

جودة تجربة العميل في Six Flags القدية

أسم الطالب

مها احمد باسعد

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2026- الفصل الدراسي الثاني

الفهرس

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
10. الدراسات السابقة
11. المراجع

جودة تجربة العميل في Six Flags القدية

1. صياغة أسئلة البحث

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

الأسئلة الفرعية:

1. ما مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في Six Flags القدية سيأتي؟
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 سيأتي؟

2. صياغة أهداف البحث :

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

3. 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

4. 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

5. فكرة النموذج:

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

6. 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

نتيجة نهائية:

- رضا العميل
- ولاء العميل

7. 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.

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

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 ميدانيًا، وبعد ذلك يتم تحليل البيانات واستخلاص النتائج، وصولًا إلى تقديم التوصيات المناسبة.

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 •

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

تمهيد

يُعد مفهوم جودة تجربة العميل من المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام واسع في مجالات التسويق وإدارة الخدمات، لما له من دور كبير في تعزيز رضا العملاء وولائهم. ويهدف هذا الفصل إلى استعراض الدراسات والأدبيات السابقة المرتبطة بجودة الخدمة وتجربة العميل في القطاع الترفيهي، وذلك لدعم الدراسة الحالية وتوضيح أهم المفاهيم والعلاقات بين متغيراتها.

الدراسة الأولى: جودة الخدمة

تناولت دراسة Parasuraman و Zeithaml و Berry (1988) مفهوم جودة الخدمة من خلال نموذج SERVQUAL الذي يعد من أشهر النماذج المستخدمة في قياس جودة الخدمات. وأوضحت الدراسة أن جودة الخدمة تعتمد على عدة أبعاد تشمل الموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف والعناصر الملموسة. وأكدت نتائج الدراسة أن تحسين هذه الأبعاد يسهم في رفع مستوى رضا العملاء وتحسين تجربتهم.

الدراسة الثانية: تجربة العميل

ناقش Pine و Gilmore (1999) مفهوم اقتصاد التجربة، حيث أشار الباحثان إلى أن المؤسسات الحديثة لم تعد تكتفي بتقديم الخدمات فقط، بل أصبحت تركز على خلق تجارب مميزة للعملاء. وأوضحت الدراسة أن التجربة الإيجابية تؤثر بشكل مباشر على انطباعات العملاء وتزيد من رغبتهم في تكرار الزيارة والتوصية بالمكان للآخرين.

الدراسة الثالثة: رضا العملاء وولائهم

ركزت دراسة Oliver (1999) على العلاقة بين رضا العملاء وولائهم، وأظهرت النتائج أن رضا العميل يعد من أهم العوامل المؤثرة في بناء الولاء على المدى الطويل. كما أكدت الدراسة أن المؤسسات التي تنجح في تقديم تجربة متميزة تحقق مستويات أعلى من رضا العملاء مقارنة بالمؤسسات المنافسة.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من الدراسات السابقة وجود علاقة وثيقة بين جودة الخدمة وتجربة العميل ورضا العملاء. كما أكدت الدراسات أن تحسين جودة الخدمات المقدمة وتوفير تجربة ترفيهية مميزة يسهمان في زيادة رضا العملاء وولائهم. وتستفيد الدراسة الحالية من هذه النتائج في دراسة جودة تجربة العميل في Six Flags القدية سيتي والتعرف على العوامل التي تؤثر في مستوى رضا الزوار.

- 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
- استبيان متغيرات البحث
- استبيان جودة تجربة العميل في Six Flags القدية سيتي
- عزيزتي/عزيزي المشارك،

يهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على آراء الزوار حول جودة تجربة العميل في Six Flags القدية سيتي، وتستخدم البيانات لأغراض البحث العلمي فقط.

يرجى تحديد درجة موافقتك على العبارات التالية:

1. أعارض بشدة
2. أعارض
3. محايد
4. أوافق
5. أوافق بشدة

أولاً: جودة الخدمة

1. يقدم الموظفون خدماتهم بطريقة احترافية.
2. يتم التعامل مع استفسارات الزوار بسرعة وكفاءة.
3. أشعر بالثقة عند التعامل مع موظفي المدينة الترفيهية.
4. تتوفر الخدمات المطلوبة بشكل موثوق ومستمر.

ثانياً: تجربة العميل

5. استمتعت بالأنشطة والألعاب المقدمة.
6. كانت زيارتي تجربة ممتعة ومميزة.

7. توفر المدينة الترفيهية أجواء مناسبة لجميع الفئات العمرية.

8. تجاوزت التجربة توقعاتي.

ثالثاً: رضا العملاء

9. أشعر بالرضا عن تجربتي بشكل عام.

10. أرى أن الخدمات المقدمة تستحق التكلفة.

11. سأقوم بزيارة Six Flags القدية سيتي مرة أخرى.

12. أوصي الآخرين بزيارة Six Flags القدية سيتي

جدول أدوات البحث:

الرقم	متغير البحث	الأداة المستخدمة	عدد الفقرات	مقياس القياس
1	جودة الخدمة	الاستبيان	4 فقرات	مقياس ليكرت الخماسي
2	تجربة العميل	الاستبيان	4 فقرات	مقياس ليكرت الخماسي
3	رضا العملاء	الاستبيان	4 فقرات	مقياس ليكرت الخماسي
4	إجمالي الأداة	الاستبيان	12 فقرة	مقياس ليكرت الخماسي

