

العلاقة بين جودة الخدمة ورضا المشاهدين عن البطولات

المنظمة بالمدينة الرياضية ببورسعيد

* محمد سيد أحمد زرمبة

مقدمة ومشكلة الدراسة:

يعد أسلوب إدارة الجودة الشاملة من الإتجاهات الحديثة في الإدارة، حيث تقوم فلسفته على مجموعة من المبادئ التي يمكن للإدارة والقيادات أن يتبنونها، بغرض الوصول إلى أفضل أداء ممكن وأعلى درجة من الرضا للعميل (عساف و الحلو، ٢٠٠٩). ويختلف تطبيق مفاهيم إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية عنه في المؤسسات التجارية والصناعية، أو المؤسسات الربحية الأخرى بسبب اختلاف أهداف كل منهما، واختلاف المدخلات والمخرجات والعمليات لهذه المؤسسات. إذ يتعين التركيز على دراسة وتحديد احتياجات السوق ومعرفة الطرق والوسائل العملية والتدريبية لمواجهة احتياجات الأفراد والجماعات للسيطرة على السوق التنافسي، وذلك يتم وفقاً لمعايير محددة في الأداء ومعترف بها عالمياً (Abo Diah, ٢٠٠٥).

كما أن تطبيق إدارة الجودة في المؤسسات الرياضية يرتبط بعناصر متعددة ومجالات مختلفة، ويمكن أن يتكامل عند تداوله لهذه العناصر المجتمعة لتحقيق التوازن بين المصالح الخاصة لأعضاء المؤسسات الرياضية وبين المصلحة العامة من ناحية أخرى. وذلك بتفاعل العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأخلاقية، وإقرار الحقوق والواجبات للعاملين فيها، وإصدار القوانين المنظمة لعمل المؤسسات الرياضية وفق قواعد تنظيمية وتنفيذية، وفي هذا السياق ذكر حسن الشافعي (٢٠٠٣) " أن تطبيق إدارة الجودة الشاملة هو

* مدرس دكتور بقسم الإدارة الرياضية والترويج - كلية التربية الرياضية (بنين) -

بنات) - جامعة بورسعيد

لتحقيق جودة الخدمة لتلبية احتياجات ورغبات وتوقعات المستفيد أو العميل في المؤسسات الرياضية والأنشطة الرياضية (الشافعي، ٢٠٠٣).

حيث يُقصد بجودة الخدمة "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها العملاء، أو التي يدركونها في الواقع العملي، وهي المحدد الرئيس لرضا المستهلك أو عدم رضاه، وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسة للمنظمات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها (عبد القادر، ٢٠٠٥). إذ تُعتبر جودة الخدمة من المجالات الرئيسة التي يمكن لمؤسسات الخدمات أن تميز نفسها، وهي: "تقديم نوعية عالية ويشكل مستمرة، وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين" (حمود، ٢٠٠٢). ويمكن تعريف جودة الخدمة في المجال الرياضي بأنها: حكم المستهلكين بشأن التفوق العام أو تفوق الخدمات الإضافية المقدمة كأجزاء مكملة للمنتج الرياضي الأساسي (Theodorakis, Alexandris, Tsigilis, & Karvounis, ٢٠١٣)

وتتعلق جودة خدمات المؤسسة بالتفاعل بين العميل ومقدم الخدمة حيث يبدي العميل رأيه في جودة الخدمة من خلال مقارنة بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة (الضمور، ٢٠٠٥). حيث تسعى أي منظمة إنتاجية كانت أم خدمية إلى تحقيق رضا العميل؛ ذلك لأنها وجدت أصلاً من أجل تلبية حاجاته، ورغباته من خلال تقديمها للمنتجات أو الخدمات (Malthouse, Oakley, Calder, & Iacobucci, ٢٠٠٤). إذ يُعد جوهر عمل المنظمة هو العميل (المستفيد)، فمن دونه لن تكون هناك منظمة، وهذا ما يدفعها إلى أن تجعل معظم عملياتها التشغيلية وبرامجها باتجاه تحقيق رضا العميل. إذ عرف رضا العميل على أنه: "درجة إدراك العميل مدى فاعلية المنظمة في تقديم الخدمات التي تلبى احتياجاته ورغباته" (Giese & Cote, ٢٠٠٢)

إن تحقيق رضا العميل من الخدمة هو عملية مستمرة عبر الزمن لتحقيق ولاءه، المحافظة عليه، واكتساب مستفيدين جدد إذ لا تسعى المؤسسة فقط لإرضاء مستفيديها - بل هي في بحث دائم عن الوسائل التي تمكنها

من تحسين مستويات الرضا، وكذا الإجابة على حالات عدم الرضا ومعالجتها
(Brady, Cronin Jr., & Brand, ٢٠٠٢).

جودة الخدمة للمستهلكين من الأهمية بمكان في أنها تساعد في تحسين
رضا المستهلك مع زيادة الأرباح للمؤسسة (Pa, Salamuddin, Zin, & Abu Bakar, ٢٠١٩). وتعتبر جودة الخدمة المقدمة من أهم العوامل المؤثرة
على درجة رضا العميل، حيث تُعد مؤشراً تنافسياً مهماً تعتمد عليه المنظمات في
تدعيم مركزها التنافسي. فإذا كان العميل راضياً عن أداء المؤسسة فإنه سيتحدث
عنها إلى الآخرين مما يولد عملاء جدد، وقرار عودته إليها يكون سريعاً، مما
يقلل من احتمال توجهه إلى منظمات أخرى أو منافسة، هذا بالإضافة إلى أن
رضا العميل يمثل تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما
يقود المنظمة إلى تطوير خدماتها المقدمة إلى المستفيد. هذا فضلاً عن أن رضا
العميل يساعد المنظمة على تقديم مؤشرات لتقييم كفاءتها وتحسينها نحو
الأفضل (Singh, ٢٠٠٦).

لذا أصبحت المؤسسة الناجحة هي التي تأخذ بآراء العملاء في عملياتها
وخدماتها المقدمة لهم، حتى أن العديد من المؤسسات شاركت عملائها في
تصميم خدماتها وفي تطويرها، وفي عمليات التقييم المستمرة لها، وذلك من خلال
تحديد إجراءات واضحة لشكاوى عملائها واقتراحاتهم والتعامل معهم، وبذل جهد
ممكن لتوفير الخدمات لكل شخص (Lefébure & Venturi, ٢٠٠٥).

ولقد شهدت العقود الأخيرة تطوراً كبيراً في مجال الخدمات التي أصبحت
تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، مما خلق منافسة شديدة بين مقدميها.
وفي هذه الظروف أصبح هناك وعي لدى الباحثين والمهتمين بالأنشطة الخدمية
بأهمية الجودة في تقديم الخدمات وأثرها على رضا العميل من أجل خلق ميزة
تنافسية وزيادة الربحية للمنظمات الخدمية. ومن أجل النمو والتطور أصبحت
إدارة الجودة وتحقيق رضا العميل هاجساً للمنظمات الخدمية، حيث أصبح رضا
العميل محور اهتمامها ودائمة البحث، والتعرف على حاجات وتوقعات الزبون

وتقديم خدمة تحقق رضاه وولائه للمؤسسة التي تقدمها خاصة وأن ثورة تكنولوجيا الإتصالات والمعلوماتية مكنت العميل من أن يستطيع المفاضلة بين الخدمات حسب رغباته واختياراته (محمد، ٢٠١٧).

كما أصبحت جودة الخدمات من الضروريات التي تُجرى في المؤسسات الخدمية لتحقيق رضا العملاء (المستفيدين)، وأن المؤسسات الخدمية لا تزال تضع جودتها بمؤشرات وأبعاد ومعايير مما انعكس على الاهتمام برضا العملاء، وذلك من خلال جودة الخدمات المختلفة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة - الضمان/أو الأمان، التعاطف) (Meesala & Paul, ٢٠١٨). ونظراً لأهمية المدينة الرياضية ببورسعيد كمؤسسة من أكبر المؤسسات الرياضية الاستثمارية بجمهورية مصر العربية، والتي تُقدم العديد من الخدمات المتنوعة لمختلف الفئات المستفيدة لهذا الصرح الخدمي، كان لزاماً على المؤسسات البحثية دراسة رضا العملاء المستفيدين من هذا الصرح الخدمي، حيث أشار ثابت عبد الرحمن إدريس (٢٠٠٦) أن هناك علاقة بين الجودة ورضا العميل، حيث أن الجودة تؤدي إلى الرضا، ودليل على ذلك فإن المؤسسة بمقابلة احتياجات العملاء تضمن رضاهم، وبالتالي أصبح رضا العملاء هدفاً رئيساً من أهداف الجودة، على اعتبار أن الجودة تهدف إلى الارتقاء بمستوى الخدمة وتحقيق الرضا لدى العملاء (إدريس، ٢٠٠٦).

ونظراً لأهمية العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء أجريت العديد من الدراسات التي تهتم بتلك العلاقة في العديد من المجالات ومنها دراسة محمد محمد (٢٠١٨)، حيث هدفت قياس رضا العملاء عن الخدمة المقدمة من المترو (محمد م.، ٢٠١٨)، ودراسة Meesala & Paul (٢٠١٨) والتي سعت إلى تحديد أهم العوامل في المستشفيات المتعلقة بجودة الخدمة والتي تضمن البقاء والنجاح في المستقبل (Meesala & Paul, ٢٠١٨). ودراسة بدر الذكراوي (٢٠١٦)، حيث هدفت دراسة جودة الخدمات المقدمة من مستشفيات جامعة القاهرة (الذكراوي، ٢٠١٦)، دراسة أحمد عامر (٢٠١٥)،

حيث هدفت التوصل إلى أثر جودة الخدمة الإلكترونية في رضا طلاب الجامعات المصرية (عامر، ٢٠١٥) أيضاً دراسة Kalepu (٢٠١٤) التي تقيس جودة الخدمة في مستشفيات مختارة في منطقة كريشنا بولاية أندرا براديش بالهند ، وتحاول تشخيص فجوات جودة الخدمة. (Kalepu, ٢٠١٤)، ودراسة رافع جابر (٢٠١٣) ، والتي تناولت جودة الخدمة الفندقية وأثرها في السلوك الشرائي للضيف (جابر، ٢٠١٣)، ودراسة محمد صفوت (٢٠٠٩)، والتي هدفت التعرف على مدى تأثير جودة أداء الخدمة على العلاقة مع العملاء ودرجة ولائهم للمنظمة: بالتطبيق على مطاعم الوجبات السريعة (صفوت، ٢٠٠٩).

وفي المجال الرياضي أجرى Pa et all (٢٠١٩) دراسة تهدف إلى التعرف على جودة الخدمة بين ممارسي الرياضة واللياقة البدنية في ماليزيا: دراسة حالة (Pa, Salamuddin, Zin, & Abu Bakar, ٢٠١٩)، ودراسة Sivarajah (٢٠١٩) وهدفت إلى استكشاف تصورات جودة الخدمة ورضاها بين المتفرجين في حدث رياضي ضخم: دورة الألعاب الأولمبية الشتوية بيونغ تشانغ ٢٠١٨ (Sivarajah, ٢٠١٩) ودراسة Dias et all (٢٠١٩) لفحص العلاقة بين جودة الخدمة المدركة والرضا ونية التجديد في مراكز اللياقة البدنية البرتغالية (Dias, Ferreira, Pereira, & Fonseca, ٢٠١٩) وأجرى Lee (٢٠١٧) دراسة هدفت إلى التعرف على جودة خدمة المراكز الرياضية وولاء العملاء (Lee, ٢٠١٧) كما أجرى حسام الجوهرى (٢٠١٦) ، دراسة هدفت إلى التعرف على أثر تسويق البطولات والمنشآت الرياضية في تحقيق جودة خدمة نشاط كرة القدم بالأندية المصرية (الجوهرى ، ٢٠١٦)، ودراسة Ko et all (٢٠١٤)، حيث هدفت دراسة رضا المستهلك وإدراك جودة الحدث - في بطولة التايكوندو لعام ٢٠٠٩ (Ko, Cattani, Lee, Kim, Yang, & Kim, ٢٠١٤) ودراسة Ko et all (٢٠١١) ، والتي هدفت تقييم جودة الحدث الرياضي من وجهة نظر المشاهدين (Ko, Zhang, Cattani, & Pastore, ٢٠١١)،

اجتذبت جودة الخدمة اهتمام الباحثين والمهنيين في مجال البطولات الرياضية بسبب تأثيرها على الاستجابات النفسية والسلوكية العديدة للمشاهدين مثل المشاركة وتحديد الهوية والرضا والولاء. ويرتبط رضا العملاء بالعديد من النجاحات الإيجابية في مجال إدارة الأعمال، ومعترف به كمجال دراسي مهم. ومع ذلك ، فقد تناولت أبحاث محدودة رضا المشاهدين للبطولات الرياضية ، بالإضافة إلى ندرة الدراسات التي تفحص محددات هذا الرضا. ونظراً لأهمية العلاقة بين جودة الخدمات المقدمة في الهيئات الرياضية بصفة عامة وفي المدينة الرياضية ببورسعيد بصفة خاصة ورضا المشاهدين والمستفيدين، وندرة الدراسات التي تناولت هذه العلاقة في المجال الرياضي، ولعدم وجود دراسة تتناول العلاقة بين جودة الخدمات ورضا عملاء المدينة الرياضية ببورسعيد، منذ افتتاحها رسمياً في عام ٢٠١٦؛ لذا تكمن مشكلة الدراسة في كونها محاولة للتوصل إلى العلاقة بين جودة الخدمة ورضا المشاهدين للبطولات التي تقام بالمدينة الرياضية ببورسعيد.

المفاهيم الأساسية للدراسة:

١- الخدمة: قدم الكثير من الكتاب في مجال الإدارة تعاريف متعددة لمصطلح الخدمة، ومنها تعريف Kotler et all (٢٠١١) حيث عرف الخدمة بأنها: " أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الطرفين لأخر ، وقد تكون غير ملموسة أساساً، ولاتؤدي إلى ملكية أي شيء" (Kotler, Armstrong, Tolba, & Habib, ٢٠١١).

٢- جودة الخدمة: هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها العملاء، أو التي يدركونها في الواقع العملي، وهي المحدد الرئيس لرضا المستهلك أو عدم رضاه، وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسة للمنظمات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها (عبد القادر، ٢٠٠٥). كما تعرف على أنها: " نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الأطراف لطرف آخر لا تكون ملموسة بالضرورة، ولا ينتج عنها ملكية أي شيء" (Kotler , Keller , & Manceau , ٢٠١٢). كما عرف كل من Lewis and Booms جودة الخدمة بأنها: "مفهوم يعكس مدى ملائمة الخدمة المقدمة بالفعل لتوقعات المستفيد منها " (إدريس، ٢٠٠٦).

جدول (١)
أهم محددات جودة الخدمات

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	- جاذبية المظهر الخارجي للمنظمة.
	- التصميم الداخلي للمنظمة.
	- حداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة.
	- المظهر اللائق لمقدمي الخدمات.
الإعتمادية	- الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة.
	- تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث الأخطاء).
	- معلومات دقيقة وصحيحة.
الإستجابة	- السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة.
	- الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن.
	- الرد الفوري على الاستفسار والشكاوى.
الضمان	- الشعور بالأمان في التعامل.
	- الثقة بمقدمي الخدمات.
التعاطف	- تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن التعامل.
	- فهم ومعرفة احتياجات الزبائن.
	- ملاءمة ساعات العمل.
	- وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا.
	- تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه.
- اللطف في التعامل مع الزبائن.	

المصدر: (إدريس، قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات - دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت، ١٩٩٦) ويمكن الإعتماد على هذه العناصر كدلالات للبحث في مستوى جودة الخدمات المقدمة للزبون (Singh, ٢٠٠٦) (Meesala & Paul, ٢٠١٨) :

- الملموسية: التسهيلات المادية، المعدات، ظهور الأشخاص في الوحدة الواحدة
- الإعتمادية: القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة بأداء صحيح، ودقة وثبات
- الاستجابة: القدرة على تقديم الخدمة بسرعة، ومساعدة المستهلكين باستمرار عند الطلب

- الموثوقية/ الضمان: القدرة على كسب ثقة المستهلك وجعله يشعر بالأمان
- التعاطف: الاتصال الجيد مع المستفيد، وتفهمه والعناية به.
- ٣- رضا العميل: يعرف بأنه: "مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك وتوقعاته" (الصحن، ٢٠٠٢). ويُعرف رضا العميل بأنه: " حالة نفسية لما بعد شراء وإستهلاك خدمة معينة، يترجم بواسطة شعور عابر (مؤقت) ناتج عن الفرق بين توقعات العميل والأداء المدرك، ويعتمد بالموازاة مع ذلك على الموقف السابق تجاه الخدمة (Belin, ٢٠٠٢).
- ٤- المدينة الرياضية ببورسعيد:

في مقابلة شخصية مع المشرف العام على المدينة الرياضية ببورسعيد، أوضح أن المدينة الرياضية ببورسعيد هي منشأة رياضية تابعة لوزارة الشباب والرياضة وتقع في حي الضواحي بمدينة بورسعيد، تبلغ مساحتها (٧٦) ألف متر مربع، ومحاطة بسور طوله (١١٠٠) متر، افتتحها السيد الرئيس /عبد الفتاح السيسي رئيس الجمهورية. وتشتمل المدينة الرياضية على حمام سباحة أولمبي، وحمام سباحة تدريبي، وصالة مغطاة، وملعب هوكي، ومبنى خدمات لملاعب الهوكي وكرة القدم، ومجمع للإسكواش، و٥ ملاعب خماسية لكرة القدم، وملعبين للتنس الأرضي، وملعبين متعددي الأغراض، و٦ ساحات نزال للألعاب القتالية، بالإضافة إلى ملعب كرة قدم قانوني، ومبنى إجتماعي ومنطقة لألعاب الأطفال، بالإضافة إلى بعض الخدمات الأخرى كالمطعم والكافتيريا. ومن خلال الجهود التسويقية لإدارة المدينة تم التواصل مع الاتحادات والمناطق الرياضية المختلفة لإقامة المباريات والبطولات بملاعب وصالات المدينة الرياضية. وأيضاً تم التواصل مع نقابات شركات الموائى والبترول ببورسعيد للترويج لمنشآت المدينة من خلال فتح باب الاشتراكات العائلية لفترات موسمية مع منح نسبة تخفيض (١٠%) للشركة في حالة اشتراك عدد ٢٠٠ أسرة، وقد تم وضع العديد من الامتيازات التي يستفيد منها كل أفراد الأسرة، وبالإضافة إلى تنظيم أيام رياضية وثقافية وفنية للعاملين بالشركات. (حسن، ٢٠١٨)

أهمية الدراسة :

- الأهمية العملية: تتبع أهمية الدراسة في التعبير عن مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء من مشاهدي البطولات التي تنظم في المدينة الرياضية ببورسعيد، ومدى توافقها مع رغباتهم وحاجاتهم، وذلك من أجل معرفة توجهاتهم من الخدمات المقدمة من قبل المدينة بهدف تطويرها ورفع مستواها بما يحقق رغبات وحاجات المستفيدين وكسب رضاهم، كما أن من المتوقع لهذه الدراسة أن تحقق إضافة علمية في مجال تحسين جودة الخدمات، وإمكانية الوصول إلى نتائج حول تحسين جودة الخدمات يمكن من خلالها اقتراح توصيات تسهم في زيادة رضا المستفيدين، خاصة في ظل اهتمام وزارة الشباب والرياضة باستثمار المنشآت الرياضية والأصول المملوكة لها وتحقيق أعلى ربح منها.

- الأهمية العلمية: تبرز الأهمية العلمية للدراسة من خلال تزويد المكتبة العربية وبخاصة مكتبة التربية الرياضية بمزيد من الدراسات حول جودة الخدمات الرياضية، كما أن النتائج والتوصيات التي ستتوصل إليها قد تساعد المسؤولين في الإسترشاد بها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة التوصل إلى العلاقة بين جودة الخدمة ورضا المشاهدين عن البطولات المنظمة بالمدينة الرياضية ببورسعيد، وذلك من خلال التعرف على الآتي:

- ١- مدى جودة الخدمة المقدمة من المدينة الرياضية للمشاهدين.
- ٢- مدى رضا المشاهدين عن الخدمة المقدمة من المدينة الرياضية ببورسعيد.

فروض الدراسة:

- ١- وجود تباين في تقييم العملاء(المشاهدين) للأداء الفعلي للخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد.
- ٢- وجود علاقة ارتباط بين الجودة المدركة للخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد ورضا المشاهدين.

إجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي باستخدام الأسلوب المسحي، لملائمته لطبيعة الدراسة وتحقيقاً لأهدافها.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل المجتمع الأصلي للدراسة في مشاهدى البطولات التي أقيمت بالمدينة الرياضية خلال الموسم الرياضي ٢٠١٧/٢٠١٨م، حيث تم اختيار عينة عشوائية قوامها (٣٥٠) مشاهد من مشاهدى بطولات الجمهورية للإسكواش والسباحة، والتي أقيمت خلال الفترات الآتية: (بطولة الجمهورية للإسكواش في الفترة من ٢٦ - ٢٩ يناير ٢٠١٨م، بطولة الجمهورية للسباحة ٨ - ١٠ فبراير ٢٠١٨م، بطولة الجمهورية للسباحة ٨ - ٩ مارس ٢٠١٨م)، كما تم استبعاد عدد ٦٥ استمارة منها نظراً لعدم استكمالها أو عدم إعانتها للباحث وبذلك يكون إجمالي عدد أفراد العينة هو (٢٨٥) من المشاهدين للبطولات التي نظمت في المدينة الرياضية (١٧١ من الذكور - ١١٤ من الإناث)، متوسط السن (٣٢.٤١ سنة) في الفترات المنكورة. كما تم اختيار عدد (٥٠) مشاهد كعينة استطلاعية لإجراءات تقنين استمارة المسح. وجدول (٢) يوضح الوصف الإحصائي لمجتمع وعينة الدراسة.

جدول (٢)

الوصف الإحصائي لمجتمع وعينة الدراسة

البطولة	عدد الاستمارات التي تم توزيعها	عدد المستجيبين	عدد الاستجابات المستبعدة	% للمستجيبين من المجتمع الأصلي	% من إجمالي العينة
بطولة الجمهورية للإسكواش في الفترة من ٢٦ - ٢٩ يناير ٢٠١٨م	١١٣	٩٢	٢١	٨١.٤٢	٣٢.٢٨
بطولة الجمهورية للسباحة في الفترة من ٨ - ١٠ فبراير	١٠١	٨٣	١٨	٨٢.١٨	٢٩.١٢
بطولة الجمهورية للسباحة في الفترة من ٨ - ٩ مارس ٢٠١٨م	١٣٦	١١٠	٢٦	٨٠.٨٨	٣٨.٦٠
الإجمالي	٣٥٠	٢٨٥	٦٥	٨١.٤٣	١٠٠
البطولة	ذكور		إناث		متوسط السن
	ك	%	ك	%	
بطولة الجمهورية للإسكواش في الفترة من ٢٦ - ٢٩ يناير ٢٠١٨م	٦٨	٧٣.٩١	٢٤	٢٦.٠٩	٣٢.٣١
بطولة الجمهورية للسباحة في الفترة من ٨ - ١٠ فبراير	٤١	٤٩.٤٠	٤٢	٥٠.٦٠	٣٣.٠٨
بطولة الجمهورية للسباحة في الفترة من ٨ - ٩ مارس ٢٠١٨م	٦٢	٥٦.٣٦	٤٨	٤٣.٦٤	٣١.٨٤
الإجمالي	١٧١	٦٠	١١٤	٤٠	٣٢.٤١

أداة الدراسة:

تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات في هذه الدراسة باعتباره من أنسب أدوات البحث العلمي التي تحقق أهداف الدراسة المسحية للحصول على معلومات وحقائق مرتبطة بواقع معين حيث قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان وفقاً للخطوات الآتية:

(١) الصورة الأولى لاستمارة الاستبيان:

قام الباحث بتصميم استمارة الاستبيان في صورتها الأولى، حيث قام الباحث بتحديد المحاور الرئيسية من واقع أهداف الدراسة، وتمثلت هذه المحاور في محورين رئيسيين، هما:

- المحور الأول: جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية من وجهة نظر المشاهدين.

- المحور الثاني: رضا المشاهدين عن خدمات المدينة الرياضية ببورسعيد.

وقام الباحث بتحديد المحاور الفرعية، وصياغة عبارات الاستبيان، حيث شمل الاستبيان على عدد (٣٥) عبارة، وجدول (٣) يوضح المحاور الرئيسية والفرعية وعدد عبارات كل محور من محاور الاستبيان - قيد الدراسة.

جدول (٣)

عدد عبارات المحاور الرئيسية والفرعية لاستمارة الاستبيان - قيد الدراسة

م	محاور الاستبيان	عدد العبارات
المحور الأول	جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية من وجهة نظر المشاهدين:	
	بعد المادية الملموسة	١٢
	بعد الاعتمادية	٥
	بعد الاستجابة	٤
	بعد الامان	٤
	بعد التعاطف	٣
المحور الثاني	رضا المشاهدين عن خدمات المدينة الرياضية ببورسعيد	٧
	الإجمالي	٣٥

وتقاس استجابة عينة البحث لكل عبارة من عبارات الاستمارة باختيار إجابة واحدة من خمسة استجابات، بميزان خماسي التقدير طبقاً لمقياس ليكرت (موافق بشدة - ٥ درجات، موافق - ٤ درجات، محايد - ٣ درجات، غير موافق - ٢ درجة، غير موافق بشدة - ١ درجة)، بحيث تختار العينة إجابة واحدة، بوضع علامة (√) أسفل الاستجابة التي تتوافق مع رأيه وتصوره فيما يخص مضمون العبارة، وذلك أمام كل عبارة من عبارات الاستبيان.

(٢) عرض الاستمارة على المحكمين (صدق المحتوى Validity Content):

للتحقق من صدق استمارة الاستبيان، ومدى مناسبة العبارات وصياغتها للغرض الذي وضع من أجله، تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الإدارة الرياضية وعددهم (٥) محكمين - مرفق رقم (١)؛ للتأكد من مدى مناسبة العبارات للهدف الذي وضعت لقياسه، حيث تم مقابلتهم لتوضيح الغرض من الاستبيان واستيفاء استمارة التحكيم. وقد أرفق مع الاستمارة خطاب يتضمن تعريف بعنوان البحث والهدف منه؛ وذلك للتعرف على آرائهم في الاستمارة من حيث: (ملائمة الاستبيان للهدف منه، مناسبة كل عبارة من عبارات الاستبيان للمحور الذي يتضمنها حسب التعريف الإجرائي لكل محور، مدى صحة صياغة العبارات علمياً، إضافة أي ملاحظات وعبارات يقترحون أهميتها لمحاور الاستبيان).

(٣) إجراء الدراسة الاستطلاعية:

تم تطبيق الاستمارة على عينة استطلاعية في أول أيام بطولة الجمهورية للإسكواش يوم ٢٦/١/٢٠١٨ مكونة من (٥٠) مشاهد - من المجتمع الأصلي للدراسة ومن خارج العينة الأساسية، وكان الهدف من هذه الدراسة إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة لتقنين الاستبيان بحساب الصدق والثبات إحصائياً. ساعد الباحث في توزيع الأستمارة على العينة الاستطلاعية عدد ٣ طلاب من قسم الإدارة الرياضية والترويح - بكلية التربية الرياضية - جامعة بورسعيد.

أولاً - حساب صدق الاتساق الداخلي :

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان تم استخدام حساب معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة من العبارات المكونة لكل محور فرعي والدرجة الكلية للمحور الرئيس الذي ينتمي إليه لنفس المحور بالاستبيان، والجدول (٤) يوضح ذلك.

جدول (٤)

قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة عن العبارات المكونة لكل محور فرعي والدرجة الكلية للمحور ن = ٥٠

معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة
**٠.٨٦٧	٢٥	**٠.٧٨٢	١٣	**٠.٨٢٣	١
**٠.٨٣١	٢٦	*٠.٦٣٣	١٤	**٠.٧٧٤	٢
**٠.٨٨٦	٢٧	**٠.٩٤٤	١٥	**٠.٩٠٥	٣
**٠.٦٩٩	٢٨	**٠.٨٧٦	١٦	*٠.٦١٦	٤
**٠.٩١٥	٢٩	**٠.٧١٣	١٧	**٠.٨٠١	٥
*٠.٦٤٣	٣٠	*٠.٦٠٧	١٨	**٠.٧٨٦	٦
**٠.٨٧٤	٣١	**٠.٨٣٥	١٩	**٠.٨٤٢	٧
*٠.٦١٥	٣٢	**٠.٩٢١	٢٠	**٠.٧٠٨	٨
**٠.٨٤٦	٣٣	**٠.٨٥٣	٢١	**٠.٩٣٤	٩
**٠.٧٢٧	٣٤	*٠.٦٠٤	٢٢	**٠.٧٦٩	١٠
**٠.٩٠٢	٣٥	**٠.٨١٢	٢٣	**٠.٨٠٧	١١
		**٠.٧٤٥	٢٤	**٠.٨٥٧	١٢

* دالة عند (٠.٠٥)

** دالة عند (٠.٠١)

يتضح من جدول (٤) أن معاملات ارتباط عبارات المحاور الفرعية والدرجة الكلية لكل محور جميعها دالة عند مستوى (٠.٠١ - ٠.٠٥) لاقتربها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس عبارات الاستبيان التي تقيس توقعات المشاهدين والمستفيدين من جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية ببورسعيد، ومدى رضا المشاهدين من خدمات المدينة الرياضية ببورسعيد.

كذلك تم حساب الصدق باستخدام الاتساق الداخلي باستخدام حساب معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لكل محور رئيسي والدرجة الكلية للاستبيان، والجدول (٥) يوضح ذلك.

جدول (٥)

قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور رئيس والدرجة الكلية للاستبيان قيد الدراسة ن = ٥٠

الدلالة	الارتباط	المحاور الرئيسية المكونة للاستبيان
٠.٠١	٠.٩٣٩	المحور الأول: جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية من وجهة نظر المشاهدين
٠.٠١	٠.٨٤١	المحور الثاني: رضا المشاهدين عن خدمات المدينة الرياضية ببورسعيد

يتضح من الجدول (٥) من معاملات الارتباط لكل محور رئيس والدرجة الكلية للاستبيان، أنها دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) لاقترابها من الواحد الصحيح، وهذا يدل على صدق وتجانس المحاور الرئيسية المكونة للاستبيان - قيد الدراسة.

ثانياً - حساب ثبات الاستبيان:

قام الباحث بحساب الثبات لإستمارة الاستبيان، وذلك بالطرق التالية:
معامل ألفا كرونباخ Alpha Gronbach ، طريقة التجزئة النصفية - Split
half، معادلة التصحيح لسبيرمان براون Spearman -Brown ، جيوتمان
(Guttman)، حيث تم حساب قيم معاملات الثبات لكل من محاور المحاور
الرئيسية والمحاور الفرعية للإستبيان ككل، وجدول (٦) يوضح ذلك.

جدول (٦)

قيم معاملات الثبات لكل من المحاور الرئيسية

والمحاور الفرعية والاستبيان ككل ن = ٥٠

المحاور الرئيسية	رقم المحور الفرعي	المحاور الفرعية	معامل الثبات ألفا كرونباخ	معامل ثبات التجزئة النصفية	معامل ثبات سبيرمان براون	معامل ثبات ثبات جيوتمان
جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية من وجهة نظر المشاهدين	البعد الأول	بعد المادية الملموسة	٠.٩٣٢	٠.٨٨٧	٠.٩٤٠	٠.٩٢٨
	البعد الثاني	بعد الإعتمادية	٠.٧٤٧	٠.٦٧٧	٠.٨٠٧	٠.٧٣٩
	البعد الثالث	بعد الإستجابة	٠.٨١٠	٠.٧٣٨	٠.٨٤٩	٠.٨٠٣
	البعد الرابع	بعد الأمان	٠.٨٩٠	٠.٨٣٠	٠.٩٠٧	٠.٨٨٥
	البعد الخامس	بعد التعاطف	٠.٧٣٤	٠.٦٦٥	٠.٧٩٩	٠.٧٢٦
	المحور الأول ككل			٠.٧٦٨	٠.٦٩٦	٠.٨٢١
خدمات المدينة الرياضية عن رضا المشاهدين	البعد الأول	رضا المشاهدين	٠.٩١٦	٠.٨٦٣	٠.٩٢٧	٠.٩١١
الاستبيان ككل			٠.٧٧٦	٠.٧٠٤	٠.٨٢٦	٠.٧٦٩

يتضح من جدول (٦) أن جميع قيم معاملات الثبات كانت دالة عند مستوى (٠.٠١) مما يدل على ثبات الاستبيان، حيث كانت القيمة الكلية لمعامل الثبات بمحور جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية من وجهة نظر المشاهدين بطريقة ألفا كرونباخ (٠.٧٦٨)، وبطريقة التجزئة النصفية (٠.٦٩٦)، وكانت بطريقة سبيرمان براون (٠.٨٢١)، وبطريقة جيوتمان (٠.٧٦٠)، بينما كانت القيمة الكلية لمعامل الثبات بمحور رضا المشاهدين عن خدمات المدينة الرياضية بطريقة ألفا كرونباخ (٠.٩١٦)، وبطريقة التجزئة النصفية (٠.٨٦٣)، وكانت بطريقة سبيرمان براون (٠.٩٢٧)، وبطريقة جيوتمان (٠.٩١١)، كما أن القيمة الكلية لمعامل الثبات للإستبيان ككل بطريقة ألفا كرونباخ (٠.٧٧٦)، وبطريقة التجزئة النصفية (٠.٧٠٤)، وكانت بطريقة سبيرمان براون (٠.٨٢٦)، وبطريقة جيوتمان (٠.٧٦٩)، وهي قيمة عالية الثبات، وهذا يدل على إمكانية تطبيق الاستبيان.

(٤) الصورة النهائية للاستبيان:

بعد قيام الباحث بإجراء التعديلات التي اقترحها السادة المحكمون في تعديل بعض الصياغات اللغوية، وإجراء معاملات الصدق والثبات أصبح الاستبيان معداً للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية - مرفق رقم (٢).

(٥) مفتاح تصحيح الاستبيان:

تم تصحيح الاستبيان باستخدام مفتاح تصحيح خماسي الأبعاد، حيث يقيس جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية من وجهة نظر المشاهدين، ورضا المشاهدين عن خدمات المدينة الرياضية وفق ثلاث استجابات هي (موافق بشدة - ٥ درجات، موافق - ٤ درجات، محايد - ٣ درجات، غير موافق - ٢ درجة، غير موافق بشدة - ١ درجة).

(٦) الدراسة الأساسية:

قام الباحث بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة الدراسة الأساسية وقوامها (٢٨٥) مشاهد وذلك خلال الفترة من ٢٨ - ٢٩ / ١ / ٢٠١٨ (عينة مشاهدي بطولة الجمهورية للسباحة)، ٨ - ١٠ / ٢ / ٢٠١٨ (عينة مشاهدي بطولة الجمهورية للسباحة)، ٨ - ٩ / ٣ / ٢٠١٨ (عينة مشاهدي بطولة الجمهورية للسباحة) عن طريق توزيع الاستمارة على المشاهدين داخل موقع البطولات (مجمع الأسكواش بالمدينة الرياضية - مجمع السباحة بالمدينة الرياضية - كافتريا المبنى الاجتماعي بالمدينة الرياضية)، حيث استعان الباحث بعدد ٥ متطوعين لمساعدته في توزيع استمارة الاستبيان على المشاهدين في كل بطولة من طلاب قسم الإدارة الرياضية والترويج بكلية التربية الرياضية - جامعة بورسعيد، وبعد موافقتهم على المشاركة مع الباحث.

المعالجة الإحصائية للدراسة:

بعد تفرغ الإستمارة وترميز البيانات ، تم استخدام برنامج (SPSS- ٧٢٢)، حيث تم الإستعانة ببعض الأدوات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لتقديم وصف شامل لبيانات العينة من حيث: الخصائص، ودرجة الموافقة ودرجة الرضا.

- تم التقييم وفقاً لمقياس ليكرت على النحو التالي:

البيان	٥ درجة	٣.٥ درجة	٢.٥ درجة	١ درجة
درجة الموافقة	عالية	متوسطة	منخفضة	
مستوى التقييم	إيجابي	حيادي	سلبي	
درجة الرضا	كبيرة	متوسطة	منخفضة	

- استخدام أساليب تحليل الإنحدار والإرتباط وما يصاحبها من إختبار دلالة الفروق (T test)، و (F test) للتحقق من وجود علاقة الإرتباط بين جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية ببورسعيد و رضا المشاهدين.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

أولاً - عرض نتائج جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية ببورسعيد من وجهة نظر المشاهدين:

جدول (٧)

تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال بعد المادية الملموسة مرتبة تنازلياً (ن = ٢٨٥)

م	العــــــــــــارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
١٠	أسعار خدمات المدينة الرياضية مناسبة.	٤.٥٢	٠.٨٢	عالية
١١	عدد مقدمى الخدمة مناسب.	٤.٣٢	٠.٩٠	عالية
٢	المظهر العام للمدينة الرياضية جذاباً.	٤.١٨	٠.٧٣	عالية
٥	تتميز المدينة الرياضية بالنظافة.	٣.٩١	٠.٧٢	عالية
١	موقع المدينة الرياضية ببورسعيد مناسباً.	٣.٨٣	٠.٩٦	عالية
٤	تتميز المدينة الرياضية بسهولة الحركة بين الملاعب وداخل مرافقها.	٣.٦٧	١.٠٣	عالية
٧	مظهر العاملين (الإداريين والمرشدين والخدمات المعاونة) أنيق وحسن.	٣.٦٧	٠.٦٥	عالية
٨	يتوافر بالمدينة الرياضية خدمات متنوعة ووسائل الراحة.	٣.٤١	٠.٦٨	عالية
٩	يتوافر بالمدينة الرياضية وسائل الترفيه المناسبة.	٣.٢٧	٠.٦٥	عالية
٣	تمتلك المدينة الرياضية ملاعب وأجهزة وألوات ومعدات حديثة.	٢.٨٧	٠.٨٩	متوسطة
١٢	مقاعد المتفرجين كافية ومريحة.	٢.٨٤	٠.٩٧	متوسطة
٦	توفر المدينة الرياضية أنشطة وعروض تسويقية تقدم من حين لآخر.	٢.٨١	٠.٩١	متوسطة
المجموع	الملموسية	٣.٦١		عالية

يوضح جدول (٧) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ودرجة موافقة عينة الدراسة على عبارات تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال مؤشر الملموسية، حيث تراوحت متوسطات درجات العبارات من (٤.٥٢ إلى ٢.٨١ درجة) أى تراوحت من درجة الموافقة العالية إلى المتوسطة، وجاءت العبارة رقم (١٠) فى المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٠.٨٢ ± ٤.٥٢)، بدرجة موافقة عالية، تليها فى المرتبة الثانية حتى المرتبة التاسعة بدرجة موافقة أيضاً عالية العبارات التالية: (رقم ١١، ٢، ٥، ١، ٤، ٧، ٨، ٩) على التوالي، فى حين جاءت العبارة رقم (٣) فى المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (٠.٨٩ ± ٢.٨٧) بدرجة موافقة متوسطة، فى درجة الموافقة نفسها (متوسطة) جاءت باقى العبارات، وهى العبارة رقم (١٢) فى المرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي (٠.٩٧ ± ٢.٨٤)، وفى المرتبة الأخيرة الثانى عشر العبارة رقم (٦) بمتوسط حسابي (٠.٩١ ± ٢.٨١).

وفى ضوء ما سبق تبين أن إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد ارتكزت فى بعد الملموسية على تقديم أسعار خدمات مناسبة للعملاء (مشاهدى البطولات)، وراعت وجود عدد مناسب من مقدمي الخدمات للمشاهدين، وأيضاً الحرص على ظهور المدينة بالمظهر العام الجذاب. ولم يتوقف الأمر على تلك المدركات الملموسة لكسب ثقة المشاهدين، بل وأيضاً أهتمت إدارة المدينة على تميز المدينة بالنظافة وسهولة الحركة بين الملاعب وداخل مرافقها، وأيضاً الحرص على ظهور العاملين بالمظهر اللائق وتقديم خدمات متنوعة ووسائل الراحة ووسائل الترفيه المناسبة والمتنوعة.

كما تبين أيضاً من نتائج جدول (٧) أن الأمر يتطلب مزيداً من إهتمام إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد بحدثة الأدوات والأجهزة بالمدينة، وأيضاً الإهتمام بمقاعد المتفرجين من حيث الكفاية والراحة، وأيضاً تقديم العروض التسويقية للأنشطة المختلفة من حين لآخر.

جدول (٨)

تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال بعد
الاعتمادية مرتبة تنازلياً (ن = ٢٨٥)

م	العـــــــــبارة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة
١	تلتزم إدارة المدينة الرياضية بمواعيد العمل المحددة.	٤.٦٥	٠.٧٦	عالية
٣	تقوم إدارة المدينة الرياضية بتأدية الخدمات التي تقدمها بالشكل الصحيح والمطلوب.	٣.٩٤	٠.٩٢	عالية
٥	يتوافر بالمدينة الرياضية خدمات المأكولات والمشروبات.	٣.٨٩	٠.٥١	عالية
٢	عندما يواجه المستفيد (المشاهد) مشكلة تقوم إدارة المدينة الرياضية بإبداء اهتمامها الصادق لحلها.	٣.٧٩	١.١٠	عالية
٤	يقوم مشرفي المدينة الرياضية والخدمات المعاونة بتقديم الخدمات بالمواعيد المتفق عليها.	٣.٥٢	٠.٧٤	عالية
المجموع	الاعتمادية	٣.٩٦		عالية

يوضح جدول (٨) المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري ودرجة موافقة عينة الدراسة على عبارات تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال مؤشر الاعتمادية، حيث تراوحت متوسطات درجات العبارات من (٤.٦٥ إلى ٣.٥٢ درجة) حيث جاءت جميع درجات الموافقة عالية لكل العبارات، وجاءت العبارة رقم (١) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤.٦٥ ± ٠.٧٦)، بدرجة موافقة عالية، تليها في المرتبة الثانية حتى المرتبة الخامسة بدرجة موافقة أيضاً عالية العبارات التالية: (رقم ٣، ٥، ٢، ٤) على التوالي، حيث جاءت العبارة رقم (٣) بمتوسط حسابي (٣.٩٤ ± ٠.٩٢)، وفي المرتبة الرابعة العبارة رقم (٥) بمتوسط حسابي (٣.٨٩ ± ٠.٥١)، وفي المرتبة الرابعة العبارة رقم (٢) بمتوسط حسابي (٣.٧٩ ± ١.١٠)، وفي المرتبة الأخيرة العبارة رقم (٤) بمتوسط حسابي (٣.٥٢ ± ٠.٧٤).

وفي ضوء ما سبق تبين أن إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد ارتكزت في بعد الاعتمادية على الالتزام بمواعيد العمل المحددة في تقديم خدماتها، فضلاً عن تقديم الخدمات بالشكل الصحيح والمطلوب، ومن هذه الخدمات خدمات

المأكولات والمشروبات، كما أهتمت إدارة المدينة بحل مشكلات المشاهدين وبيظهار هذا الإهتمام بشكل صادق.

جدول (٩)

تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال بعد الاستجابة مرتبة تنازلياً (ن = ٢٨٥)

م	العـــــــــبارة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة
١	الاستعداد الدائم لتقديم الخدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد.	٣.٨٦	٠.٦٧	عالية
٤	موظفي المدينة الرياضية لديهم الرغبة التامة فى كسب ثقة المشاهدين الجدد.	٣.٨٤	٠.٨٨	عالية
٣	يتميز العاملون بالمدينة الرياضية بالاستعداد لتقديم الخدمات للمشاهدين بصورة فورية ودون تباطؤ أو تأخير.	٣.٧١	٠.٧٠	عالية
٢	تتميز المدينة الرياضية بسرعة الاستجابة فى تقديم الخدمات.	٣.٣٣	٠.٧٨	متوسطة
المجموع	الاستجابة	٣.٦٨		عالية

يوضح جدول (٩) المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري ودرجة موافقة عينة الدراسة على عبارات تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال مؤشر الاستجابة، حيث تراوحت متوسطات درجات العبارات من (٣.٨٦ إلى ٣.٣٣ درجة) حيث جاءت جميع درجات الموافقة عالية لكل العبارات ماعدا العبارة رقم (٢) حيث جاءت بدرجة موافقة متوسطة، وجاءت العبارة رقم (١) فى المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣.٨٦ ± ٠.٦٧)، بدرجة موافقة عالية، تليها فى المرتبة الثانية العبارة رقم (٤) بمتوسط حسابي (٣.٨٤ ± ٠.٨٨)، وفى المرتبة الثالثة جاءت العبارة رقم (٣) بمتوسط حسابي (٣.٧١ ± ٠.٧٠)، فى حين جاءت العبارة رقم (٢) فى المرتبة الأخيرة والرابعة فى هذا المؤشر بمتوسط حسابي (٣.٣٣ ± ٠.٧٨) بدرجة موافقة متوسطة.

وفى ضوء ما سبق تبين أن إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد ارتكزت فى مؤشر الاستجابة على الاستعداد الدائم لتقديم الخدمات، وبصورة فورية ودون تباطؤ أو تأخير، وحرص موظفي المدينة على كسب ثقة المشاهدين

الجدد، كما يتطلب الأمر زيادة اهتمام إدارة المدينة بسرعة الاستجابة في تقديم الخدمات.

جدول (١٠)

تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال بعد الضمان/الأمان مرتبة تنازلياً (ن = ٢٨٥)

م	العـــــــــبارة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة
٢	يشعر المشاهدين بالأمان في تعاملاتهم مع موظفي المدينة الرياضية.	٣.٧٥	٠.٨٨	عالية
٣	يتمتع موظفي المدينة الرياضية باللباقة والمجاملة عند تعاملهم مع المشاهدين.	٣.٦٨	٠.٨٥	عالية
١	تحرص إدارة المدينة الرياضية على توفير عوامل الأمن والسلامة لكافة المشاهدين.	٣.٥٢	٠.٧٤	عالية
٤	يمتلك الإداريين بالمدينة الرياضية المعرفة التامة للإجابة على الأسئلة واستفسارات المشاهدين.	٣.٠٣	١.١٣	متوسطة
المجموع	الضمان	٣.٤٩		متوسطة

يوضح جدول (١٠) المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري ودرجة موافقة عينة الدراسة على عبارات تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال مؤشر الضمان (الأمان)، حيث تراوحت متوسطات درجات العبارات من (٣.٧٥ إلى ٣.٠٣ درجة) حيث جاءت جميع درجات الموافقة عالية لكل العبارات ماعدا العبارة رقم (٤) حيث جاءت بدرجة موافقة متوسطة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣.٠٣ ± ١.١٣)، أما باقي العبارات جاءت العبارة رقم (٣) في المرتبة الثانية بدرجة موافقة عالية بمتوسط حسابي (٣.٦٨ ± ٠.٨٥)، وفي المرتبة الثالثة جاءت العبارة رقم (١) بمتوسط حسابي (٣.٥٢ ± ٠.٧٤).

وفي ضوء ما سبق تبين أن إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد ارتكزت في بعد الضمان (الأمان) على شعور العملاء (المستفيدين/ المشاهدين) بالأمان في تعاملاتهم مع موظفي المدينة، حيث تمتع موظفي المدينة باللباقة والمجاملة عند تعاملهم مع المشاهدين، كما حرصت إدارة المدينة على توفير عوامل الأمن

والسلامة لكافة المشاهدين. في حين تبين أن الأمر يتطلب تدريب موظفي الاستقبال و مشرفى وإدارى المدينة على المعرفة التامة للإجابة على الاسئلة واستفسارات المشاهدين.

جدول (١١)

تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال بعد التعاطف مرتبة تنازلياً (ن = ٢٨٥)

م	العـــــــــبارة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة
٣	أشعر أن تعاملي مع المدينة الرياضية يولد أفضل اهتمام.	٣.٨٥	٠.٦٤	عالية
٢	أشعر أن خدمات المدينة الرياضية تفي باحتياجاتى أثناء تواجدى بها.	٣.٨٠	٠.٨١	عالية
١	أشعر أن موظفو المدينة الرياضية يبذلون الاهتمام في تعاملهم مع المشاهدين.	٢.٨٨	١.٣٩	متوسطة
المجموع	التعاطف	٣.٥١		عالية

يوضح جدول (١١) المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري ودرجة موافقة عينة الدراسة على عبارات تقييم جودة خدمات المدينة الرياضية من خلال مؤشر التعاطف، حيث تراوحت متوسطات درجات العبارات من (٣.٨٥ إلى ٢.٨٨ درجة) حيث جاءت العبارة رقم (٣) فى المرتبة الأولى بدرجة موافقة عالية وبمتوسط حسابي (٣.٨٥ ± ٠.٦٤) ، وتليها العبارة رقم (٢) فى المرتبة الثانية بدرجة موافقة عالية وبمتوسط حسابي (٣.٨ ± ٠.٨١) ، فى حين جاءت العبارة رقم (١) فى المؤشر ذاته فى الترتيب الثالث والأخير، بدرجة موافقة متوسطة، وبمتوسط حسابي (٢.٨٨ ± ١.٣٩) .

وفى ضوء ما سبق تبين أن إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد ارتكزت فى بعد التعاطف على شعور المشاهد أن تعامله مع إدارة المدينة يولد أفضل اهتمام، فضلاً عن شعوره بأن خدمات المدينة تفي باحتياجاته أثناء تواجده بالمدينة، فى حين يتطلب الأمر زيادة اهتمام إدارة المدينة الرياضية بظهور مزيد من الاهتمام للمشاهدين أثناء التعال معهم.

جدول (١٢)

ترتيب عبارات تقييم جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية للمشاهدين وفقاً لدرجات الموافقة مرتبة تنازلياً

الرقم	العـبارة	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
١٣	تلتزم إدارة المدينة الرياضية بمواعيد العمل المحددة.	٤.٦٥	عالية
١٠	أسعار خدمات المدينة الرياضية مناسبة.	٤.٥٢	عالية
١١	عدد مقدمي الخدمة مناسب.	٤.٣٢	عالية
٢	المظهر العام للمدينة الرياضية جذاباً.	٤.١٨	عالية
١٥	تقوم إدارة المدينة الرياضية بتأدية الخدمات تقدمها بالشكل الصحيح والمطلوب.	٣.٩٤	عالية
٥	تتميز المدينة الرياضية بالنظافة.	٣.٩١	عالية
١٧	يتوافر بالمدينة الرياضية خدمات المأكولات والمشروبات.	٣.٨٩	عالية
١٨	الاستعداد الدائم لتقديم الخدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد.	٣.٨٦	عالية
٢٨	أشعر أن تعاملي مع المدينة الرياضية يولد أفضل اهتمام.	٣.٨٥	عالية
٢١	موظفي المدينة الرياضية لديهم الرغبة التامة في كسب ثقة المشاهدين الجدد.	٣.٨٤	عالية
١	موقع المدينة الرياضية ببورسعيد مناسباً.	٣.٨٣	عالية
٢٧	أشعر أن خدمات المدينة الرياضية تفي باحتياجاتي أثناء تواجدي بها.	٣.٨٠	عالية
١٤	عندما يواجه المستفيد (المشاهد) مشكلة تقوم إدارة المدينة الرياضية بأبداء اهتمامها الصادق بحلها.	٣.٧٩	عالية
٢٣	يشعر المشاهدين من الخدمات بالأمان في تعاملاتهم مع موظفي المدينة الرياضية.	٣.٧٥	عالية
٢٠	يتميز العاملين بالمدينة الرياضية بالاستعداد لتقديم الخدمات للمشاهدين بصورة فورية ودون تباطؤ أو تأخير.	٣.٧١	عالية
٢٤	يتمتع موظفي المدينة الرياضية باللباقة والمجاملة عند تعاملهم مع المشاهدين.	٣.٦٨	عالية
٤	تتميز المدينة الرياضية بسهولة الحركة بين الملاعب وداخل مراقفها.	٣.٦٧	عالية
٧	مظهر العاملين (الإداريين والمشرفين والخدمات المعاونة) أنيق وحسن.	٣.٦٧	عالية
١٦	يقوم مشرفي المدينة الرياضية والخدمات المعاونة بتقديم الخدمات بالمواعيد المتفق عليها.	٣.٥٢	عالية
٢٢	تحرص إدارة المدينة الرياضية على توفير عوامل الأمن والسلامة لكافة المشاهدين.	٣.٥٢	عالية
٨	يتوافر بالمدينة الرياضية خدمات متنوعة ووسائل الراحة.	٣.٤١	متوسطه
١٩	تتميز المدينة الرياضية بسرعة الاستجابة في تقديم الخدمات.	٣.٣٣	متوسطة
٩	يتوافر بالمدينة الرياضية وسائل الترفيه المناسبة.	٣.٢٧	متوسطة
٢٥	يمتلك الإداريين بالمدينة الرياضية المعرفة التامة للإجابة على الاسئلة واستفسارات المشاهدين.	٣.٠٣	متوسطة
٢٦	أشعر أن موظفو المدينة الرياضية يبذلون الاهتمام في تعاملهم مع المشاهدين.	٢.٨٨	متوسطة
٣	تمتلك المدينة الرياضية ملاعب وأجهزة وأدوات ومعدات حديثة.	٢.٨٧	متوسطة
١٢	مقاعد المتفرجين كافية ومريحة.	٢.٨٤	متوسطة
٦	توفر المدينة الرياضية أنشطة وعروض تسويقية تقدم من حين لآخر.	٢.٨١	متوسطة

يوضح الجدول (١٢) ترتيب عبارات تقييم جودة الخدمات المقدمة من المدينة الرياضية للمشاهدين وفقاً للمتوسطات الحسابية ودرجات الموافقة عينة الدراسة على عبارات الاستبيان - قيد الدراسة.

وتحقيقاً للهدف الأول للدراسة، والذي نص على: "التعرف على مدى جودة الخدمة المقدمة من المدينة الرياضية للمشاهدين، تبين تميز جودة الخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد بجوده عالية وفقاً للمؤشرات (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف) حيث جاءت أغلب عبارات هذه المؤشرات بدرجة عالية من الموافقة وبمستوى تقييم إيجابي. حيث ارتكزت تلك المؤشرات على: (التزام ادارة المدينة الرياضية بمواعيد العمل المحددة، تقديم أسعار مناسبة للخدمات، كفاية عدد مقدمي الخدمات، المظهر الجذاب للمدينة) على التوالي.

في حين حصلت بعض المؤشرات على درجات موافقة متوسطة، ومستوى تقييم حيادي من قبل عينة الدراسة، حيث تمثلت في الآتي: (توفير خدمات متنوعة ووسائل الراحة، سرعة الاستجابة لتلبية الخدمة، المعرفة التامة باستفسارات المشاهدين، إبداء اهتمام موظفي المدينة في تعاملهم مع المشاهدين، الحرص على تحديث أدوات وأجهزة ومعدات المدينة، كفاية وراحة مقاعد المتفرجين، توفر الأنشطة وعروض تسويقية تقدم من حين لآخر).
الفرض الأول - وجود تباين في تقييم المشاهدين للأداء الفعلي للخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد.

جدول (١٣)

تقييم مؤشرات جودة الخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد مرتبه تنازلياً

المؤشر	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة	تقييم المؤشر
الاعتمادية	٣.٩٦	عالية	إيجابي
الإستجابة	٣.٦٨	عالية	إيجابي
الملموسية	٣.٦١	عالية	إيجابي
التعاطف	٣.٥١	عالية	إيجابي
الضمان	٣.٤٩	متوسطة	حيادي

يوضح جدول (١٣) المتوسط الحسابي ودرجة الموافقة ومستوى تقييم مؤشرات جودة الخدمات المقدمة لمشاهدي البطولات المقامة بالمدينة الرياضية ببورسعيد، وفقاً للأبعاد (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف).

وللتحقق من صحة الفرض الأول للدراسة، والذي نص على: "وجود تباين في تقييم المشاهدين للأداء الفعلي للخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد"، يتبين من نتائج جدول (١٣) أن تقييم المشاهدين لجودة الخدمة المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد من خلال المؤشرات المعتمد عليها في الاستبيان - قيد الدراسة - يختلف من مؤشر لآخر، حيث أن أغلبية المشاهدين يقيمون جودة الخدمة من خلال مؤشر الإعتمادية والاستجابة والملموسية، حيث جاءت تلك المؤشرات على التوالي بدرجة موافقة عالية، وبمستوى تقييم إيجابي، في حين جاء مؤشر الضمان (الأمان) بدرجة موافقة متوسطة، وبمستوى تقييم حيادي. وعليه يمكن استنتاج أن هناك إختلاف في تقييم المشاهدين لمستوى الأداء الفعلي للخدمة المقدمة إلى مشاهدي البطولات المنظمة في المدينة الرياضية ببورسعيد، اعتماداً على مؤشرات الاستبيان - موضوع الدراسة - المستخدم، وبالتالي إثبات صحة الفرض الأول.

ثانياً - عرض نتائج مدى رضا المشاهدين عن خدمات المدينة الرياضية ببورسعيد:-

جدول (١٤)

مدى رضا المستفيدين عن خدمات المدينة الرياضية ببورسعيد مرتبة تنازلياً

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الرضا
٥	لدى شعور بأن إدارة المدينة الرياضية يبذلون قصارى جهدهم لإرضاء المشاهدين.	٤.٣٩	٠.٩٤	كبيرة
١	أشعر بالرضا عن قراري بزيارة محافظة بورسعيد.	٤.٣٧	٠.٧٩	كبيرة
٤	لدى اعتقاد بأن الخدمة التي أحصل عليها من المدينة الرياضية تعتبر خدمة مثالية.	٤.٢٩	٠.٦٥	كبيرة
٣	مستوى الخدمة التي أحصل عليها من المدينة الرياضية تتناسب مع توقعاتي.	٤.٢٨	٠.٨٢	كبيرة
٢	استمتعت بزيارتي للمدينة الرياضية ببورسعيد.	٣.٨٦	١.١٠	كبيرة
٧	رضاك عن مستوى الخدمة هي أحد العوامل الرئيسية في استمرار تعاملك مع المدينة الرياضية.	٣.٦٣	٠.٧٨	كبيرة
٦	تهتم إدارة المدينة الرياضية بمعرفة مستوى رضا المشاهدين عن الخدمات المقدمة.	٢.٤٥	٠.٧٩	متوسطة
المجموع	مؤشر الرضا	٣.٨٩		كبيرة

يتضح من جدول (١٤) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتقييم رضا المشاهدين للبطولات التي تقام في المدينة الرياضية ببورسعيد. تحقيقاً للهدف الثاني للدراسة، والذي نص على: "مدى رضا المشاهدين عن الخدمة المقدمة من المدينة الرياضية ببورسعيد". ودراسة جدول (١٤) تبين أن متوسطات درجات عينة الدراسة لعبارات محور رضا المشاهدين من خدمات المدينة الرياضية ببورسعيد تراوحت ما بين (٤.٣٩ : ٢.٤٥)، حيث جاءت العبارة رقم (٥) في المرتبة الأولى بدرجة رضا كبيرة وبمتوسط حسابي (٤.٣٩ ± ٠.٩٤)، تليها العبارات (١، ٤، ٣، ٢، ٧) من المرتبة الثانية حتى المرتبة السادسة، على التوالي بالمتوسطات (٠.٧٩ ± ٤.٣٧)(٠.٦٥ ± ٤.٢٨)(٠.٨٢ ± ٣.٨٦)(١.١٠ ± ٣.٦٣) (٠.٧٩) بدرجة رضا كبيرة. في حين جاءت العبارة رقم (٦) في المرتبة الأخيرة والسابعة بمتوسط حسابي (٠.٧٩ ± ٢.٤٥)، وبدرجة رضا متوسطة.

وفي ضوء ما سبق يتبين أن المدينة الرياضية ببورسعيد حققت رضا عملائها من مشاهدي البطولات التي تقام بملاعبها، إذ يتميز هذا الرضا بمستوى رضا كبير، وذلك من خلال: شعور العملاء بأن إدارة المدينة الرياضية يبذلون قصاري جهدهم لإرضائهم، وأيضاً رضاهم عن قرارهم بزيارة محافظة بورسعيد، فضلاً عن اعتقادهم بأن الخدمة التي يحصلون عليها من المدينة الرياضية تعتبر خدمه مثالية، وأنها تتناسب مع توقعاتهم. وأيضاً شعورهم بالاستمتاع من زيارتهم للمدينة، وأن رضاهم عن مستوى وجودة هذه الخدمات يعد من العوامل الرئيسة في استمرارية تعاملهم وزيارتهم لهذه المدينة. كما تبين من تحليل نتائج جدول (١٤) أن هناك قصور نوعاً ما في إهتمام إدارة المدينة الرياضية بمعرفة مستوى رضا المشاهدين عن الخدمات المقدمة.

الفرض الثاني- وجود علاقة ارتباط بين الجودة المدركة للخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد ورضا المشاهدين:

لإختبار هذه الفرضية تم حساب معاملات الارتباط بين كل مؤشر من مؤشرات تقييم جودة الخدمات على حدى ورضا المشاهدين، وحساب معامل الارتباط بين كل المؤشرات مجتمعة ورضا المشاهدين.

جدول (١٥)

علاقة الارتباط بين الجودة المدركة للخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد ورضا المشاهدين

المؤشر	معامل الارتباط	معامل الإنحدار	الفروق (T)
الملموسية	٠.٦٢	٠.٥٤	١.٠٢
الاعتمادية	٠.٩٤	-٦.٨٧	٢.٦٦
الإستجابة	٠.٨٧	-٤.٠٧	١.٦٧
الضمان	٠.٣٣	-٤.١٥	٠.٣٣
التعاطف	٠.٦٣	-٤.٢١	٠.٩٤
معامل الارتباط الكلي	٠.٨٩		

اتضح من الجدول (١٥) معامل ارتباط مؤشرات جودة الخدمة المقدمة من المدينة الرياضية ببورسعيد ورضا المشاهدين عينة الدراسة، كذلك معامل الإنحدار، ودلالة الفروق لاختبار (T-test).

بتحليل نتائج جدول (١٥) تبين الآتي:

- وجود علاقة إرتباط بين الجودة المدركة لدى مشاهدى البطولات المقامة بالمدينة الرياضية ببورسعيد ورضا المشاهدين، من خلال علاقة الإرتباط بين كل مؤشر (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف) ورضا المشاهدين، وهذا ما يبين درجة تأثر رضا المشاهدين بكل مؤشر من مؤشرات تقييم جودة الخدمة المقدمة من قبل المدينة، حيث أن هناك علاقة إرتباط قوية جداً بين كل من مؤشري الاعتمادية والاستجابة برضا المشاهدين بمعاملي إرتباط يقدر بـ (٠.٩٤)(٠.٨٧) على التوالي. كما أن هناك علاقة إرتباط قوية بين كل من مؤشري التعاطف والملموسية على التوالي برضا المشاهدين بمعاملي إرتباط يقدر بـ (٠.٦٣)(٠.٦٢)
- وجود علاقة الإرتباط بين جودة الخدمة المدركة و رضا المشاهدين للبطولات، وهى علاقة قوية جداً، حيث جاءت قيمة معامل الارتباط (٠.٨٩)، مما يشير إلى أن هناك تأثير للمؤشرات الخمسة على رضا المشاهدين، بمعنى أنه كلما

ارتفع مستوى جودة الخدمة أدى ذلك إلى زيادة رضا المشاهدين حول أداء المدينة الرياضية ببورسعيد والعكس.

أكثر المؤشرات تأثيراً على رضا المشاهدين هي مؤشر الاعتمادية والإستجابة حيث قدرت قيمة فروق (T-test) ب (٢.٦٦) (١.٦٧) على التوالي، وهي قيم تشير إلى التأثير الكبير لهذين المؤشرين على رضا المشاهدين مقارنة بباقي المؤشرات. وعليه فإن الفرضية الثانية صحيحة، أي أن هناك علاقة إرتباط بين الجودة المدركة لخدمات المدينة الرياضية ببورسعيد ورضا المشاهدين للبطولات حول مستوى أداء المدينة.

وفى ضوء ما سبق يتضح وجود علاقة بين جودة الخدمات المدركة لدى المشاهدين ورضاهم عن المدينة الرياضية ببورسعيد، وهذا ما يؤكد كل من محمد عبيدات وهاتى حامد وشفيق حداد (٢٠٠٩) حيث أكدوا أن المظهر العام للمؤسسة كالمدخل المادي الخارجي يمكن أن يؤثر على رضا العملاء (عبيدات، الضمور، و حداد، ٢٠٠٩). كما أشار محمد أحمد هيكل (٢٠٠٦) بأن تركيبة البناء المادي التي تتضمن الحجم والشكل والمواد المستعملة فى البناء والموقع، وعناصر الجاذبية تساهم فى تكوين الصورة والإنتطباع لدى العملاء. بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل سهولة الحركة داخل المؤسسة، وتصميم المنشآت أيضا تعد عوامل مهمة ومؤثرة ، كما أن المظهر الخارجي قد يوحى بالصلاية والإستمرارية والمحافظة والتقدمية (هيكل، ٢٠٠٦). كما يؤكد Pa et all (٢٠١٩) أنه يجب على المديرين توفير معدات عالية التقنية بالإضافة إلى مدربين / موظفين جيدين من أجل تلبية احتياجات المستهلكين وبالتالي زيادة الرضا عن المؤسسة (Pa, Salamuddin, Zin, & Abu Bakar, ٢٠١٩) كما أشار ثابت عبد الرحمن إدريس (٢٠١٦) أن المشاعر المتبادلة بين مقدم الخدمة والعملاء تشكل ظواهر أساسية فى كل علاقة بالآخرين، وترتبط هذه المشاعر التي يحملها مقدم الخدمة تجاه العملاء ارتباطاً وثيقاً بخبراته الشخصية، ويصعب فى بعض الأحيان أن يعبر عنها تعبيراً صريحاً. بالرغم من ذلك فإن هذه المشاعر تلعب دوراً مؤثراً للغاية ، ومن بين تلك المشاعر الموجهة نحو العملاء مشاعر التعاطف

والأمان. كما يتأثر العميل بطريقة تقديم الخدمة، والوقت الذي ينتظره للحصول على الخدمة، مما يتوجب على مقدم الخدمة القدرة على التعامل الفعال مع متطلبات المستهلكين والإستجابة لشكواهم، والعمل على حلها بسرعة وكفاءة حتى يفتعهم بأنهم محل تقدير واحترام من قبل المؤسسة التي يتعاملون معها، إضافة إلى ذلك فإن الإستجابة تعبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل العاملين بصدر رحب أي كم ينتظر ليحصل على الخدمة (إدريس، ٢٠١٦). وبالتالي سيؤثر ذلك على معدل الطلب على الخدمة من المدينة الرياضية وبالتالي تأكيد النية المستقبلية لزيارتها والمشاركة في الفعاليات التي تستضيفها، وهذا ما أكدته Dias at all (٢٠١٩) و Lee (٢٠١٧) في أن تعزيز جودة الخدمة هو استراتيجية حاسمة لزيادة مستويات رضا العملاء وإقامة علاقة طويلة الأمد، وبالتالي يمكن أن يساعد التحسين المستمر في جوانب مثل التزام الموظفين وتدريبهم، على تلبية توقعات العملاء وتحسين تصوراتهم حول جودة الخدمات. فإذا كان العملاء راضيين عن الخدمات المقدمة ، فهناك احتمال متزايد بأن يجددوا الاستفادة من الخدمات مرة أخرى (Dias, Ferreira, Pereira, & Fonseca, ٢٠١٩). كما أشار خير الدين محمد علي (٢٠١١) بأن بعدى الضمان والتعاطف يركزان على المجاملة واللفظ وتصل الإستجابة للعميل من خلال طول الوقت الذي ينتظره في تلقى الخدمة والإجابة على أسئلته، وقدرة المؤسسة على تقديم الخدمة لتلبية احتياجاته وإرضائه، هنا يستلزم الموازنة بين الإستجابة وسلوك مقدم الخدمة، أي أن درجة ودقة وسرعة الإستجابة لها تأثير في رغبات العميل وكسب رضاه (علي، ٢٠١١).

استنتاجات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة وفي حدود عينة الدراسة تم التوصل للاستنتاجات التالية:

١. تتميز جودة الخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد بمستوى جوده عالية وفقاً لمؤشرات جودة الخدمة (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف)، حيث ارتكزت تلك المؤشرات على: (التزام

- إدارة المدينة الرياضية بمواعيد العمل المحددة، تقديم أسعار مناسبة للخدمات، كفاية عدد مقدمي الخدمات، المظهر الجذاب للمدينة) على التوالي.
٢. أن تقييم المشاهدين لجودة الخدمة المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد من خلال المؤشرات (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف) يختلف من مؤشر لآخر، حيث أن أغلبية المشاهدين يقيمون جودة الخدمة من خلال مؤشر الاعتمادية والاستجابة والملموسية، حيث جاءت تلك المؤشرات على التوالي بدرجة موافقة عالية، وبمستوى تقييم إيجابي، في حين جاء مؤشر الضمان (الأمان) بدرجة موافقة متوسطة، وبمستوى تقييم حيادي.
٣. أن المدينة الرياضية ببورسعيد حققت رضا عملائها من مشاهدي البطولات التي تقام بملاعبها، إذ يتميز هذا الرضا بمستوى رضا كبير، وذلك من خلال: شعور العملاء بأن إدارة المدينة الرياضية يبذلون قصارى جهدهم لإرضائهم، وأيضاً رضاهم عن قرارهم بزيارة محافظة بورسعيد، فضلاً عن اعتقادهم بأن الخدمة التي يحصلون عليها من المدينة الرياضية تعتبر خدمه مثالية، وأنها تتناسب مع توقعاتهم. وأيضاً شعورهم بالاستمتاع من زيارتهم للمدينة، وأن رضاهم عن مستوى وجودة هذه الخدمات يعد من العوامل الرئيسية في استمرارية تعاملهم وزيارتهم للمدينة.
٤. أن هناك قصور نوعاً ما في إهتمام إدارة المدينة الرياضية بمعرفة مستوى رضا المشاهدين عن الخدمات المقدمة.
٥. وجود علاقة ارتباط بين الجودة المدركة لدى مشاهدي البطولات المقامة بالمدينة الرياضية ببورسعيد ورضا المشاهدين من خلال علاقة الارتباط بين كل مؤشر (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف) ورضا المشاهدين، وهذا ما يبين درجة تأثير رضا المشاهدين بكل مؤشر من مؤشرات تقييم جودة الخدمة المقدمة من قبل المدينة، حيث أن هناك علاقة ارتباط قوية جداً بين كل من مؤشري الاعتمادية

- والاستجابة برضا المشاهدين، كما أنه هناك علاقة ارتباط قوية بين كل من مؤشري التعاطف والملموسية على التوالي برضا المشاهدين.
٦. وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمة المدركة و رضا المشاهدين، وهي علاقة قوية جداً، مما يشير إلى أن هناك تأثير للمؤشرات الخمسة على رضا المشاهدين، بمعنى أنه كلما ارتفع مستوى جودة الخدمة أدى ذلك إلى زيادة رضا العملاء حول أداء المدينة الرياضية ببورسعيد والعكس.
٧. أن أكثر مؤشرات جودة الخدمة المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد تأثيراً على رضا المشاهدين هي مؤشر الاعتمادية والإستجابة مقارنة بباقي المؤشرات.

توصيات الدراسة:

- في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بالآتي:
١. إهتمام إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد بحداثة الأدوات والأجهزة بالمدينة، وكفاية وراحة مقاعد المتفرجين، وأيضاً تقديم العروض التسويقية للأنشطة المختلفة من حين لآخر.
 ٢. إهتمام إدارة المدينة بسرعة الاستجابة في تقديم الخدمات.
 ٣. تدريب موظفي الاستقبال ومشرفى وإدارى المدينة على المعرفة التامة للإجابة على الأسئلة واستفسارات المشاهدين.
 ٤. إهتمام إدارة المدينة الرياضية بإظهار مزيداً من الإهتمام للمشاهدين أثناء تعاملهم معهم.
 ٥. حث إدارة المدينة الرياضية ببورسعيد على إجراء الدراسات لمعرفة مستوى رضا المشاهدين عن الخدمات المقدمة من حين لآخر، وبالتعاون مع بيوت الخبرة الموجودة بمحافظة بورسعيد والمتمثلة في كلية التربية الرياضية - جامعة بورسعيد.
 ٦. إجراء دراسة تتناول العلاقة بين رضا المشاهدين بشكل خاص والمستفيدين من سكان محافظة بورسعيد بجودة الخدمات المتنوعة المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد ومستوى رضاهم وفقاً للنوع والسن والنشاط.

المراجع:

أولاً- المراجع باللغة العربية:

١. أحمد محمد ناجي عبد الله عامر. (٢٠١٥). أثر جودة الخدمة الإلكترونية فى رضا طلاب الجامعات المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة. القاهرة: أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، كلية العلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال.
٢. بدر صبح السيد الذكراوي . (٢٠١٦). جودة الخدمات المقدمة من مستشفيات جامعة القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة. معهد الدراسات والبحوث الإحصائية، قسم الدراسات المهنية، جامعة القاهرة.
٣. بريش عبد القادر. (٢٠٠٥). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدر التنافسية للبنوك. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، ١(٣)، ٢٥١-٢٧٤.
٤. ثابت عبد الرحمن إدريس. (١٩٩٦). قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات - دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت. المجلة العربية للعلوم الإدارية- مجلس النشر العلمي، ٤(١)، ٩-٤١.
٥. ثابت عبد الرحمن إدريس. (٢٠٠٦). كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية - مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم. الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
٦. ثابت عبد الرحمن إدريس. (٢٠١٦). الإدارة الإستراتيجية - مفاهيم ونماذج تطبيقية. الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
٧. حسام عطوة الجوهري . (٢٠١٦). اثر تسويق البطولات والمنشآت الرياضية فى تحقيق جودة خدمة نشاط كرة القدم بالاندية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة. القاهرة: أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، كلية العلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال.

٨. حسن أحمد الشافعي. (٢٠٠٣). التشريعات في التربية البدنية والرياضة - القوانين واللوائح التنظيمية والإدارية للنقابة والمؤسسة الرياضية (المجلد ١). الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
٩. خضير كاظم حمود. (٢٠٠٢). إدارة الجودة وخدمة العملاء. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
١٠. رافع عبد الرضا جابر. (٢٠١٣). جودة الخدمة الفندقية وأثرها في السلوك الشرائي للضيف، رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات الفندقية، جامعة قناة السويس.
١١. عبد عساف، و غسان الحلو. (٢٠٠٩). واقع جودة التعليم في برامج الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية من وجهة نظر الطلبة. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، ٢٣(٣)، ٧١١-٧٤٤.
١٢. محمد أحمد هيكل. (٢٠٠٦). مهارات التعامل مع الناس. القاهرة: مجموعة النيل العربية.
١٣. محمد حامد صفوت. (٢٠٠٩). مدى تأثير جودة أداء الخدمة على العلاقة مع العملاء ودرجة ولائهم للمنظمة : بالتطبيق على مطاعم الوجبات السريعة ، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، جامعة القاهرة.
١٤. محمد خير الدين علي. (٢٠١١). دور أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون " دراسة تحليلية ميدانية للمصرف الإسلامي في محافظة نينوى ". مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، ٧(٢٣)، ٣١-٤٥.
١٥. محمد سعد محمد محمد. (٢٠١٨). قياس رضا العملاء عن الخدمة المقدمة من المترو، رسالة ماجستير غير منشورة. معهد الدراسات والبحوث الإحصائية، قسم الدراسات المهنية، جامعة القاهرة.

١٦. محمد عبد العظيم أبو النجا. (٢٠١٨). التسويق المتقدم. الإسكندرية: الدار الجامعية.
١٧. محمد عبيدات، هاني حامد الضمور، و شفيق حداد. (٢٠٠٩). إدارة المبيعات و البيع الشخصي. الأردن: دار الأوائل للطباعة والنشر.
١٨. محمد فريد الصحن. (٢٠٠٢). قراءات في إدارة التسويق. الإسكندرية: الدار الجامعية.
١٩. محمود حسن. (١٨، ٧، ٢٠١٨). مقابلة شخصية مع السيد الدكتور المشرف العام على المدينة الرياضية ببورسعيد. بورسعيد.
٢٠. نور محي الدين محمد. (٢٠١٧). جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن - دراسة ميدانية : البنك الإسلامي السوداني وبنك الإدخار والتنمية الإجتماعية"، رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة شندي، جمهورية السودان.
٢١. هاني حامد الضمور. (٢٠٠٥). تسويق الخدمات. عمان: دار النشر.

ثانياً - المراجع باللغة الأجنبية:

٢٢. Abo Diah, F. (٢٠٠٥). Total Quality Management in Educational Institutions. Quality Conference. Tripoli, Libya.
٢٣. Belin, A. (٢٠٠٢). La Mesure de la Satisfaction Client dans les Marchés Industriels - Mastère Marketing et Communication Commerciale. France: Ecole Supérieure de Commerce de Toulouse.
٢٤. Brady, M. K., Cronin Jr., J., & Brand, R. R. (٢٠٠٢). Performance-only measurement of service quality: a replication and extension. Journal of Business Research, ٥٥(١), ١٧-٣١.
٢٥. Dias, C., Ferreira, A., Pereira, A. R., & Fonseca, A. M. (٢٠١٩). Examining the relationship between perceived service quality, satisfaction, and

- renewal intention in Portuguese fitness centers. *Deporte/Journal of Sport Psychology*, 28(2), 49-58.
26. Giese, J. L., & Cote, J. A. (2002). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 2000(1).
27. Jean-Marc Lehu . (2003). *Stratégie de fidélisation*. Paris: Éditions d'Organisation.
28. Kalepu, R. N. (2014). Service Quality in Healthcare Sector: An Exploratory Study on Hospitals. *The IUP Journal of Marketing Management*, XIII(1), 7-28.
29. Ko, Y. J., Cattani, K. P., Lee, S. A., Kim, T. H., Yang, J. B., & Kim, Y. B. (2014). Consumer Satisfaction and Event Quality Perception: A Case of the 2009 World Professional Taekwondo Tour. *The Journal of the International Association for Taekwondo Research*, 1(1), 22-33.
30. Ko, Y. J., Zhang, J. J., Cattani, K., & Pastore, D. L. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Journal of Service Theory and Practice*, 21(3), 304-322.
31. Kotler , P., Keller , K., & Manceau , D. (2012). *Marketing Management 1^{ère} édition*. notre Boutique Pearson.
32. Kotler, P., Armstrong, G., Tolba, A., & Habib, A. (2011). *Principles of Marketing (Arab World Editions)*. Pearson Education Limited.
33. Lee, S. Y. (2017). Service quality of sports centers and customer loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(4), 870-879.
34. Lefébure, R., & Venturi, G. (2000). *Gestion de la relation client*. Paris: EYROLLES.
35. Malthouse, E. C., Oakley, J. L., Calder, B. J., & Iacobucci, D. (2004). Customer Satisfaction

- Across Organizational Units. Journal of Service Research, 6(3), 231-242.**
- 36. Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. Journal of Retailing and Consumer Services, 40, 261-269.**
- 37. Pa, W. A., Salamuddin, N., Zin, N. M., & Abu Bakar, A. (2019). Service Quality among Sports and Fitness Practitioners in Malaysia: A Case Study. International Journal of Academic Research in, 9(7), 273-284.**
- 38. Singh, H. (2006). The Importance of Customer Satisfaction in Relation to Customer Loyalty and Retention. Kuala Lumpur, Malaysia: Asia Pacific University College of Technology & Innovation.**
- 39. Sivarajah, G. S. (2019). Perceptions of Service Quality and Satisfaction among the Spectators in a Mega-Sport Event: PyeongChang 2018 Olympic Winter Games. Ministry of Culture, Sports, and Tourism and Sports Promotion Foundation, South Korea: LAP Lambert Academic Publishing.**
- 40. Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioural intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. Sport Management Review, 16(1), 80-96.**

العلاقة بين جودة الخدمة ورضا المشاهدين عن البطولات المنظمة بالمدينة الرياضية ببورسعيد

*^٢ محمد سيد أحمد زرمبة

هدفت الدراسة التوصل إلى العلاقة بين جودة الخدمة ورضا المشاهدين للبطولات المنظمة بالمدينة الرياضية ببورسعيد، وذلك من خلال التعرف على مدى جودة الخدمة المقدمة للمشاهدين، وأيضاً مدى رضاهم عن تلك الخدمات. وانطلاقاً من هذه الأهداف استخدم الباحث المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٣٥٠) مشاهداً من مشاهدي بعض بطولات الجمهورية المنفذة بالمدينة الرياضية ببورسعيد خلال الموسم الرياضى ٢٠١٨/٢٠١٩. وتم استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات فى هذه الدراسة، ومن أهم نتائج الدراسة : جودة الخدمات المقدمة من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد بمستوى جوده عالية وفقاً للمؤشرات جودة لخدمة (الملموسية، والإعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف)، وأن هناك إختلاف فى تقييم العملاء لمستوى الأمل الفعلى للخدمة المقدمة إلى مشاهدي البطولات من قبل المدينة الرياضية ببورسعيد، إعتقاداً على هذه المؤشرات، أن المدينة الرياضية ببورسعيد حققت رضا عملائها من مشاهدي البطولات التى تقام بملاعبها، إذ يتميز هذا الرضا بمستوى رضا كبير، وذلك من خلال: شعور العملاء بأن إدارة المدينة الرياضية يبذلون قصارى جهدهم لأرضائهم، وأيضاً رضاهم عن قرارهم بزيارة محافظة بورسعيد، فضلاً عن اعتقادهم بأن الخدمة التى يحصلون عليها من المدينة الرياضية تعتبر خدمة مثالية، وانها تتناسب مع توقعاتهم. وأيضاً شعورهم بالاستمتاع من زيارتهم للمدينة، وأن رضاهم عن مستوى وجود هذه الخدمات بُعد من العوامل الرئيسية فى استمرارية تعاملهم وزيارتهم لهذه المدينة، أن هناك قصور نوعاً ما فى إهتمام إدارة المدينة الرياضية بمعرفة مستوى رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة - رضا المشاهدين - المدينة الرياضية.

* مدرس دكتور بقسم الإدارة الرياضية والترويج - كلية التربية الرياضية (بنين) -

بنات) - جامعة بورسعيد

The relationship between the service quality and the spectators' satisfaction for the organized Tournaments in the sports city in Port Said

Mohamed Sayed Ahmed Zarmba

The study aimed to reach a relationship between the quality of service and the viewers' satisfaction with the championships held in the sports city of Port Said, by identifying the quality of the service provided to the viewers (clients / beneficiaries), as well as their satisfaction with those services. And based on these goals, the researcher used the descriptive method in the survey method, and the study was conducted on a random sample of (350) viewers from some viewers of some of the Republic's championships implemented in the sports city in Port Said during the 2018/2019 sports season. The questionnaire was used as a tool to collect data and information in this study, and the most important results of the study:

- The quality of the services provided by the sports city in Port Said is characterized by a high quality level according to the quality indicators for service (tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and sympathy), and that there is a difference in the customers' evaluation of the level of actual performance of the service provided to viewers of championships by the sports city in Port Said, depend on these indicators.

- The Sports City in Port Said has achieved the satisfaction of its customers from viewers of the tournaments held in its stadiums, as this satisfaction is characterized by a great level of satisfaction, through: The feeling of customers that the Sports City administration is doing their best to get their satisfaction with their decision to visit Port Said Governorate, as well as their belief The service that they get from the Sports City is an ideal service, and it fits with their expectations. And also their feeling of enjoyment from their visit to the city, and their satisfaction with the level and quality of these services is one of the main factors in the continuity of their dealings and visits to this city.

- There is somewhat deficiency in the interest of the Sports City Administration in knowing the level of satisfaction of the customers or beneficiaries with the services provided.

Keywords: Service quality - spectators' satisfaction -sports city in Port Said

* Lecturer, Doctor, Department of Sports Management and Recreation - Faculty of Physical Education (boys - girls) - Port Said University