



بسم الله الرحمن الرحيم

٥٥٥٥٥

تم رفع هذه الرسالة بواسطة / سامية زكي يوسف

بقسم التوثيق الإلكتروني بمركز الشبكات وتقنيات المعلومات دون أدنى

مسؤولية عن محتوى هذه الرسالة.

ملاحظات: لا يوجد





جامعة عين شمس

كلية التجارة - الدراسات العليا

قسم إدارة الأعمال

## دور جودة الخدمة المدركة على نوايا التحول "دراسة ميدانية على الخدمات الفندقية في مدينة الغردقة"

### **The Role of Perceived Service Quality and the Switching Intentions**

"Field Study on Hotel Services in Hurghada"

"رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال"

#### إعداد الباحثة

كاترين وليم مساعد عبدالله

#### تحت إشراف

الأستاذ الدكتور	الدكتورة
عائشة المنياوى	ريم الألفي
أستاذ التسويق	مدرس إدارة الأعمال
كلية التجارة - جامعة عين شمس	كلية التجارة - جامعة عين شمس

## الاعلام

## إلى أمي الحبيبة

رداً لبعض من فضلك ، وحباً وعرفاناً وتقديراً لما بذلته من  
جهد في تربيتي وتعليمي، أطال الله في عمرك ومتوك بالصحة  
والعافية وراحة البال.

## إلى والدى الحبيب

هذا ما كنت تمناه ، شجعتني على تحقيق هدفي ، وعلمتني حب العمل والتفاني والإخلاص فيه ، بارك الله في عمرك وأدام عليك الصحة والعافية .

\* \* \* \*

إلى رفيق دربي وشريك حياتي

## زوجي الحبيب ماجد

\* \* \* \*

## إلى أبني الحبيب مورينيو

A horizontal row of four black asterisks used as a section separator.

## إلى إخواتي

البسمهندس مينا، أبانوب، مارفي، يوانا..... حفظهم الله

## الإـدـاء

إلى دكتوري الفاضل حسني ابراهيم لا أملك من الكلمات ما يعبر عن مدى حبى وتقديرى واعتزازى به فقد كان نعم المعلم والأخ والقدوة الحسنة، لم يبخلى علي يوماً بوقته ولا جهده وعلمه في سبيل تجويد وتحسين هذا العمل، ويكفي لي فخراً أنني تتلمذت على يده، وفتق الله معلمي وأدام عليك نعمة العطاء.

إلى الدكتور محمد فاروق تعجز الكلمات في التعبير عن مدى التقدير والشكر لما قدمته لي وما فعلته من أجلي لم تبخلى علي بوقتك حفظك الله دكتوري الغالي.

إلى دكتورتي الغالية اماني توفيق على ما قدمته من مدي العون ونصحه ومساعدة بارك الله في عمرك

إلى الدكتورة ياسمين صابر والدكتورة ماريها ميشيل وزوجها الدكتور مجدي أتقدم بأسمى كلمات التقدير والاحترام والعرفان بكل ما قدموه لي من مساعدة وعون وحب.

إلى دكتوري وصديقي محمد النواوى أتقدم اليك بخالص الشكر والتقدير على مجهدك في سبيل مساعدتى والوقوف بجانبى حفظك الله

إلى أخي وصديقي الدكتور أحمد الخطيب أتوجه بخالص الشكر على الدور العظيم الذي تقوم به من أجل تقديم الخير والعطاء للجميع والوقوف بجانبى لم تبخلى علي بوقتك يوماً وأن عبارات الشكر لا تكفي ولا توفي حقك وفتق الله.

إلى اصدقاء وصديقات العمل أخواتي واحبابي (د/ محمد الفولي، د/ ايمان مكاوى، د/ محمد سعداوي، د/ رحاب أحمد، د/ اسلام اسحاق، د/ احمد علي، د/ محمود وجيه. أتقدم لهم بالشكر والعرفان لما قدموه لي من تشجيع وحب ومساعدته دائمة أصحاب أخلاق عالية رموز العطاء حفظكم الله.

إلى صديقي وأخي محمد جمال الذي ساعدنى ولم يبخلى علي بوقته لك مني كل الاحترام والتقدير أخي الغالي.

إلى بنات عمى الغاليين (رانيا وسيمون وماريان ونرمين) حفظكم الله وجعلكم عوناً وسندأ لي

إلى ابن عمى الغالي المستشار (بيشوي مكرم) حفظك الله.

## الشـكـر والـنـفـذـة دـيـر

أشكر الله الذي وفقي في إنجاز هذا العمل ويطيب لي عرفانا الجميل أن اتقدم  
بخاص الشكر والتقدير والامتنان

لأستاذ الدكتور / عائشة مصطفى المنياوي

أستاذ التسويق بكلية التجارة - جامعة عين شمس

المشرف الرئيس على الرسالة

لما قدمته للباحثة من تشجيع ورعاية وتوجيه وما جسنته من قيم العطاء العلمي الإنساني، وما بذلته من مجهود كبير في توجيه الباحثة وإرشادها، فلم تبذل بوقتها ولا جهدها وعلمها في سبيل تجويد وتحسين هذا العمل، ويكفى الباحثة فخرًا أنها تتلمذت على يديها وتخرجت من مدرستها العلمية المتميزة. وفقها الله وأدام عليها نعمة العطاء.

ويسر الباحثة أن تقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى

الأستاذ الدكتور / ممدوح رفاعي

أستاذ إدارة الموارد البشرية كلية التجارة - جامعة عين شمس

تقديرًا لجهده المبذول وما قدمه للباحثة من مساعدة وتوجيه وارشاد، ولدعمه المتواصل ونصائحه القيمة، فجزاه الله خير الجزاء.

## الشّكر والتقدير

كما يسر الباحثة أن تقدم بأسمى آيات الشّكر والتقدير إلى

الأستاذ الدكتور / صفاء سيد محمود

أستاذ تكنولوجيا المعلومات كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس

على تفضيلها بالاشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة وما قدمته من نصائح قيمة وتوجيه فلها مني جزيل الشّكر والعرفان والتقدير

فلهم كل الثناء على ذلك

كما يسر الباحثة أن تقدم بأسمى آيات الشّكر وعميق تقدير وعرفاني إلى المعلمة والإنسانة الخلوة

الدكتور / ريم محمد الألفي

مدرس إدارة الأعمال كلية التجارة - جامعة عين شمس

المشرف المساعد على الرسالة

تقديراً لجهدها على ما قدمته للباحثة من مهارات العون في الإشراف على هذا العمل من خلال الاستفادة بآرائها وتوجيهاتها، فجزاها الله عندي خير الجزاء



كلية التجارة - الدراسات العليا

قسم إدارة الأعمال

رسالة ماجستير

اسم الباحث: كاترين وليم مساعد عبدالله

عنوان الرسالة : دور جودة الخدمة المدركة على نوابا التحول

"دراسة ميدانية على الخدمات الفندقية في مدينة الغردقة"

الدرجة العلمية : ماجستير في إدارة الأعمال

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

رئيساً ومشرفاً

الأستاذة الدكتور / عائشة مصطفى المنياوي

أستاذة التسويق بكلية التجارة - جامعة عين شمس

عضوأ

الأستاذة الدكتور / ممدوح رفاعي

أستاذ إدارة الموارد البشرية بكلية التجارة- جامعة عين شمس

عضوأ

الأستاذة الدكتور / صفاء سيد محمود

أستاذ تكنولوجيا المعلومات بكلية التربية النوعية - جامعة عين شمس

الدراسات العليا

أجبت الرسالة بتاريخ:

٢٠٢٢/٨/٨

موافقة مجلس الجامعة

تاريخ التشكيل:

٢٠٢٢/٦/٢١

موافقة مجلس الكلية

ختم الإجازة



كلية التجارة - الدراسات العليا  
قسم إدارة الأعمال

اسم الباحث: كاترين وليم مساعد عبدالله

الدرجة العلمية : ماجستير في إدارة الأعمال

القسم التابع له: تسويق

اسم الكلية: التجارة

اسم الجامعة: عين شمس

سنة التخرج : ٢٠١٧ م

سنة المنح :

## المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور جودة الخدمة المدركة على نوايا التحول. وقد اتبعت الدراسة المنهج الاستباطي والاستقرائي المستند على الأسلوب الوصفي التحليلي الكمي وذلك من خلال الدراسات السابقة واستخدام قائمة الاستقصاء التي تغطي محاور وأبعاد الدراسة كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة البالغ عدده (١٨) فندق، بلغ حجم العينة (٣٨٤) مفردة، وتم توزيع استمرارات الاستقصاء على عملاء الفنادق الخمس نجوم (المصريين) في محافظة البحر الأحمر (الغردقة والجونة). وقد تم استبعاد (١٣) قائمة لعدم الاستيفاء، وبهذا يكون إجمالي عدد القوائم التي أجري عليها التحليل الإحصائي (٣٧١) قائمة. حيث تم استخدام برنامج (spss) باستخدام جملة من الأساليب الإحصائية مثل اختبار ثبات المقاييس والتحليل الوصفي وأسلوب تحليل الانحدار المتعدد والبسيط ومعامل الارتباط البسيط لبيرسون واختبار التوزيع الطبيعي Shapiro-Wilk واختبار المقاييس اللامعجمية لفروق المتوسطات Krushkal-Wallis H.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة جوهرية ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمة المدركة وبين نوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة، كما أوضحت الدراسة أيضاً وجود علاقة جوهرية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد عوائق التحول وبين نوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة، وأيضاً وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات إجابات العينة طبقاً لـ (النوع والعمر) لعملاء الفنادق.

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أوصت بالاهتمام بشكاوي العملاء والحرص على حلها مع التأكيد على عدم تكرارها أو الورق في مسبباتها، التحسين المستمر لمستوى جودة الخدمات والتركيز على تدريب الموظفين للرفع من أدائهم، ومعرفة حاجات العملاء وتوقعاتهم للخدمة وقياس مستويات الرضا عن الجودة الحالية.

**الكلمات المفتاحية:**

جودة الخدمة، الاعتمادية، التعاطف، الاستجابة، الملمسية، الضمان، جودة العلاقة، جاذبية البدائل، تكاليف التحول، نوايا التحول.

## فهرس محتويات البحث

الصفحة	الموضوع
	<b>الفصل الاول: الإطار العام للدراسة</b>
١	المقدمة
٢	١/١ الدراسة الاستطلاعية
٣	٢/١ الدراسات السابقة
١١	٣/١ مشكلة البحث
١١	٤/١ أهداف البحث
١٢	٥/١ فروض البحث
١٣	٦/١ متغيرات البحث
١٨	٧/١ أهمية البحث
١٩	٨/١ منهجية البحث
٢١	٩/١ نوع ومصادر بيانات البحث
٢١	١٠/١ تصميم قائمة الاستقصاء وقياس متغيرات البحث
٢٢	١١/١ حدود البحث
٢٣	١٢/١ الأساليب الاحصائية
٢٣	١٣/١ خطة البحث
	<b>الفصل الثاني: جودة الخدمة الفندقية</b>
٢٥	المقدمة
٢٥	١/٢ مفهوم الجودة
٢٦	٢/٢ مفهوم جودة الخدمة

٢٨	٣/٢ مراحل تطور وتحسين الجودة
٢٩	٤/٢ عناصر جودة الخدمة
٣٠	٥/٢ أبعاد جودة الخدمة
٣٨	٦/٢ مفهوم جودة الخدمة الفندقية
٣٩	٧/٢ خصائص جودة الخدمة الفندقية
٤٠	٨/٢ أهمية جودة الخدمة الفندقية
٤٢	٩/٢ أهمية تحسين جودة الخدمة الفندقية
٤٢	١٠/٢ العلاقة بين جودة الخدمة الفندقية ورضا العملاء
٤٨	١١/٢ خلاصة الفصل
	<b>الفصل الثالث: معوقات التحول</b>
٤٩	المقدمة
٥٠	١/٣ مفهوم عوائق التحول
٥٢	٢/٣ أبعاد عوائق التحول
٥٢	١/٢/٣ تكاليف التحول
٥٣	١/١/٢/٣ أنواع تكاليف التحول
٥٤	٢/١/٢/٣ قياس تكاليف التحول
٥٤	٣/١/٢/٣ محددات تكاليف التحول
٥٧	٢/٢/٣ جودة العلاقة
٦٠	٣/٢/٣ جاذبية البدائل
٦١	٣/٣ العوامل التي تؤثر على جذب العملاء
٦٢	٤/٣ العلاقة بين تكاليف التحول وجاذبية البدائل

٦٢	٥ أنواع المعرفة وأثرها على تقييم البدائل
٦٣	٦ خصائص الاتجاهات لعوائق تحول العملاء
٦٣	٧ عناصر الاتجاهات لعوائق تحول العملاء
٦٤	٨ أثر جاذبية البدائل على سلوك تحول العميل
٧٠	٩ خلاصة الفصل
	<b>الفصل الرابع: نوايا التحول</b>
٧١	المقدمة
٧١	١/٤ مفهوم نوايا تحول العملاء
٧٣	٢/٤ سلوك تحول العملاء
٧٤	٣/٤ أهم اسباب نوايا التحول
٧٥	٤/٤ محددات نوايا تحول العملاء
٧٨	٥/٤ أهمية نوايا تحول العملاء
٧٩	٦/٤ العوامل المؤثرة في نوايا تحول العملاء
٨١	٧/٤ أهم المصادر الداعمة في نوايا تحول العملاء
٨٥	٨/٤ سلوكيات العملاء بناء على نوايا التحول
٨٧	٩/٤ النظريات المؤثرة على نوايا تحول العملاء
٨٩	١٠/٤ العوامل التي تساعد على نجاح الخدمة الفندقية وتأثيرها على نوايا التحول
٩٠	١١/٤ خلاصة الفصل
	<b>الفصل الخامس: الدراسة الميدانية</b>
٩١	المقدمة
٩١	١/٥ جمع البيانات

٩٣	٢/٥ ثبات وصدق المقاييس المستخدمة
٩٤	١/٢/٥ صدق وثبات مقاييس جودة الخدمة الفندقية المدركة
٩٦	٢/٢/٥ صدق وثبات أبعاد عوائق التحول
٩٧	٣/٢/٥ صدق وثبات بعد نوايا التحول
٩٧	٣/٥ المقاييس الإحصائية الوصفية لمتغيرات الدراسة
٩٨	١/٣/٥ الاحصاء الوصفي لمتغيرات الديموغرافية
١٠٠	٢/٣/٥ المقاييس الإحصائية الوصفية لجودة الخدمة الفندقية المدركة
١٠٤	٣/٣/٥ المقاييس الإحصائية الوصفية لأبعاد عوائق التحول
١٠٦	٤/٣/٥ المقاييس الإحصائية الوصفية لنوايا التحول
١٠٧	٤/٥ اختبار فروض البحث
١٠٨	١/٤/٥ اختبار الفرض الأول
١١٧	٢/٤/٥ اختبار الفرض الثاني
١٢٢	٣/٤/٥ اختبار الفرض الثالث
	<b>الفصل السادس: النتائج والتوصيات والدراسات المستقبلية</b>
١٢٩	المقدمة
١٢٩	١/٦ نتائج اختبار الفروض
١٣٣	٢/٦ التوصيات وأليات التنفيذ
١٣٥	٣/٦ الابحاث المستقبلية
	<b>قائمة المراجع</b>
١٣٧	أولاً: المراجع باللغة العربية
١٣٩	ثانياً: المراجع باللغة الاجنبية

قائمة الملاحق	
	ملحق (١) استمارة الاستقصاء.....
	المستخلص باللغة العربية.....
	المستخلص باللغة الأجنبية.....

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٣	تعريف متغيرات البحث	١/١
٢٠	عينة البحث	٢/١
٣٠	أبعاد جودة الخدمة	١/٢
٣٦	أبعاد جودة الخدمة ومعايير تقييمها	٢/٢
٨٦	أسباب بقاء العملاء مع مقدمي الخدمة	١/٤
٩٤	صدق وثبات جودة الخدمة الفندقية المدركة	١/٥
٩٦	صدق وثبات أبعاد عوائق التحول	٢/٥
٩٧	صدق وثبات بعد نوايا التحول	٣/٥
٩٨	قيم المتوسط المرجح والاتجاه الخاص بمقاييس ليكارت الخماسي	٤/٥
٩٨	متغير النوع في عينة الدراسة	٥/٥
٩٩	متغير العمر	٦/٥
١٠١	نتائج الدراسة الوصفية لجودة الخدمة الفندقية المدركة	٧/٥
١٠٣	أعلى وأقل متوسط للعبارات الخاصة بأبعاد جودة الخدمة الفندقية المدركة	٨/٥

١٠٤	نتائج الدراسة الوصفية لعوائق التحول	٩/٥
١٠٦	أعلى وأقل متوسط للعبارات الخاصة بأبعاد عوائق التحول	١٠/٥
١٠٦	نتائج الدراسة الوصفية لنوايا التحول	١١/٥
١٠٩	نتائج تحليل الارتباط والانحدار لجودة الخدمة المدركة مجتمعة على نوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	١٢/٥
١١٠	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين الاعتمادية ونوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	١٣/٥
١١١	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين الاستجابة ونوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	١٤/٥
١١٢	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين الملموسيّة ونوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	١٥/٥
١١٣	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين التعاطف ونوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	١٦/٥
١١٤	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين الضمان ونوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	١٧/٥
١١٥	نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتأثير متغيرات جودة الخدمة المدركة على نوايا التحول لدى العملاء	١٨/٥
١١٧	نتائج تحليل الارتباط والانحدار لعوائق التحول مجتمعة على نوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	١٩/٥
١١٨	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين جاذبية البدائل مجتمعة على نوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	٢٠/٥
١١٩	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين جودة العلاقة مجتمعة على نوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	٢١/٥
١٢٠	نتائج تحليل الارتباط والانحدار بين تكاليف التحول مجتمعة على نوايا التحول لدى العملاء في فنادق الغردقة	٢٢/٥