

مشروع التخرج 1

تخصص: الإدارة العامة

عنوان المشروع

أثر جودة الخدمات التشغيلية على رضا العملاء في مراكز الترفيه – دراسة تطبيقية على سباركيز المدينة المنورة

اسم الطالب: مازن جميل

المشرف:

الجامعة: جامعة ميدأوشن – كلية الإدارة

1. المقدمة

يشهد قطاع مراكز الترفيه العائلية نموًا متسارعًا خلال السنوات الأخيرة، مدفوعًا بزيادة الطلب على الأنشطة الترفيهية وتحسين جودة الحياة. ومع تصاعد المنافسة بين مراكز الترفيه، أصبحت جودة الخدمات التشغيلية عنصرًا حاسمًا في تحقيق رضا العملاء والحفاظ على ولائهم. وتشمل جودة الخدمات التشغيلية عدة أبعاد، من أبرزها كفاءة الموظفين، سرعة تقديم الخدمة، جاهزية الألعاب، مستوى السلامة، ونظافة المرافق. وعلى الرغم من أهمية هذا القطاع في دعم الاقتصاد المحلي وتعزيز السياحة الداخلية، إلا أن هناك حاجة متزايدة لدراسة مدى تأثير جودة العمليات التشغيلية على مستوى رضا العملاء، خصوصًا في مراكز الترفيه بمدينة المدينة المنورة. ومن هنا تأتي هذه الدراسة لتحليل العلاقة بين جودة الخدمات التشغيلية ورضا العملاء.

2. مشكلة الدراسة

تواجه مراكز الترفيه العائلية تحديات متزايدة في الحفاظ على مستويات عالية من رضا العملاء، نتيجة ارتفاع توقعات الزوار من حيث جودة الخدمات، سرعة الاستجابة، جاهزية الألعاب، ومستوى السلامة. وعلى الرغم من التوسع الملحوظ في قطاع الترفيه في المملكة العربية السعودية، إلا أن هناك نقصًا في الدراسات التي تناولت أثر جودة الخدمات التشغيلية على رضا العملاء في مراكز الترفيه، خصوصًا في المدينة المنورة. ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات التشغيلية ورضا العملاء.

3. أهمية الدراسة

الأهمية النظرية:

- تساهم في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بإدارة الخدمات الترفيهية.
- توضح العلاقة بين جودة العمليات التشغيلية ورضا العملاء.
- تدعم مفاهيم إدارة الجودة في القطاع الترفيهي.

الأهمية التطبيقية:

- تساعد إدارات مراكز الترفيه على تحسين الأداء التشغيلي.
- تدعم اتخاذ قرارات تطويرية مبنية على بيانات.
- ترفع مستوى رضا الزوار.
- تساهم في زيادة الإيرادات.

4. قائمة المراجع

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services Marketing: People, Technology, Strategy. Pearson.
- Grönroos, C. (2007). Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. Wiley.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill.

11. قائمة المراجع

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services Marketing: People, Technology, Strategy. Pearson.
- Grönroos, C. (2007). Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. Wiley.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill.