلتزم مراكز الترفيه بالمواعيد المحددة.    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### الاستجابة

| العبارة | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق | لا أوافق بشدة |
|---------|------------|-------|-------|----------|---------------|
|---------|------------|-------|-------|----------|---------------|

|                                                 |                          |                          |                          |                          |                          |
|-------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| الموظفون<br>مستعدون<br>لمساعدة العملاء.         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| يتم التعامل مع<br>استفسارات<br>العملاء بسرعة.   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| يتم حل المشكلات<br>التي تواجه<br>العملاء بسرعة. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## الأمان

| العبارة                                                          | أوافق بشدة               | أوافق                    | محايد                    | لا أوافق                 | لا أوافق بشدة            |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| أشعر بالأمان<br>أثناء استخدام<br>مرافق المركز.                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| يمتلك الموظفون<br>المعرفة الكافية<br>للإجابة على<br>الاستفسارات. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| تتوفر إجراءات<br>سلامة واضحة<br>داخل المركز.                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## التعاطف

| العبارة                                      | أوافق بشدة               | أوافق                    | محايد                    | لا أوافق                 | لا أوافق بشدة            |
|----------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| يهتم الموظفون<br>باحتياجات<br>العملاء.       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| يقدم الموظفون<br>اهتماماً شخصياً<br>للعملاء. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| يتم التعامل مع<br>العملاء باحترام.           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## الملموسية

| العبارة                               | أوافق بشدة               | أوافق                    | محايد                    | لا أوافق                 | لا أوافق بشدة            |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| تتميز مرافق المركز بالنظافة والترتيب. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| الأجهزة والمعدات في حالة جيدة.        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| المظهر العام للمركز جذاب ومريح.       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## رضا العملاء

| العبارة                        | أوافق بشدة               | أوافق                    | محايد                    | لا أوافق                 | لا أوافق بشدة            |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| أنا راضٍ عن الخدمات المقدمة.   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| تجربتي في المركز كانت إيجابية. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| سأقوم بزيارة المركز مرة أخرى.  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| أوصي الآخرين بزيارة المركز.    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| مستوى الخدمة يلبي توقعاتي.     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

## 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 |

|             |             |                                           |   |                        |
|-------------|-------------|-------------------------------------------|---|------------------------|
|             |             | et al., 1988)                             |   |                        |
| جودة الخدمة | التعاطف     | SERVQUAL<br>(Parasuraman<br>et al., 1988) | 3 | استبيان ليكرت<br>خماسي |
| جودة الخدمة | الملموسية   | SERVQUAL<br>(Parasuraman<br>et al., 1988) | 3 | استبيان ليكرت<br>خماسي |
| رضا العملاء | رضا العملاء | Kotler & Keller<br>(2016)                 | 5 | استبيان ليكرت<br>خماسي |