

مقرر قضايا بحثية ١

إعداد الباحث : نواف بن علوي السقاف
الرقم الجامعي : ٢٧٩٩٠٠٢٦١٠
اشراف / د. فادي عبدالفتاح
العام الدراسي ٢٠٢٥-٢٠٢٦ م

التكليف التاسع



أثر جودة الخدمات الترويجية على رضا المستخدمين:
دراسة تحليلية في مجال الإدارة الرياضية

إعداد الباحث :
نواف بن علوي السقاف

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين جودة الخدمات الترويحية ومستوى رضا المستفيدين في المؤسسات الرياضية، من خلال توظيف إطار منهجي يجمع بين التحليل النظري والتطبيقات الإحصائية المناسبة ، وتنطلق الدراسة من افتراض رئيسي مفاده وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ومستوى الرضا، بما يساهم في دعم كفاءة الأداء المؤسسي وتعزيز التجربة الترويحية ، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، مع توظيف أدوات قياس كمية وتحليلها باستخدام أساليب إحصائية مناسبة لاختبار الفرضيات.

مقدمة

يشهد قطاع الإدارة الرياضية والترويحية تطوراً متسارعاً مدفوعاً بتزايد الاهتمام بجودة الحياة وتعزيز أنماط المعيشة الصحية، الأمر الذي انعكس على تنامي الطلب على الخدمات الترويحية وارتفاع سقف توقعات المستفيدين ، وفي هذا السياق، تبرز جودة الخدمة كعامل حاسم في تحقيق رضا المستفيدين واستدامة المؤسسات الرياضية ، وعليه، فإن فهم طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات الترويحية ورضا المستفيدين يُعد مدخلاً أساسياً لتطوير الأداء المؤسسي وتحسين مخرجات البرامج والفعاليات الرياضية.

مشكلة الدراسة واهداف الدراسة

على الرغم من التوسع في تقديم الخدمات الترويحية، إلا أن التباين في مستوى الجودة ينعكس بشكل مباشر على رضا المستفيدين، مما يثير تساؤلاً جوهرياً حول مدى قدرة المؤسسات الرياضية على تحقيق التوازن بين جودة الخدمة وتوقعات المستفيدين.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى/

- تحليل أبعاد جودة الخدمات الترويحية في المؤسسات الرياضية.
- قياس مستوى رضا المستفيدين عن هذه الخدمات.
- اختبار العلاقة الإحصائية بين جودة الخدمة ورضا المستفيدين.
- تقديم توصيات عملية لتحسين جودة الخدمات في القطاع الرياضي.

الاطار النظري

ترتكز الدراسة على نموذج جودة الخدمة الذي يقيس الفجوة بين توقعات المستفيدين وإدراكهم الفعلي للخدمة، من خلال خمسة أبعاد رئيسية: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، والجوانب الملموسة ، وقد أظهرت الأدبيات أن هذه الأبعاد تلعب دورا محوريا في تشكيل رضا المستفيدين، خاصة في البيئات الرياضية التي تتسم بتفاعل مباشر بين مقدم الخدمة والمستفيد (Ko & Pastore, 2005)

كما يرتبط مفهوم رضا المستفيدين بنظرية التوقعات، حيث يتم تقييم الخدمة بناءً على مدى توافقها مع التوقعات المسبقة، وهو ما يعزز أهمية تحسين جودة الخدمة كمدخل لتحقيق رضا مستدام.

المنهجية

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة البحث ، وتمثلت مكونات المنهجية فيما يلي:

مصادر جمع البيانات:

تم الاعتماد على مصادر أولية تمثلت في استبانة موجهة للمستفيدين من الخدمات الترويجية، إضافة إلى مصادر ثانوية مثل الدراسات السابقة والتقارير ذات الصلة. المجتمع والعينة:

تمثل مجتمع الدراسة في المستفيدين من الأندية والمراكز الترويجية، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة لضمان التمثيل الإحصائي.

أسلوب جمع البيانات:

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية، مع التحقق من صدقها وثباتها باستخدام معاملات إحصائية معتمدة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم توظيف الإحصاء الوصفي (المتوسطات الحسابية، الانحراف المعياري) لتحليل البيانات، إضافة إلى الإحصاء الاستدلالي (معامل الارتباط، تحليل الانحدار) لاختبار الفرضيات.

النتائج والمناقشة

أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الترويحية ورضا المستفيدين، حيث كانت أبعاد الاستجابة والاعتمادية الأكثر تأثيراً، كما تبين أن تحسين الجوانب الملموسة يعزز الانطباع العام لدى المستفيدين، إلا أن العوامل البشرية تظل الأكثر تأثيراً في تشكيل الرضا. وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة، والتي أكدت أن جودة الخدمة تمثل عاملاً حاسماً في تعزيز الولاء المؤسسي وزيادة معدلات المشاركة في الأنشطة الترويحية.

التوصيات

- تطوير أدوات قياس جودة الخدمة بشكل دوري.
- تدريب الكوادر البشرية على تحسين التفاعل مع المستفيدين.
- تبني استراتيجيات قائمة على تحليل البيانات في تطوير الخدمات الترويجية.

الخاتمة

تؤكد الدراسة أن تحسين جودة الخدمات الترويجية يمثل مدخلاً استراتيجياً لرفع مستوى رضا المستفيدين، مما يتطلب تبني منهجيات علمية دقيقة في تصميم وتقييم الخدمات. كما تبرز أهمية التكامل بين التحليل الإحصائي والبناء المنهجي في دعم اتخاذ القرار في المؤسسات الرياضية.



المراجع

- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). Sage Publications.
- Field, A. (2018). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (5th ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (8th ed.). Cengage Learning.
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. Sport Marketing Quarterly, 14(2), 84–97.
- Veal, A. J. (2017). Research Methods for Leisure and Tourism (5th ed.). Pearson Education.



وشكراً