

## مستوى جودة خدمات الاغذية والمشروبات بالنوادى الاجتماعية بمحافظة الفيوم من منظور العملاء

محمد ربيع عبد الوهاب ، د/ هشام عزت سعد ، د/ نبيل على على بدران

قسم الدراسات الفندقية بكلية السياحة والفنادق جامعة الفيوم

### ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة الى تقييم جودة خدمات الاغذية والمشروبات بالنوادى الاجتماعية بمحافظة الفيوم وتمثلت عينة البحث فى عينة عشوائية لمجموعة من العملاء بالنوادى الاجتماعية محل الدراسة والبالغ عددهم (404) عميل وتبنت الدراسة المنهج الكمي من خلال توزيع استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات . وقد خضعت الدراسة الى مجموعة من التحليلات الاحصائية باستخدام برنامج ( SPSS Version 24 IBM ) حيث شملت التكرارات والنسب - المتوسطات - الانحرافات المعيارية - اختبار T - اختبار F - وايضا اختبار الانحدار المتعدد

وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها صلاحية استخدام نموذج الـ SERVEQUAL لقياس ابعاد الجودة بالنوادى الاجتماعية بمحافظة الفيوم ، اما عن تأثير الجودة المدركة على رضا العملاء فكانت النتائج من خلال تحليل الانحدار المتعدد تؤكد على ان مستوى جودة الاغذية والمشروبات بالنوادى الاجتماعية بمحافظة الفيوم التى يحصل عليها العملاء تؤثر على قرار رضاهم ويؤكد هذه النتيجة مستوى دلالة F البالغ ( 0.00 ) حيث انه اقل من ( 0,05 ) مستوى الدلالة المعتمد ، اما عن وجود اختلافات ذات دلالة احصائية بين العملاء فى تقييمهم لمستوى اجوده من خلال اختبار Anova لدلالة الفروق بين الجودة المدركة بين النوادى محل الدراسة تبين انه توجد اختلافات ذات دلالة احصائية بين العملاء فى تقييمهم لمستوى الجودة .

**الكلمات الدالة:** النادى الاجتماعى ، جودة خدمة الاغذية والمشروبات ، مقياس Servqual ، محافظة الفيوم

### 1- مقدمه

نظرا لما يواجه المؤسسات من تحديات محليه ودوليه تؤثر على استقرارها وأدائها لدورها، ونظرا لازدياد المنافسه بينها وزيادة الوعي لدي العملاء، فقد أصبح من الضروره تحسين الاداء، ورفع كفاءه المؤسسات ، لذلك أصبح للجوده إهتماما متزايدا في الآونة الأخيرة من حيث محاولة إيجاد أسس موضوعية

في إستخدام معايير جديدة تعزز قيمة الخدمات التي تقدمها، وقد برز هذا المفهوم نتيجة للتطورات الحديثة في عالم المؤسسات، وما اتاحه عالم الإنترنت والتقنيات المتقدمة وصاحب ذلك أن تلاشت الحدود وذابت كل الحواجز بكل أنواعها وبمختلف أشكالها الجغرافية والثقافية واللغوية، حيث اصبح السوق العالمي سوقاً مفتوحاً للجميع بلا قيود وبسبب المنافسة والانفتاح أصبح البقاء والاستمرار في السوق للأجود والأكفأ، الذي يستطيع أن يقدم منتجاته وخدماته بجودة عالية ويطور فيها بمقدار تطور احتياجات ورغبات العملاء. ( Aguiar etal ,2018 )

وهناك العديد من الدراسات التي تبنت دراسة جودة خدمات الاغذية والمشروبات ومنها :-

#### اولا : الدراسات الاجنبية

- Agensk.y law vitui and xiandzhao, ( 2016 )
- Clare Chua Chow and Peter (2017 )
- Young namkung , soocheongjang ,( 2015 )

#### ثانيا : الدراسات العربية

- ابراهيم بظاظو 2010

- فهد منذر مشعل 2015

وقد استطاعت كل دراسة استخدام نموذج خاص بها .

وتؤكد الدراسات الخاصة بدراسة جودة خدمات الاغذية والمشروبات على أهمية تطبيق معايير جودة الأغذية والمشروبات بالنوادي الاجتماعية ودورها الاجتماعي في المجتمع المحلي وضرورة العمل على نشرها وتنويع خدماتها والارتقاء بهذه الخدمات من خلال التبني التدريجي والمنظم لبرامج وخطط تكون قادرة على تقييم الوضع الحالي لواقع النوادي الاجتماعية بمحافظة الفيوم وتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف الموجودة (التحديات و المعوقات) والأساليب العلمية الحديثة لمواجهة تحدياتها وسبل استثماراتها وتحقيق رضا المستفيدين (الاعضاء) ( لوقا ، 2010).

## 2- مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في ضعف مستوى جودة خدمة الاغذية والمشروبات في النوادي الاجتماعية وقد تم التعرف على المشكلة من خلال الدراسات السابقة وآراء الخبراء الاكاديميين بكلية السياحة والفنادق بجامعة الفيوم وكذلك من خلال الخبرة العملية للباحث حيث انه يعمل في هذا المجال .

## 3- أهمية الدراسة

تكمن اهمية الدراسة في تقديم مقترح لتحسين مستوى تطبيق معايير جودة الاغذية والمشروبات في النوادي الاجتماعية بمحافظة الفيوم من وجه نظر العملاء والتعرف على نقاط القوة والضعف التي تواجه النوادي الاجتماعية والعمل على إيجاد الحلول المناسبة لها .

### أ- الأهمية التطبيقية

تأتى الأهمية التطبيقية للدراسة في معرفة امكانية تقييم جودة الاغذية والمشروبات في النوادي الاجتماعية بمحافظة الفيوم من منظور العملاء .

### ب- الأهمية النظرية

تأتى الأهمية النظرية للدراسة في التعرف على مفهوم الجودة وابعادها و اهم المعايير المستخدمة في قياس جودة الاغذية والمشروبات بالنوادي الاجتماعية بمحافظة الفيوم .

## 4- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلي تقييم مستوى جودة خدمات الأغذية والمشروبات بالنوادي الاجتماعية بمحافظة الفيوم من وجه نظر العملاء .

ويتم ذلك من خلال الاهداف الفرعية التالية

1- تحديد رضا العملاء عن الملموسية وتشمل : التجهيزات المتاحة - نظافة العاملين - سمعة النادي - العروض المقدمة .

2- تحديد اثر العوامل الديموغرافية على رضا العملاء .

## 5- فروض الدراسة

تسعى تلك الدراسة الى التحقق من مدى صدق الفروض الإحصائية التالية:

- 1- الفرض الأول: تحديد رضا العملاء عن الملموسية
- 2- الفرض الثاني : ما هو مستوى رضا العملاء عن الجوانب الملموسية
- 3- الفرض الثالث : لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين العملاء عن رضاهم عن جانب الملموسية .

#### 6- منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الكمي للاجابة على اسئلة الدراسة حيث تم الرجوع فى الجانب النظرى الى مصادر المعلومات الثانوية من كتب ومجلات علمية باللغتين العربية والاجنبية بالاضافة الى المواقع الالكترونية ، اما فى الجانب التطبيقى قد تم استخدام اداة الاستبيان بهدف التعرف على مستوى جودة خدمة الاغذية والمشروبات المقدمه فى النوادى الاجتماعية بمحافظة الفيوم من وجه نظر العملاء ودرجة رضاهم عنها وتم معالجة البيانات عن طريق برنامج ( IBM SPSS Version 24 ) .

#### ثانيا : الاطار النظرى والدراسات السابقة

##### 1- مفهوم الجودة

عُرفت الجودة حسب النظام الدولي القياسي (ISO 9000) لعام 2000 بأنها : مجموعة الصفات المميزة للمنتج أو العملية أو النشاط أو الشخص أو المؤسسة، والتي تجعله ملبياً وملائماً لتلبية احتياجات العملاء. (المقلي، إدريس، 2006)

وقد عرّف قاموس إكسفورد الجودة : تعني الدرجة العالية من النوعية، أو القيمة ودرجة التميز والأفضلية. (الطائي، قدادة، 2008)

كما عرف العالم الامريكي (Deming) الجودة بأنّها: التوافق مع احتياجات المستهلك ومتطلباته، وأنها تعني التحسين المستمر في جميع النشاطات والتخفيض المستمر للخطأ والتكاليف. ( هاغستروم، 2009)

ويلاحظ ان هذا التعريف ركز بشكل اساسي علي احتياجات المستهلك وعلي كيفية تحقيق الجودة والوصول اليها.

##### 2- ابعاد الجودة

يشير عبد الوهاب إلي أن أبعاد الجودة تتحدد بالعوامل التالية (عبد الوهاب ، 2009) :

الجوانب الملموسة : وتشمل جميع الأدلة والتسهيلات المادية المرتبطة بالخدمة المقدمة مثل الأجهزة والمعدات المستخدمة في أدائها والعاملين بالمنشأة بالإضافة الى الاعتمادية : وتعنى قيام المنظمة بتقديم الخدمة المقدمة للعملاء بصورة سليمة، وفي الوقت المحدد وبنفس المستوي الذي وعدت به العملاء. ( بن سعيد ، 2012 )

وكذلك يفيد زيدان بان سرعة الاستجابة : وتعني رغبة واستعداد موظفي الخدمة لتقديم الخدمة للعملاء كما ان السلامة ( الأمان ) : وتعني أن تكون الخدمة المقدمة خالية من المخاطر بحيث يتوافر فيها كل من الأمان المادي والمالي والثقة بالإضافة الى ان الاهتمام بالعملاء ( التعاطف ) : ويعنى درجة الرعاية والاهتمام الشخصى بالعميل وكذلك توفير الفوائد الاساسية للعملاء : اى التسهيلات التى يمكن ان يحصل عليها العملاء داخل المنشأة واخيرا التكنولوجيا المستخدمة : وهى التقنيات الحديثة التى توفرها المنشأة للعملاء ( زيدان ، 2010 )

### 3- أهمية الجودة

تعتبر الجودة من الادوات الفعاله لتطبيق التحسين المستمر لجميع أوجه النظام والنشاطات والعمليات الداخلية، ولذلك أصبحت مبدا أساسياً للمؤسسات العامة والخاصة، بل أكثر من ذلك أنها صارت عقيدة، لها روادها واتباعها، وبالرغم من الاختلاف الواضح بشأن مفهوم الجودة ومعناها، وايضا عدم الاتفاق علي تعريف موحد للجودة، إلا ان هناك اتفاق علي أهمية الجودة ودورها في رفع كفاءة وفاعلية المؤسسات والتأثير علي استقرارها وتحقيق الميزة التنافسية ونستعرض اهميه الجوده كما يلي:- (المحياوي، 2006)

**دعم سمعة المؤسسة :-** تستمد المؤسسة شهرتها من مستوي جودة منتجاتها وخدماتها، ويتضح ذلك من ومحاولة تقديم منتجات وخدمات تلبي رغبات وحاجات العملاء.

**تحديد المسؤولية القانونية للجودة :-** تزداد بزياده عدد المحاكمات التي تتولي النظر والحكم في قضايا مؤسسات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها أو توزيعها لذا فكل مؤسسة تكون مسؤولة عن كل ضرر يصيب العملاء من جراء إستخدامه لهذه المنتجات. ( بن سعيد ، 2012 )

**حماية العملاء:-** تطبيق الجودة في أنشطة المؤسسة ووضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية العملاء من الغش التجاري ويعزز الثقة في منتجات المؤسسة.

اكتساب حصة السوق وتلافي اخطاء التكاليف: تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لإكتشاف الأخطاء، وتلافيها لتجنب كلفة إضافية.

**دعم وتحسين المنافسة العالمية:-** تكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى كل من المؤسسة والمجتمع إلي تحقيقها بهدف التمكين من المنافسة العالمية وتحسين الربحية بشكل عام، والحصول علي مكانه في السوق العالمية. (Han, and Seo ,2016)

#### 4- أهداف جودة الخدمات

تسعي الخدمات باعتمادها للجودة إلي تحقيق أهداف متعددة منها الارتقاء بالمجتمع ، وهو ما يعتبر الهدف الأساسي لجودة الخدمات بالنادي الاجتماعي بجانب أهداف اخري يمكن القول أن أهمها يتمثل في الآتي: (الطويل وآخرون،2010)

- تحقيق رضا ( العملاء ) المستفيدين من تقديم خدمات بجودة عالية ومواصفات معتمدة، تلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة، مما ينعكس إيجاباً في زيادة ثقتهم وولاءهم للمؤسسة، وبالتالي إقبالهم عليها.
- تمكين المؤسسات من تحقيق أهدافها بفاعلية وكفاءة. ( شوشة ، 2004).
- من خلال استطلاع ومعرفة اراء ( العملاء ) المستفيدين وانطباعاتهم وقياس درجة الرضا لديهم عن الخدمات المقدمة يمكن للمؤسسة وضع وتطوير البحوث المتعلقة بإدارة الخدمات والسياسات المرتبطة بها.
- تحقيق أفضل المستويات للمؤسسات، حيث يعد تحقيق الهدف الأساسي للخدمات والوصول إلي المستوى المرغوب من الحفاظ علي سلامة المجتمع هو الهدف الرئيسي من تطبيق الجودة علي الخدمات. ( Stevenson, William , 2005 )
- الحصول علي أفضل النتائج من خلال العاملين لأنّ الجودة تقتضي الاهتمام بهم وتدريبهم وتطويرهم مما ينعكس علي تحسين مستوياتهم وتعزيز الثقة لديهم ورفع كفاءتهم وفعاليتهم الإنتاجية.
- زيادة قدرة المؤسسات علي المنافسة وتقديم أفضل ما لديها من إمكانات وجهود لجذب المستفيدين من الخدمات وتحقيق سعادتهم ورضاهم.
- التأكيد علي الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة والمستهدفة.

- الاهتمام ( بالعملاء ) المستفيدين وحسن معاملتهم وإشراكهم بقدر المستطاع في التخطيط للخدمات المرسومة لهم من قبل العاملين في النوادي وتبني السلوك الإيجابي نحوهم من قبل جميع العاملين لرفع الثقة والطمأنينة لديهم. ( Ninemwier , 2012 )

توفير بيئة تُساعد علي سلامة ( العملاء ) المستفيدين وتجعله مطمئناً في نفسه إلي سلامة وضمن الاجراءات التي تتخذ حيال وضعه وضمن ملائمة الخدمة المقدمة للمستفيدين علي اختلاف حاجاتهم.

( Rauch, etal 2015)

ويوجد العديد من الدراسات السابقة التي تناولت جودة الاغذية والمشروبات ولكنها تناولت جودة الاغذية والمشروبات من حيث المحتوى والتركيب البيولوجي اما بالنسبة لجودة خدمة الاغذية والمشروبات وهي موضع الدراسة الحالية فاغلب الدراسات التي تناولتها هي دراسات اجنبية وقد تم تقييمها باستخدام نموذج الـ SERVEQUAL وهو نفس النموذج التي تستخدمه الدراسة الحالية .  
ومن اهم الدراسات التي تناولت جودة خدمة الاغذية والمشروبات ما يلي :-

#### اولا : الدراسات الاجنبية

- Clare Chua Chow and Peter (2017 )

هدفت هذه الدراسة الى تطوير اسلوب المنافسة باستخدام مدخل التحليل الهرمي قياس نوعية الخدمات وقد اتبعت الدراسة منهجية لقياس نوعية الخدمات شملت خمس خطوات تعرف باسم التسلسل الهرمي التحليلي لنوعية الخدمات تم تطبيقها على مطاعم الوجبات السريعة وقد ساعدت نتائج تحليل الدراسة المديرين على تحديد الجوانب التي تحتاج الى الموثوقية والضمن والتعاطف والاستجابة وبالتالي فقد قدم النموذج صورة واضحة في خدمة ادارة الجودة .

- Agensk.y law vitui and xiandzhao ( 2016 )

هدفت الدراسة الى تقديم نموذج لتحسين الخدمة يربط بين العلاقات المؤدية لذلك مثل تأثير وقت انتظار العميل لحين تقديم الخدمة ونوعية الخدمة في مطاعم الوجبات السريعة وكذلك موقف موظفي الخدمة وبيئة الخدمة وتوفر المقاعد ونوعية الاغذية والمشروبات وقد اثبت النموذج ان جميع هذه العوامل تؤثر على رضا العملاء وبالتالي لها تأثير كبير على عودتهم لنفس المطعم كما تبين ايضا ان اهمية العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء توقف على توقيت الزيارات وقد اكد العملاء ومديري المطاعم على اهمية استخدام النموذج المقترح في تحسين نوعية جودة الخدمة .

- Young namkung , soocheongjang , ( 2015 )

كان الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو الكشف عن نوعية الاغذية التي تحقق رضا العملاء في المطاعم الراقية وحاولت الدراسة تحديد السمات التي تتسم بها الصفات المتصلة بالاغذية وهي ذات اهمية حاسمة في تحسين رضا العملاء كما كشفت الدراسة عن ان العلاقة بين نوعية الغذاء ورضا العملاء تكون اكثر ايجابية حين يتوفر الانتاج الناشئ عن جودة الخدمة وظهرت تحليلات الانحدار ان الذوق واسلوب العرض هما اكبر المساهمين في رضا العملاء وتعزيز زيارات عودتهم الى نفس المطاعم .

- Hongqin and victor R. prybutok ,( 2015 )

هدفت الدراسة الى استكشاف الابعاد المحكمة لجودة الخدمة ودراسة العلاقة بين جودة الخدمة ونوعية الاغذية وتصورات العملاء ومدى رضاهم عن الخدمة وقد كشفت نتائج الدراسة عن خمسة ابعاد هامة هي : الممتلكات الملموسة والموثوقية والاستجابة والانتعاش والضمان والتعاطف كما ان نوعية الخدمات ونوعية الاغذية كانا عاملين رئيسيين لرضا العملاء وقد سجل عامل الانتعاش عاملا اساسيا لارتفاع نسبة جودة الخدمة في خدمة الاغذية .

- Seokhoon lee, young pilkim , nigelhemmingtom , and deokkyunyun ( 2014 )

هدفت تلك الدراسة الى بناء نموذج جديد لتحسين نوعية الخدمات التنافسية في صناعة الاغذية والوجبات السريعة وتم تطبيق هذا النموذج في دراسة حالة وقد قيمت جودة الخدمات بواسطة اداة استبيان صممت للتقييم لمقياس الدرجات وتم تطبيقها على عينة من العملاء ومن ثم امكن تقييم جودة الخدمة التنافسية من خلال تقييم العميل لكل سمه من سمات الخدمة واخيرا تم تحديد اولويات السمات .

- Mechelamasson and Adriano paggiaro ( 2012 )

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن اهمية الاحتفالات وتجديد العواطف ورضا العملاء عن الاغذية والمشروبات وقد طبقت الدراسة المعادلة الهيكلية ( نمط SEM ) لاستطلاع ردود الافعال في مهرجان ايطالي وقد اشارت النتائج لان المهرجانات والعواطف لها آثار ايجابية كبيرة على الارتياح ورضا العملاء .

- Maxwellagabu & thobelenimewabe ( 2013 )

هدفت الدراسة الى قياس مستويات توقعات العملاء حول جودة اخدمات في قطاع الاغذية والمشروبات ومدى الفروق بين التوقعات والتصورات والواقع الفعلي وعلاقة ذلك بالسعر وقد



استخدم لذلك مقياس الـ SERVEQUAL وقد دلت النتائج على وجود فجوة بين توقعات العملاء والواقع الفعلي .

- Jyostnahirmukhag ( 2012 )

هدفت الدراسة الى تحليل استجابات عينة مكونة من 33 مجموعة من العملاء باستخدام نموذج الـ SERVEQUAL وتحليل الفجوة بين توقعاتهم وما يواجهونه فعليا وراغبتهم في تحسين الخدمة المقدمة لهم وقد اسفرت الدراسة عن عدة نتائج منها اختلاف مجموعات الدراسة من حيث توقعاتهم لنفس الخدمة واختلاف ترتيب اولوياتهم فيها وايضا وجود اختلافات بين توقعات العملاء وواقع الخدمة.

-Kisangryuhan ( 2010 )

هدفت تلك الدراسة الى تحديد العلاقات بين ثلاثة محددات لابعاد الجودة هي ( الغذاء - الخدمة - البيئة المادية ) ، ( السعر ) ، رضا العملاء في مطاعم الوجبات السريعة وقد استخدم منهج التحليل الهرمي وظهرت النتائج ان نوعية الغذاء والخدمة والبيئة المادية كلها عوام محددة وهامة لرضا العملاء اضافة الى ذلك سعر ابيع المقترح .

#### ثانيا : الدراسات العربية

- فهد منذر مشعل 2015

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اثر جودة الخدمات الفندقية على رضا العملاء من خلال محاور الدراسة الخمسة ( الاعتمادية - الامان - التعاطف - الاستجابة - المستلزمات المادية ) ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على الاسلوب الوصفي التحليلي وقد توصلت الدراسة الى بعض النتائج اهمها وجود اثر لجودة الخدمات الفندقية وبكافة متغيرات الدراسة المستقلة على رضا العملاء وقد احتلت المستلزمات المادية المرتبة الاولى في التأثير واحتلت الاستجابة المرتبة الاخيرة في الترتيب في التأثير على رضا العملاء .

- ابراهيم بظاظو 2010

هدفت هذه الدراسة الى تشخيص مدى ادراك العاملين في الفنادق فئة الخمس نجوم اهمية تطبيق مبادئ ادارة الجودة الشاملة التي تمثلت في رضا العملاء والتزام ودعم الادارة العليا والتحسين المستمر بالاضافة الى اشراك الموظفين وتمكينهم ، وقد توصلت نتائج الدراسة الى اهمية ادراك العاملين لمبادئ ادارة الجودة الشاملة وان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين

العوامل الشخصية بدلالة ابعادهما ( الخبرة - المستوى التعليمي - المستوى الوظيفي ) وادارك اهمية تطبيق مبادئ الجودة فى فنادق فئة الخمس نجوم .

#### • التعليق على الدراسات السابقة

اولا : اختلفت الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلى

- تناولت الدراسة الحالية تقييم جودة خدمات الاغذية والمشروبات من وجه نظر العملاء فى النوادى الاجتماعية بمحافظة الفيوم بينما تناولت بعض الدراسات السابقة خدمة الاغذية والمشروبات فى مطاعم الوجبات السريعة

- اختلف بعض الدراسات مع الدراسة الحالية فى هدف الدراسة فبعض هذه الدراسات ركز على تأثير وقت انتظار العميل وموقف موظفى الخدمة والبعض الاخر ركز على العوامل البيئية واثرها فى رضا العملاء بينما هدفت الدراسة الحالية الى تقييم جودة خدمات الاغذية والمشروبات بدراسة العوامل ذات الصلة بخدمة الغذاء فى رضا العملاء باستخدام مقياس الـ

#### SERVEQUAL

- الاختلاف الواضح بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية ترجع الى مجتمع الدراسة حيث ان الدراسة الحالية اجريت فى مجتمع النوادى الاجتماعية بمحافظة الفيوم وبالتالي فان الاختلاف الاساسى هنا يرجع لعينة الدراسة

ثانيا : اوجه الاتفاق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

- على الرغم مما ورد سلفا من اختلافات بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة فان جميع الدراسات السابقة اعتمدت على الاستبيانات كأداة للدراسة وكذلك الدراسة الحالية كما ان الدراسة الحالية استخدمت استبيان الـ SERVEQUAL model واتفقت معها العديد من الدراسات السابقة

ثالثا : اوجه الاستفادة من الدراسات السابقة والدراسة الحالية

استفاد الباحث من الدراسات السابقة فيما يلى

- فى الجانب النظرى من الدراسة وذلك للتوصل الى العوامل المؤثرة فى جودة خدمة الاغذية والمشروبات وعلاقة هذه العوامل برضا العملاء .

- فى الجانب التطبيقى وذلك بالتوصل الى تكوين نموذج الـ SERVEQUAL فى ابعاده السبعة والعبارات المكونة لكل بُعد والذي تم عرض صور منه فى الدراسات السابقة وبالتالي ادرج

الباحث ان له الحرية فى اختيار العبارات المكونة لكل بُعد من الابعاد السبعة للمقياس وفق نوع الخدمة وهدف الدراسة كما تم التوصل الى اسلوب تحديد نوع الفجوة من نتائج تطبيق الاستبيان (SERVEQUAL) وعلى ذلك فقد استفاد الباحث من كيفية نمذجة الاستبيان سالف الذكر من الدراسات السابقة وباختصار افادت بعض الدراسات السابقة الباحث فى بناء اداة الدراسة الحالية .

#### مجتمع وعينه الدراسة

تم اختيار مجتمع الدراسة بأسلوب الحصر الشامل للأندية بمحافظة الفيوم والبالغ عددهم ( 9 ) اندية . تم إستبعاد نادى الشرطة ونادى القضاء بالفيوم لعدم إستجابتهم، وبالتالي شمل مجتمع البحث سبعة اندية اجتماعية باجمالى عدد اعضاء 41900 وذلك وفق كشوف العضوية داخل كل نادى وبياناتها كما يلى :-

#### جدول 1: مجتمع وعينه البحث

العينة	عدد الاعضاء	الاندية	مسلسل
123	12300	نادى نقابة المعلمين	ن1
40	4000	نادى نقابة المحامين	ن2
18	1800	نادى اعضاء هيئة التدريس بجامعة الفيوم	ن3
24	2400	نادى الشبان المسلمين	ن4
93	9250	نادى قارون الرياضى الاجتماعى	ن5
32	3250	نادى نقابة التطبيقيين	ن6
89	8900	نادى محافظة الفيوم الرياضى	ن7
419	41900	المجموع	

- عينة الدراسة

تم اختيار عينة البحث من أعضاء النوادي الإجتماعية بأسلوب عينة عشوائية حيث تم تصميم إستمارة إستقصاء للأعضاء. تم إحتساب عينة الدراسة بمعادلة (Yamane, 1973). حيث تمثلت N مجتمع البحث وبلغت (41900) فرد ومستوى الخطأ  $e = 0.05$ .

وبناء عليه فإن عينة البحث n بلغت 419 عضو و تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم وبعد عملية فحص الاستمارات واستبعاد الاستمارات الغير صالحة والتي بلغ عددها نحو ( 15 ) استمارة وبذلك يكون عدد الاستمارات الصالحة للتحليل نحو ( 404 ) استمارة .

ثم قام الباحث بتفريغ استجابات استمارات عينة البحث من اعضاء النوادي وعددهم (404) عضو وتم تصحيح الاستجابات طبقا للمقياس التالي (5= اوافق بشدة ، 1= غير موافق بشدة ) وتحسب الاجابة (موافق بشدة ) ب خمس درجات والاجابة ( أوافق ) بأربعة درجات ، والاجابة (محايد) بثلاث درجات ، والاجابة (غيرموافق ) بدرجتين ، والإجابة (غير موافق بشدة) بدرجه واحدة ، وذلك تمهيدا لمعالجتها احصائيا .

أعتمدت الدراسة على التحليل الإحصائي بإستخدام برنامج ( SPSS ) وقد أستخدم الباحث اساليب وطرق احصائية مختلفة لتحقيق أهداف الدراسة الحالية، منها على سبيل المثال:

1. وسائل التحليل الوصفي للبيانات مثل ( المتوسط - الانحراف المعياري - النسب - التكرارات - الخطأ المعياري )

2. اختبار الاعتمادية

3. اختبار الصدق والثبات

4. اختبار ( T ) لعينتين مستقلتين .

- اداه جمع البيانات

تم تصميم استمارة استبيان موجهه الى العملاء مرتادي النوادي الاجتماعية بمحافظة الفيوم

بهدف التعرف على تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة اليهم وشملت الاستمارة على جزئين

الجزء الاول : يغطي الاسئلة المتعلقة بالخصائص الديموغرافية والشخصية لعينة الدراسة

والمتمثلة في : النوع - السن - المستوى التعليمي - الحالة الاجتماعية

الجزء الثاني : يغطي الاسئلة المتعلقة بواقع مستوى جودة خدمات الاغذية والمشروبات ورضا

العملاء حيث يحتوي هذا الجزء على ثلاثة وثلاثون عبارة تعكس المعايير السبعة الاساسية

لجودة الخدمة وهي ( الجوانب الملموسة وعدد العبارات 7 - الاعتمادية وعدد العبارات 6-

سرعة الاستجابة وعدد العبارات 4- السلامة (الامان) وعدد العبارات 3- الاهتمام بالعملاء (التعاطف) وعدد العبارات 3- الفوائد الاساسية للعملاء وعدد العبارات 4 - التكنولوجيا المستخدمه وعدد العبارات 2) ووزعت العبارات كآلاتى :-  
تم الاعتماد على سلم ليكرات لتقييم متغيرات الجزء الثانى والذى يتكون من خمسة درجات تتراوح بين 1-5 حيث تشير الدرجة 1 الى عدم الموافقة المطلقة ورضا منخفض جدا ، 2 تشير الى عدم الموافقة ورضا منخفض ، 3 تشير الى الحياد ورضا متوسط ، 4 تشير الى الموافقة ورضا كبير ، 5 تشير الى الموافقة المطلقة ورضا كبير جدا .  
كما تم تقسيم السلم الى ثلاثة مجالات لتحديد درجة التقييم كما يلى :-  
من 1 الى اقل من 2,5 يمثل درجة الموافقة ورضا متدنية  
من 2,5 الى اقل من 3,5 يمثل درجة الموافقة والرضا متوسطة  
من 3,5 الى 5 يمثل درجة الموافقة والرضا عالية

## النتائج والمناقشة

### 1- صدق وثبات مقاييس الإستقصاء

صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه , كما يقصد بالصدق مدى شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية بحيث تكون مفهومه لكل من يستخدمها للمرة الأولى او لمرات متتالية (Strawn, 2012) . وقد تم التأكد من صدق أداة جمع البيانات طبقاً لـ (Babbie, 2010) من خلال:

### أولاً:الصدق الظاهري Face validity

بداية لضمان صدق بنود الإستبانة فإنه قد تم الحصول على معظم بنودها من الادبيات السابق ذكرها وتم عمل تعديل فى صياغتها لتلائم عينة الدراسة بناءً على آراء الخبراء الاكاديمين بكليات السياحة والفنادق والزراعة بجامعة الفيوم . ومن أجل التعرف على مدى صدق أداة الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه ثم عرضها على عدد (10) عشرة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الفيوم . وفي ضوء آراء المحكمين تم إعداد أداة هذه الدراسة بصورتها النهائية.

## ثانياً: صدق الاتساق الداخلي

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة تم تطبيقها ميدانياً وتم حساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة الصدق الداخلي للاستبانة حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل بعد من الأبعاد الفرعية بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه البند ، كما هو مبين بجدول (2) للتعرف على الاتساق الداخلي ومدى ارتباط الأبعاد الفرعية للمحور بالمجموع الكلي للمحور تم استخدام معامل الارتباط بين الأبعاد الفرعية والمجموع الكلي للمحور .

جدول 2: الاتساق الداخلي ومدى ارتباط العبارات بالمجموع الكلي للمحور الأول  
(جودة الخدمة المدركة)

الابعاد	عدد العبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الجوانب الملموسة	7	0.79	0.00
الإعتمادية	5	0.89	0.00
سرعة الإستجابة	4	0.89	0.01
السلامة ( الأمان )	3	0.68	0.00
الإهتمام بالعملاء (التعاطف)	4	0.78	0.01
الفوائد الأساسية للعملاء	4	0.84	0.00
التكنولوجيا المستخدمة	2	0.79	0.01

يتضح من الجدول السابق أن كل معاملات الارتباط بين الأبعاد الفرعية المكونة للمحور الأول (جودة الخدمة المدركة) وبين المجموع الكلي دالة عند مستوى معنوية (0.01) ، مما يدل على أن أداة الدراسة في هذا المحور تتسم بمعامل صدق مرتفع وقابلة للتطبيق الميداني. (Neuman, 2011).

## 1- تحليل الثبات والإعتمادية

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ للتأكد من الاتساق الداخلي لفقرات الأداة (Thyer, 2017)، حيث تم استخراج معامل الثبات على مستوى الأداة بالكامل وعلى مستوى الأبعاد، والجدول التالي يبين معامل الثبات لأداة الدراسة وأبعادها :

جدول 3 : معامل الثبات لأبعاد وجوانب الإستقصاء

الابعاد	معامل الثبات (ألفا - كرونباخ)	عدد العبارات	المتوسط العام	التباين	درجة الموافقة
الجوانب الملموسة	0.66	7	3.34	0.22	محايد
الإعتمادية	0.75	5	2.8	0.33	محايد
سرعة الإستجابة	0.65	4	2.8	1	محايد
السلامة ( الأمان)	0.70	3	3.2	1	محايد
الإهتمام بالعملاء (التعاطف)	0.70	4	2.9	1	محايد
الفوائد الأساسية للعملاء	0.68	4	3.2	0.92	محايد
التكنولوجيا المستخدمة	0.89	2	2.6	1	محايد
رضا الأعضاء	0.63	5	3.6	0.61	موافق

ملحوظة : المقياس المستخدم ( 1 = "غير موافق بشدة" ، 5 = " موافق بشدة" )

وبالنظر إلى النتائج الموجودة بجدول (3) يتضح أن معامل الثبات بالنسبة لمحاوِر الاستبانة مرتفعة ومقبولة إحصائيا حيث أنها أكبر من النسبة المقبولة إحصائيا ( 50 % ) ( Saunders, Lewis, & Thornhill, 2009 ).

2- الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة

الجدول التالي يوضح توزيع عينة الدراسة طبقا لمتغيرات النوع والعمر والحالة الإجتماعية.

جدول 4 : خصائص عينة الدراسة من العملاء

		النوع	
النسبة ( % )	العدد		
63	253	ذكر	
37	151	انثي	
		العمر	
النسبة ( % )	العدد		
22	89	أقل من 25 سنة	
25	100	من 25 - اقل من 35 سنة	

23	92	من 35 - أقل من 45 سنة
16	65	من 45 - أقل من 55 سنة
14	58	من 55 سنة الى اكثر
النسبة ( % )	العدد	الحالة الإجتماعية
36	144	اعزب
63	253	متزوج
2	7	ارمل
	404	الإجمالي

يوضح الجدول السابق أن توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع ، حيث يتبين أن (253) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (63%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من (الذكور) ، في حين أن (151) من أفراد عينة الدراسة يمثلون (37%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من (الاناث) . كما يتبين أن (89) من أفراد عينة الدراسة يمثلون تقريبا (22%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من العملاء عمرهم (أقل من 25 سنة) ، . وقد أظهرت النتائج ان اكبر عدد للعملاء كان لصالح شريحة ( 45 - 54 سنة) بنسبة 53% ، أما شريحة (25 - 34 سنة) في عينة العملاء تصدرت العينة بنسبة 31%. كما يتبين أن (12) من أفراد عينة الدراسة من العملاء يمثلون ما نسبته (27%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة (أعزب) ، في حين أن (96) من أفراد عينة الدراسة الاخرى (العملاء) يمثلون ما نسبته (48%) . وبلغ عدد المتزوجون (33) من أفراد عينة الدراسة من العملاء يمثلون ما نسبته (73%) ، في حين أن (104) من أفراد عينة الدراسة الاخرى (العملاء) يمثلون ما نسبته (52%) .

### 3- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

أسفرت المعالجة الإحصائية لاستجابات أفراد العينة عن النتائج التالية حسب محاورها المختلفة وذلك كما يلي:

#### التحليل الخاص بعينة الاعضاء

تم دراسة آراء عينة الدراسة العملاء اعضاء النوادي الاجتماعية حول تقييمهم وإدراكهم لقياس مستوى جودة الخدمة المقدمة بأبعادها السبعة في النوادي الاجتماعية بالفيوم ، وذلك من خلال استجابات عينة الدراسة



، حيث تم استخراج التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل بعد ، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول 5 : التحليل الوصفي لمتغيرات جودة الخدمة

الترتيب	مستوي الدلالة	كا <sup>2</sup>	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
الجوانب الملموسة						
2	0.00	5.284	موافق	1	3.85	1- تتوفر لدي المنافذ البيعية تجهيزات ومعدات وأجهزة تقنية متطورة ( مثل شاشات العرض ومبردات المياه والتكييفات - وحدات صوت)
3	0.00	6.487	موافق	0.9	3.71	2- الأماكن التي تقدم بها الخدمة بالنادى ( المطاعم ، الكافيهات وصلات الحفلات والمؤتمرات) ملائمة وصحية وجذابة
5	0.00	5.267	محايد	0.92	3.40	3- يتسم العاملون في أماكن تقديم الخدمة بالنظافة وحسن المظهر
6	0.00	5.954	محايد	0.9	2.87	4- النشرات والكتيبات الخاصة بالنادى تتميز بأنها جذابة
1	0.00	6.685	موافق	0.9	4.15	5- يتميز النادى بموقع سهل الوصول إليه
4	0.00	5.193	موافق	0.9	3.57	6- يتميز النادى بسمعة طيبة
7	0.00	5.762	محايد	0.9	2.75	7- يقدم النادى عروض إضافية متميزة ( تخفيضات عضويه للأقارب- تخفيضات على تجهيز الطعام )
الاعتمادية						

الترتيب	مستوي الدلالة	كا <sup>2</sup>	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
2	0.00	5.284	محايد	0.63	2.93	1- تلتزم منافذ البيع بالنادى بتنفيذ وعودها لأعضائها فى الوقت المحدد
1	0.00	6.487	موافق	0.86	3.56	2- تحرص منافذ البيع بالنادى علي تقديم الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة
4	0.00	6.267	محايد	0.55	2.60	3- يتم تسجيل شكاوى العملاء فى سجلات مخصصة لذلك
5	0.00	6.954	غير موافق	0.67	2.41	4- يتوفر لدى العاملين بجميع منافذ البيع بالنادى الخبرة والتدريب والمهارات الجيدة
3	0.00	6.68	محايد	0.64	2.76	5- يهتم العاملون بجميع منافذ البيع بالنادى بمشاكل واستفسارات العملاء
<b>سرعة الاستجابة</b>						
3	0.00	5.28	محايد	1.2	2.84	1- يقوم العاملون بمنافذ البيع بإعلامك بدقة عن موعد تقديم الخدمة
2	0.00	6.48	محايد	1.2	2.94	2- يقدم العاملون بمنافذ البيع الخدمة لكم بشكل فوري
1	0.00	5.26	محايد	1.1	3.21	3- يكون العاملون دائما علي استعداد لمساعدتك
4	0.00	5.95	غير موافق	1.1	2.22	4- العاملون بمنافذ البيع لا ينشغلون أبدا عنك ويلبون طلباتك فورا

الترتيب	مستوي الدلالة	كا <sup>2</sup>	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
<b>السلامة ( الامان )</b>						
2	0,00	5,27	محايد	1.09	3.17	1- يشعرك سلوك العاملين بالنادى بالثقة
1	0,00	6,46	موافق	1.08	3.26	2- أشعر بالأمان في تعاملتي مع العاملين بالنادى
3	0,00	5,28	محايد	1.07	3.15	3- يتحلي العاملون بالنادى بالحس الخدمي واللباقة والكياسة في التعامل معك
<b>الاهتمام بالعملاء ( التعاطف )</b>						
2	0,00	5,736	محايد	1.1	2.78	1- تهتم منافذ بيع الأغذية والمشروبات اهتماما شخصيا بك
4	0,00	6,955	غير موافق	1.0	2.64	2- منافذ بيع الأغذية والمشروبات علي دراية وعلم باحتياجاتك
3	0,00	6,929	غير موافق	1.1	2.70	3- تضع المنافذ البيعية بالنادى المصلحة العليا لك نصب عينه
1	0,00	5,252	موافق	1.1	3.46	4- يتصف العاملون بمنافذ بيع الأغذية والمشروبات بالنادى بالقدرة علي منحك الأمان والطمأنينة والراحة
<b>الفوائد الاساسية للعملاء</b>						

الترتيب	مستوي الدلالة	كا <sup>2</sup>	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1	0,00	26,254	محايد	1.26	3.54	1- أشعر بالترحاب وقمة الراحة
2	0,00	24,489	محايد	1.10	3.46	2- أماكن إنتظار السيارات بالنادى آمنه
3	0,00	33,285	محايد	1.12	3.21	3- تعتبر أسعار النادى وخدماته مناسبة
4	0,00	23,95	محايد	1.10	2.62	4- يوفر النادى مزيد من الخيارات في قوائم الطعام بمنافذ البيع المختلفه
<b>التكنولوجيا المستخدمة</b>						
2	0,00	6,987	غير موافق	1.3	2.46	1- تتوفر تسهيلات داخل النادى (اماكن مخصصة للعائلات - مناطق ألعاب للأطفال - اماكن للمدخنين فقط- إنترنت مجاني - خدمة الطلب للوجبات - أنظمة إنذار حريق- حمام سباحة- أماكن إنتظار سيارات-أماكن للصلاه - حمامات للرجال ولل سيدات- خدمات لذوى الإحتياجات الخاصه
1	0,00	5,326	محايد	1.4	2.79	2- تتوفر في النادى التقنيات التاليه (فاكس -موقع الكتروني - خدمة دلفرى أغذية)

من خلال النتائج الموضحة أعلاه أن جميع قيم  $\chi^2$  دالة عند مستوى (0.05) ، إذ أن قيم  $\chi^2$  المحسوبة أكبر من قيمة  $\chi^2$  الجدولية عند مستوي (0.05) لدرجة حرية (4) ، وهذا يؤكد أن آراء عينة الدراسة حول بنود هذا البعد متسقة مع نفسها وهذه البنود تميز آراء الافراد عينة الدراسة نحو إتجاه معين وعدم تشتت التكرارات حول بدائل الاختيار الخمسة . كما يتضح أن أفراد عينة الدراسة يعبرون عن تقييماتهم لأبعاد الجودة السبعة بحيادية .

#### - إدراكات عينة الدراسة لمتغير الرضا عن خدمات النوادي الإجتماعية

تم دراسة آراء عينة الدراسة حول خمس عبارات (متغيرات) تمثل بُعد (عامل) الرضا ، وذلك من خلال استجابات عينة الدراسة ، حيث تم استخراج التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لكل محور ، والجدول التالي توضح ذلك:

جدول 6: التحليل الوصفي لمتغير الرضا

الإنحراف المعياري	الخطأ القياسي	الحسابي المتوسط	الرضا
0.55	0.027	4.01	1- أنا راضى تماما عن النادى وخدماته للاعضاء
0.48	0.024	3.91	2- سأرشح هذا النادى لأصحابى المقربين
0.94	0.047	2.94	3- أعتبر هذا النادى ومنافذه وكأنهم ملكى
0.66	0.033	2.06	4- أفضل تسهيلات وخدمات النادى عموما
1.01	0.055	4.46	5- أستمتع بقضاء أجازتى فى هذا النادى
3.47			المتوسط العام

- تشير نتائج الجدول السابق على تفاوت متوسطات إدراكات عينة الدراسة حول مستوى رضاهم عن جميع خدمات وتسهيلات النوادي الإجتماعية. حيث بلغ المتوسط العام 3.47 وهو قريب من الاختيار رقم (4= موافق). وكان أعلى متوسط للعبارة " أستمتع بقضاء أجازتى فى هذا النادى" ( 4.46) ، وأقل متوسط كان 2.06 ( غير موافق ) للعبارة " أفضل تسهيلات وخدمات النادى عموما" . وبناءا عليه فإن درجة الرضا ليست على الوجه الأمثل وبالتالي هذه النوادي تواجه تحديات منها كيفية إسعاد ورضا أعضائها من خلال خدمات وتسهيلات عالية الجودة .

### إختبار الفروض الإحصائية

بالنظر إلى الفروض الإحصائية والتي تسعى تلك الدراسة الى التحقق من صدقها على النحو التالي:

- 1- الفرض الأول: تحديد رضا العملاء عن الملموسية
- 2- الفرض الثاني : ما هو مستوى رضا العملاء عن الجوانب الملموسية
- 3- الفرض الثالث : لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين العملاء عن رضاهم عن جانب الملموسية .

وللتحقق من مدى صدق هذه الفروض الإحصائية فإنه تم استخدام اختبار ( one way ANOVA) للتحقق من صحتها ، ويوضح الجدول التالي نتائج الاختبار ، إذا ما كانت هناك دلالات إحصائية بين النوادي المبحوثة طبقا لتقييم الأعضاء للجودة المدركة

جدول 7: إختبار (ANOVA) لدلالة الفروق بين الجودة المدركة بين النوادي محل الدراسة

الأبعاد	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسطات	قيمة F	المعنوية
الملموسية	7.9	6	1.3	3.600	0.002
	144.5	397	0.04		
	152.4	403			
الإعتمادية	68.7	6	11.44	21.6	0.000
	207.9	397	0.52		
	276.5	403			
الاستجابة	83.1	6	13.8	24.2	0.000
	226.6	397	0.6		
	309.6	403			
السلامة	27.2	6	4.5	6.2	0.000
	285.5	397	0.719		
	312.2	403			
الاهتمام	54.6	6	9.2	13.8	0.000
	263.3	397	0.66		
	318.8	403			

0.000	8.6	6.2	6	37.5	بين المجموعات	الفوائد
		0.72	397	286.8	داخل المجموعات	
			403	324.3	الاجمالي	
0.000	7.9	9.5	6	56.9	بين المجموعات	التكنولوجيا
		1.2	397	478.5	داخل المجموعات	
			403	535.4	الاجمالي	

وتؤكد نتائج الجدول السابق معنويه الابعاد السبعة الخاصة بالجودة بين مفردات عينة الدراسة ( السبع نوادي ) . وبناء عليه فإنه توجد إختلافات ذات دلالة إحصائية بين العملاء ( المستفيدين ) وفقا للنوع والعمر والحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي في تقييمهم لمستوى الجودة ، وبالتالي يتم قبول الفرضيه البديلة ورفض فرض العدم.

وأضحت نتائج تحليل الانحدار المتعدد ( جدول 8 ) بعد تحديد المتغير التابع متمثلا في درجة الرضا ، أما المتغير المستقل يرجع الى التغيرات في جودة الخدمة المدرجة . حيث بلغت قيمة  $R = 0.513$

#### جدول 8 : نتائج تحليل الأنحدار المتعدد

معامل الارتباط ( R )		0.716	
معامل التحديد ( R Square )		0.513	
معامل التحديد المعدل ( Adjusted R <sup>2</sup> )		0.500	
الخطأ القياسي (Std. Error)		0.231	
العوامل المستقلة	Beta	قيمة T	الدلالة
الجوانب الملموسة	0.360	5.62	0.000
الاعتمادية	0.058	0.500	0.617
سرعة الاستجابة	0.208	1.65	0.099
السلامة(الأمان)	0.215	3.797	0.000
الإهتمام بالعملاء	0.215	3.797	0.000
الفوائد الأساسية للعملاء	0.387	3.56	0.000
التكنولوجيا	-0.032	27.-	0.784

يلاحظ من جدول 8 أن من بين الأبعاد السبعة المكونة للجودة المدركة للخدمة بالنادى الإجتماعية وجد أن أربعة منها ذات دلالة إحصائية معنوية لذا ترفض فرضية العدم وتقبل الفرضية البديلة وهذه العوامل الأربعة هي الجوانب المادية الملموسة والسلامة والإهتمام بالعملاء والفوائد الأساسية للعملاء . وبالتالي تلك العوامل الأربعة هم فقط لهم تأثير معنوى على درجة رضا الأعضاء.

أما العوامل الأخرى وهي الاعتمادية وسرعة الإستجابة و التكنولوجيا المستخدمة فهي ليست ذات دلالة إحصائية وهذا يعني قبول فرضية العدم .

#### أهم النتائج والمناقشة

تم التوصل الى النتائج التالية

- يمكن قياس جودة خدمة الاغذية والمشروبات بالنادى الإجتماعية باستخدام نموذج SERVEQUAL والذي تم تطويره طبقاً لرأى ( Ramsran , 2007 ).



- يوجد فجوة فى أبعاد الجودة (السبعة) طبقا لقيم المتوسط الحسابى وهذا يرجع إلى أن هناك قصور فى سرعة الاستجابة للخدمة وفى التكنولوجيا المستخدمة فى النوادى المبحوثة وهذا يتطلب ان تكون هذه الاجهزه والتسهيلات ضمن مايتوقعه العملاء الاعضاء وعلى المستوى المطلوب.
- نتائج تحليل الإنحدار المتعدد أثبتت أنه من بين الأبعاد السبعة المكونة للجودة الفعلية للخدمة بالنوادى الإجتماعية وجد أن أربعة منها ذات دلالة إحصائية معنوية وهما الجوانب المادية الملموسة والسلامة والإهتمام بالعملاء والفوائد الأساسية للعملاء . وبالتالي هناك علاقة مباشرة وتأثير معنوى لهذه الابعاد على الرضا عن تلك النوادى المبحوثة . أما العوامل الأخرى وهي الاعتمادية وسرعة الإستجابة و التكنولوجيا المستخدمة فهي ليست ذات دلالة إحصائية.

### التوصيات

#### أ- التوصيات الموجه الى مجلس إدارة النوادى الاجتماعية

- بعد الاطلاع على نتائج الدراسة وتحليلها بشكل جيد وواضح يوصي الباحث بما يلي:
- 1- ضرورة الإهتمام بجودة خدمة الاغذية والمشروبات والوصول إلى مستوى جيد فى إرضاء العملاء وأن يهتم العاملين والرؤساء بالنوادى الإجتماعية على حد سواء بمشاكل وإستفسارات العملاء.
  - 2- تطبيق برامج الاهتمام بالعملاء مثل ( Guest satisfaction survey program, Problem free stay, Spirit to serve our guests, Service Excellence, Mystre shoppers,....) وذلك للوصول الى أعلى قدر ممكن من رضا العملاء .
  - 3- أن تعمل النوادى الاجتماعية على خلق جو من الثقة والطمأنينة في علاقاتها مع العملاء، وأن تضع فى أذهانها أن العميل هو سر نجاحها ، ولذلك نجد أن النوادى التى تجذب عملائها وتحقق رضائهم وولائهم هم الاكثر فوزا للشريحة السوقية المستهدفة وبالتالي يحققوا النجاح والبقاء فى السوق السياحى.
  - 4- ضرورة تدريب وتأهيل العاملين بشكل دورى فى مجال المطبخ والمطعم لإثقال خبراتهم، وأن تضع النوادى فى حساباتها وميزانياتها ان التقييم الفعلى لأبعاد جودة الخدمة يضع فى إعتباره عوامل أكثر أهميه منها دور العامل البشرى.

5- ضرورة اهتمام النوادي الإجتماعية بشكل عام والمؤسسات الخدمية بشكل خاص بالاستجابة السريعة وتلبية مطالب العملاء كعوامل تؤثر في جودة خدمة الاغذية والمشروبات .

6- ضرورة تطوير التكنولوجيا المستخدمة في تقديم خدمة الاغذية والمشروبات للعملاء من جانب والمستغلة في منافذ البيع وصالات الطعام والاماكن العامة من جانب آخر .

7- ضرورة التركيز في اختيار النوادي الاجتماعية التي تطبق مفهوم جودة خدمة الاغذية والمشروبات بحيث تكون الخدمات المقدمة من النوادي قادرة على إشباع رغبات الأعضاء وتحقق رضائهم

8- عند تقديم استمارات لتقييم آراء الأعضاء عن الخدمات التي يقدمها النادي ومنافذ البيع به لابد من الاهتمام بها والتركيز لكل بند بالاستمارة ومراعاة الشفافية والمصادقية في الرأى لان ذلك يترتب عليه معرفة مستوى الخدمة بالنادى ومحاولة معالجة نقاط الضعف الموجودة بالنادى واتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة

9- في حالة وجود اى مشكلة داخل النوادي وخاصة في المنافذ البيعية المؤجرة لابد من إبلاغ إدارة النادي على الفور وذلك لكي تتمكن الإدارة من معالجة المشكلة وتصحيح الأخطاء .

10- يجب ان تقوم إدارة النادي تحديد السوق المستهدف لها والعمل على ايجاد الوسائل المناسبة في استقطاب اكبر قدر ممكن في فئة السوق المستهدف ويمكن ان يتم ذلك عن طريق ( التخفيضات للاعضاء - تقديم اعروض المميزة داخل النوادي - توفير برامج ترفيهية مجانية للاطفال ) .

11- لابد ان تكون ادارة النادي قادرة على اتخاذ القرار السليم والمناسب وهذا يتم من خلال العمل بروح الفريق الواحد والخبرة المناسبة لاعضاء مجلس الادارة التي تجعلهم قادرين على اتخاذ القرار المناسب

ب - التوصيات الموجهة الى الجهات الرقابية المسؤولة عن ادارة النوادي الاجتماعية بالفيوم

- 1- ضرورة وجود إدارة او جهاز او هيئة متخصصة للجودة داخل النوادي الاجتماعية تكون مهمتها التعرف على احتياجات النوادي ومعرفة ما ينقصها من تدريبات للعمل على توفيرها للعاملين بالنوادي وتكون تابعة للشئون الاجتماعية والشباب والرياضة .
- 2- ينبغي ان تقوم الجهات المسؤولة بانشاء موقع اليكترونى موحد يضم جميع النوادي الاجتماعية بالفيوم والانشطة التي تمارسها والسوق المستهدف لهذه النوادي .
- 3- يجب العمل على تحسين الموارد المالية المتاحة للنوادي وذلك من خلال زيادة حصة النوادي من قيمة الاشتراكات المحصله وكذلك التعديل او التغيير حسب المقترحات لقوانين ولوائح العمل بالنوادي الاجتماعية بما يتواءم مع المتطلبات الحالية بحيث تكون هذه اللوائح بها مرونة اكثر من ذلك حتى يسهل على اعضاء مجلس الادارة اتخاذ القرار المناسب .
- 4- لابد من الاستعانة ببعض الخبراء فى ادارة جودة الاغذية والمشروبات بالنوادي الاجتماعية بالفيوم من اعضاء هيئة التدريس بكليات ( السياحة والفنادق - الزراعة ) بجامعة الفيوم باعتبارها كليات ذات صلة بالاغذية والمشروبات .

ج - كما توصى الدراسة بضرورة اجراء دراسات مستقبلية ممثلة على مجتمع دراسة مختلف باستخدام نماذج اخرى لدراسة الجودة مثل ( IPA ) .

#### المراجع باللغة العربية

- (1) بظاظو ، ابراهيم ، ( 2010 ) تقييم واقع تطبيق ادارة الجودة فى الفنادق : دراسة ميدانية على عينة من الفنادق الخمس نجوم بالاردن ، مجلة علوم انسانية ، السنة السابعة ، العدد 45 ، الاردن ،
- (2) بن سعيد ، خالد بن سعد عبد العزيز ، ( 2012 ) إدارة الجودة الشاملة، مجله مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، المجلد 17، عدد2 ، ص 177 .
- (3) زيدان ، سليمان ، ( 2010 ) إدارة الجودة الشاملة الفلسفة ومداخل العمل، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط2 .
- (4) الطائي، دعد عبد الله وقداة ، عيسي ، ( 2008 ) إدارة الجودة الشاملة ، دار البازوري للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، ص 29

- (5) عبد الوهاب ، ياسر ، ( 2009 ) دور الحكومة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات الحكومية بالتطبيق على ورشة حكومة دبي، مجلة النهضة، مج 10 ع، ص 125.
- (6) لوقا، منير ، ( 2010 ) فرص الاستثمار في قطاع البريد، (تقرير) اتحاد البريد المصري: القاهرة ، ص 55
- (7) المحياوي ، قاسم نايف علوان ، ( 2006 ) إدارة الجودة في مجال الخدمات - مفاهيم عمليات تطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الطبعة العربية الأولى ، ص ص 32 33.
- (8) مشعل ، فهد منذر ، ( 2015 ) اثر جودة الخدمات الفندقية على رضا العملاء فنادق فئة الخمس نجوم بمدينة عمان ، مذكرة ماجستير ، تخصص التسويق ، كلية الدراسات العليا ، جامعة الزرقاء ، الاردن ، حوان.
- (9) المقلي ، عمر محمد عثمان وإدريس ، عبدالله عبد الرحيم ، ( 2006 ) إدارة الجودة الشاملة ، شركة مطابع السودان للعملة ، ص 15 .
- (10) هاغستروم ، ديمنج روبرت ، ترجمة و إعداد هند رشدي ، ( 2009 ) إدارة الجودة الشاملة ، أسس و مبادئ و تطبيقات ، كنوز للنشر و التوزيع ، القاهرة ، مصر ، ص 10.

#### المراجع باللغة الإنجليزية

1. Aguiar, L., &Waldfogel, J. (2018). Quality predictability and the welfare benefits from new products: Evidence from the digitization of recorded music. *Journal of Political Economy*, 126(2), 492-524.
2. Babbie, E. R. (2010). *The Practice of Social Research* (12th ed.). Cengage Learning.
3. Han, J. H., and Seo, J. W. (2016).The Effect of the Components of Hotel Food & Beverage Service Quality on Customer Satisfaction and Brand Loyalty. *Culinary science and hospitality research*, 22(5), 277-294.
4. Neuman, W. L. (2011).*Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches: International Edition*. Pearson Education, Limited.
5. Rauch, D. A., Collins, M. D., Nale, R. D., & Barr, P. B. (2015).Measuring service quality in mid-scale hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(1), 87-106.
6. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009).*Research methods for business students* (5th ed.). England: Financial Times Prentice Hall.
7. Strawn, G. O. (2012). Scientific Research: How Many Paradigms? *EDUCAUSE Review*, 47(3), 26–28.
8. Thyer, B. (2010).*The Handbook of Social Work Research Methods* (2nd ed.). SAGE
9. Clare chua chow and peter luk 2017 , A strategic sex vice quality approach using a malyichieraahy process managing service quality , an international journal , vol is issue 3 . pp 2278-289

10. Agensk.y law vitlui and xiandzhao , 2016 , Modeling repurchase frequency and customer satisfaction for fast food out let`s , international journal of quality , vol 21 , issue 5 , pp. 545-563
11. Young namkung , soocheongjang , 2015 , Does food quality really matter in restaurants ? it is impact on customer satisfaction and behavioural intentions . journal of hospitality and tourism research , vol 5 . no 2 .
12. Hongqin and victor R. prybutok , 2015 , service , quality , customer satisfaction , and behavioural interntins in fast-food restaurants , college of business administration , university of north texas , dentone , texas , u.s.a
13. Seokhoon lee , young pilkim , nigelhemmingtom , and deokkyun , 2014 . competitive service quality improbement ( caqi ) : a care study in the fast – food industry , food serice technology , 14 june 2004 , korea .
14. Mechelamasson and Adriano paggiaro ,2012 , investigating the role of festival scape in culinary tourism , the case of food and wine invents , tourism management , vol 33 , issue 6 , page 1329-1336
15. Maxwellagabu & thobelenimewabe , 2013 , Customer`s expectain and perception of service quality , the case of pick n pay fast-food in Pietermaritzburg area , south Africa , university of kwazulu natal , international journal of social sciences research ,vol 2 .
16. Jyonsnahirmukna 2012 , measuving internal customer`s perceptions on service (2) quality using servqual in administrative service , university of pune , Maharashtra , india , journal of service and research , vol 2 , march 2012
17. Kisangryuhan 2010 , influence of the quality of food service and physical environment on customer satisfaction and behavioural interntion in quick – casual restaurants , university of new Orleans journal of tourism research , vol 34 , issue 3 .
18. Stevenson, William, J, Operation Management,, 8th ed. MC Graw Hill, New York, 2005 .
19. Ninemwier, J ,D management of food and beverage operations , educational institute of the American hotel and motel association, Michigan , u. s. a(2012).

## Abstract

This survey aims to evaluate food and beverage services at social clubs in fayoum governorate .The research is done randomly to a number of customers who are counted as (404) clients taking in consideration that the research adapted the quantity style to get the information. We used statistics analysis by adapting (IBM 24 SPSS Version) program including recurrences and rates – averages – normative immoralities – T test – F test also the various descending tes. The Research shows a list of results one of them attests the possibility of using (SERVEQUAL) Pattern to measure the quality of Fayoum clubs. After that we used the various descending analysis to measure the satisfaction of clients which assures that the quality of food and beverage at fayoum clubs affects their satisfaction by using the significance level (F) which is (0.00) because it is less than (0.05) accredited significance level. Anova test is used to measure the different evaluations of clients.

**Keywords:** social club – the quality of food and beverage services – Servqual Measurement – Fayoum governorate.