



جامعة المنصورة
كلية السياحة و الفنادق

تقييم اداء العاملين بقسم الترفيه واثره علي رضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ

مستخلص من رسالة علمية

إعداد

أ.د/وائل محمود عزيز

الأستاذ بقسم الدراسات الفندقية

كلية السياحة و الفنادق – جامعة المنصورة

أ/ حسن قناوي إبراهيم عبد الرحيم

باحث بدرجة الماجستير

كلية السياحة و الفنادق – جامعة المنصورة

مجلة كلية السياحة و الفنادق - جامعة المنصورة

عدد (٦) - ديسمبر ٢٠١٩

تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه واثره علي رضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ إعداد

أ.د/وائل محمود عزيز^١

أ/حسن قناوي إبراهيم عبد الرحيم^٢

ملخص

هدفت هذه الدراسة الي قياس معدلات رضا العملاء من خلال تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ ، وتحديد طبيعة العلاقة بين سياسات رضا العملاء واداء العاملين بقسم الترفيه ، تكون مجتمع الدراسة من العاملين بقسم الترفيه ، والعملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بمدينة شرم الشيخ ، وبلغ عدد الفنادق في شرم الشيخ ، (٤٢) فندق فئة الخمس نجوم وذلك ضمن تصنيف دليل الفنادق لعام ٢٠١٧ م بوزارة السياحة ، كما كشفت عينة الدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا بين أداء العاملين بقسم الترفيه ورضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ ، كما كشفت الدراسة الميدانية وجود علاقة دالة احصائيا في تأثير أداء العاملين بقسم الترفيه على رضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ ، مما يبين أن لتقييم أداء العاملين دور واضح في زيادة رضا عملاء فنادق الخمس نجوم بشرم الشيخ.

الكلمات الدالة : تقييم الاداء – رضا العملاء – الترفيه داخل الفنادق

Assessment of Animation Employees performance its Impact on Customers Satisfaction in Five Star Hotels in Sharm El - sheikh

Abstract

This study aims to measure customer satisfaction by assessing the performance of employees in the entertainment department of five star hotels in Sharm El Sheikh and determining the relationship between customer satisfaction policies and the performance of employees in the entertainment department. , And the number of hotels in Sharm El Sheikh , (42) five-star hotels within the classification of hotels directory for 2017 at the Ministry of Tourism. The sample of the field study revealed a statistically significant relationship between the performance of employees in the entertainment department and customer satisfaction in five star hotels in Sharm El- Sheikh. The impact of the performance of employees in the entertainment department on customer satisfaction in five star hotels in Sharm el-Sheikh, indicating that the evaluation of the performance of employees has a clear role in increasing the satisfaction of customers of five-star hotels in Sharm el-Sheikh.

Keywords : Performance evaluation - customers satisfaction - Entertainment within hotels

المقدمة

يعتبر الترفيه جزءاً هاماً في حياة الإنسان؛ حيث صرح قطاع السياحة أن عروض الترفيه هي التي تجتذب العديد من الزوار لذلك اهتمت الفنادق بالترفيه والعاملين فيه واعتبرته ضمن التسويق الفندقية. يعد الترفيه مطلب ملح في الوقت الحاضر في الحياة اليومية المزدحمة بكثرة المشاغل وتعب الحياة والتقدم التكنولوجي ومطالب العصر. مما يؤدي الي ضغوط نفسية على الاسرة والمجتمع. ومن خلال ذلك فقد اهتمت معظم دول العالم في إيجاد أماكن ترفيهيه تتناسب مع امكانيات الدولة الاقتصادية والثقافية وذلك من خلال تخطيط الأرض؛ وينظر إلى وقت الفراغ على أنه يشغل بالأنشطة التي تمارس في غير أوقات العمل. أما الترفيه يأتي من الترويح التي اشتقت في اللغة العربية من أراح فتعنى تنفس أو استراح.. اما الفرق بين مفهوم الترويح والسياحة وانهما يشتركان في أشغال وقت الفراغ أو جزء منه بالمتعة بعد العمل. وتعد مدة البقاء في المكان المقصود المعيار الرئيسي لتمييز بينهما، بحيث إذا زاد عن ٢٤ ساعة عدت سياحة. كما يمكن التمييز بين ظاهرتي السياحة والترويح وفقاً لمعايير أخرى، وهي الغرض من الرحلة، ووسيلة النقل المستخدمة، وطول المسافة بين محل الإقامة والمكان المقصود.

وهناك العديد من المنافع العديدة والصحية للترفيه وتبعاً لذلك فإن المعالجة بالترفيه قد تطورت حيث تستخدم الفنادق الحديثة والعالمية هذا الجانب في معالجة الزبائن من حالات الملل الموجودة لديهم. يعرف الترفيه على أنه ادخال السرور علي النفس والترويح عنها وتجديد نشاطها وبعث حيويتها.

مشكلة البحث

انخفاض مستوى أداء العاملين بقسم الترفيه مما أثر على ارضاء العملاء بفنادق مدينة شرم الشيخ يعتمد النشاط الفندقية بشكل أساسي علي العنصر البشري في تحقيق أهدافه وتحقيق رضا العملاء ؛ البرامج الترفيهية التي تقدم في المنشأة الفندقية لها تأثير علي رضا العملاء ؛ والعاملين في قسم الترفيه لهم دور ثابت في

عملية رضا العملاء وهو ما تحاول الدراسة بحثه ومعرفة أسبابه في دراسة تطبيقية من خلال تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه وأثره على ارضاء العملاء في فنادق مدينة شرم الشيخ ؛ فان موضوع الدراسة سيلقي الضوء على واقع الحال ويفتح الطريق لمزيد من الدراسات المتعلقة بالترفيه ؛ وبناء على اراء الخبراء في مجال الفنادق يمكن القول بوجود عدد من المؤشرات التي قد يستنتج منها وجود بعض أوجه القصور من العاملين بقسم الترفيه مما أثر على عملية ارضاء العملاء .

تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١ - ما مدى مستوى رضا العملاء على الخدمة المقدمة من موظفي الترفيه في الفنادق محل الدراسة؟
- ٢ - ما مدى مستوي الأداء الوظيفي لدى العاملين بقسم الترفيه بفنادق شرم الشيخ؟
- ٣ - هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مستوى أداء العاملين أثر على عملية ارضاء العملاء ترجع لمتغير (السن - الجنسية - الخبرات - الجنس - المؤهل الدراسي)؟
- ٤ - هل توجد فروقات في مستوى العروض المقدمة من العاملين بقسم الترفيه؟ وما مدى تأثيرها على العملاء؟

أهداف البحث

يهدف البحث الي قياس معدلات رضا العملاء من خلال تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه بفنادق محل الدراسة بشرم الشيخ وتحديد طبيعة العلاقة بين سياسات رضا العملاء وأداء العاملين بقسم الترفيه .

أهمية البحث

تظهر أهمية الدراسة في المستويات التالية:

- ١ - المستوى الأكاديمي العلمي:

إن المكتبة الفندقية تنقصها إسهامات الباحثين في الدراسات المتخصصة والمتعمقة في مجال تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه وعلاقته بمستوى رضا العملاء ومن ثم تحسين أداء الخدمات الفندقية بالفنادق عينة الدراسة.

٢ - المستوى التطبيقي العملي:

تسعى هذه الدراسة للتعرف على تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه وأثره على إرضاء العملاء مما يدفع الي التعرف علي اهم المشكلات التي تواجه تحسين وتطوير ورفع مستوى فاعلية الأداء للعاملين وكيفية تحقيق إرضاء العملاء. ولعل هذه الدراسة تسهم في توفير عدد من التوصيات والمقترحات لتفعيل الرضاء لدى العملاء ومن ثم رفع مستويات الأداء لدى العاملين بالترفيه مما يمكنهم القيام بمهامهم بكفاءة وفاعلية عالية.

منهج البحث

يعتبر منهج البحث هو الأساس العلمي والفكري الذي تقوم عليه الدراسة وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات التحليلية. وقد اعتمدت هذه الدراسة على الأسلوب المكتبي والميداني.

أ - البحث المكتبي:

يعتمد الباحث علي البحث المكتبي وعلي المراجع العربية والانجليزية التي تناولت موضوع الدراسة كما يعتمد الباحث في الدراسة المكتبية على شبكة الانترنت للحصول على بعض المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة.

ب - البحث الميداني:

دراسة آراء العملاء على أداء العاملين بقسم الترفيه من خلال تصميم استمارة استبيان واستخدام الاتجاهات الحديثة لتقييم الأداء.

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول : تقييم الاداء

مفهوم تقييم الأداء

يقصد بتقييم أداء العاملين قياس مدى قيام العاملين بالوظائف المسندة إليهم وتحقيقهم للأهداف المطلوبة منهم؛ ومدى تقدمهم في العمل وقدرتهم على الاستفادة من فرص الترقية وزيادة الأجور (ثابت؛ ٢٠٠١).

يرى عبد المحسن (١٩٩٩) تقييم الأداء هو التقييم المنظم للفرد فيما يتعلق بأدائه الحالي لعمله وقدرته المستقبلية على النهوض بأعباء ووظائف ذات مستوى أعلى . كما يرى عبد الباقي (٢٠٠٢) أن تقييم الأداء مؤشر موضوعيا لقياس أداء العاملين سواء سلبا أو إيجابيا وعنصر يساعد الإدارة في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتصحيح السلبية وتنمية وتطوير الجوانب الإيجابية لأداء الافراد في المنظمة ؛ فعلمية تقييم الأداء يتم بموجبها قياس أداء الفرد طبقا للمهام والواجبات بالوظيفة التي يشغلها ؛ وذلك وفق الإنجاز الفعلي وسلوكه وأداءه ومدى استعداده لتحسين وتطوير وإنجازه للعمل المكلف به ؛ حيث أن دراسة وتحليل أداء العاملين لعملهم وملاحظة سلوكهم وتصرفاتهم أثناء العمل ذلك للحكم علي مدى نجاحهم ومستوى كفاءتهم في القيام بأعمالهم الحالية .

هناك مفهوم آخر لقياس الأداء باعتباره تقييم للفرد العامل وليس للوظيفة التي يشغلها وعليه يكون المقصود بتقييم الأداء ترتيب الافراد تنازليا أو تصاعديا حسب قدراتهم وخبراتهم وعاداتهم الشخصية (نجيب؛ ٢٠٠٥).

أهداف تقييم الأداء

يشمل الهدف العام من تقييم الأداء في التأكد من أن الأداء الفعلي يتم وفقا للخطة الموضوعية؛ وهناك أهداف أخرى لعملية تقييم الأداء وضحاها أبو قمر؛ (٢٠٠٩) فيما يلي: -

١ - تخفيض معدل مخاطر الأخطاء عند وضع الخطط

- ٢ - تحديد مراحل التنفيذ ومتابعة التقدم في الخطط والاستراتيجيات
 - ٣ - توجيه الجهود اللازمة لتنفيذ الخطط
 - ٤ - الوقوف على مستوى إنجازات المؤسسة ومقارنتها بأهدافها المسطرة
 - ٥ - الكشف عن مواطن الضعف والخلل في نشاط المنشأة وإجراء تحليل شامل لها؛ بهدف وضع الحلول المناسبة لها وتصحيحها
 - ٦ - الوقوف على مدى كفاءة استخدام الموارد المتاحة بطريقة رشيدة
- طرق تقييم الأداء والاتجاهات الحديثة لتقييم الأداء**

تعتبر عملية تقييم الأداء عملية حيوية وحساسة بالنسبة للمؤسسة؛ فهي الأساس التي تركز عليها معظم الخطط والقرارات التي تتخذها؛ لذلك فنتائج عمليات التقييم الدورية يجب أن تكون على قدر عالٍ من الدقة والمصداقية من أجل تجنب الوقوع في مطبات القرارات الخاطئة؛ وعلى هذا فإن المؤسسات تعتمد على أكثر من طريقة في عمليات التقييم من أجل تعزيز دقة النتائج والمعلومات المحصل عليها. (Evans, 1998)

أولاً: الطرق التقليدية: - وتضم عدة طرق أهمها

١ - طريقة التدرج البياني: -

تعتبر هذه الطريقة من أقدم الطرق وابطسطها وأكثرها شيوعاً؛ ويقاس أداء الموظف في هذه الطريقة وفق معايير محددته مثل (نوعية الأداء؛ كمية الأداء؛ التعاون؛ الحضور في المواعيد) حيث يتم استخدام مقياس متدرج الدرجات لكل صفة أو عنصر من عناصر التقييم يبدأ هذا المقياس مثلاً بالقيمة ٠ كأدنى درجه في التقييم وينتهي بالقيمة ٢٠ كأعلى قيمة. (سلطان، ٢٠٠٣)

٢ - طريقة الترتيب: -

تقوم هذه الطريقة بمقارنة الافراد الخاضعين للتقييم بعضهم ببعض في الكفاءة العامة في الأداء؛ حيث يتم ترتيب الافراد تصاعدياً أو تنازلياً حسب أحسنهم وأقلهم كفاءة (زويلف، ٢٠٠٣)

وتتميز هذه الطريقة بالبساطة وسهولة التطبيق؛ إلا أن طريقة الترتيب يصعب تطبيقها كلما زاد عدد الموظفين ونجد من الناحية العملية أن الترتيب يتم وفقا لكفاءة الموظف في عمله كما أن هذا الترتيب يتم وفقا للأداء الشامل للموظف؛ ويلاحظ أن أفضل الموظفين هو الذي يحصل على اقل مجموع (محمد؛ ٢٠٠٤)

٣- طريقة التوزيع الإجباري: -

يتم في هذه الطريقة وضع بعض القيود على حرية المقيم في توزيع العاملين وتقدير أدائهم وعلى هذا فإن على المقيم أن يقوم بتوزيع العاملين الذين يقوم بتقييم أدائهم بالشكل الذي يركز على فكرة التوزيع الطبيعي. (عبد المحسن؛ ١٩٩٩)

ويرى شاويش (١٩٩٦) أنه وبالرغم من أن هذه الطريقة تضع أساسا محددًا لعملية تقييم الأداء وتحد من التساهل والتشدد في قياس الأداء إلا أنها لا تصلح في كل الأحوال وبالذات أن كان عدد الموظفين قليل وكفاءتهم عالية؛ كما أنها تغيب عنها المعيارية للتقييم؛ وقد يظلم بعض الأفراد بوضعهم في تقدير اقل.

٤ - طريقة المقارنة بين العاملين: -

يتم في هذه الطريقة تقسيم جميع العاملين في إدارة واحدة الي ازواج بحيث يتم وضع كل موظف من مجموعة ما مع موظف من مجموعة أخرى وتستخدم المعادلة التالية في تحديد عدد المجموعات الثنائية (ن - ١) / ٢ حيث ن عدد الموظفين المراد تقييمهم

تتميز هذه الطريقة بأنه إذا قام أكثر من شخص بعملية المقارنة ففي الغالب سوف يصلون الي نفس النتيجة تقريبا في حال اتبعت أي طريقة أخرى من طرق التقييم (سلمي؛ ١٩٨٥)

ويرى بلوط (٢٠٠٢) أن هذه الطريقة لا تقيس أداء محدد بل تركز على تحديد الأفضلية؛ وأنها لا تخضع للمعيارية مما يجعلها عرضة لتحديات قانونية.

٥ - طريقة الوقائع والأحداث الحرجة: -

يتم بموجب هذه الطريقة جمع أكبر عدد ممكن من الحوادث التي تؤثر في أداء الفرد لعملة؛ سواء من حيث نجاحه أو أخفاقه وتحدد قيمة كل حادث حسب أهميته للعمل وتبقى سرية لدى الإدارة ويطلب من المقيم ملاحظة أداء الفرد بشكل دقيق ليحدد أي من الوقائع تحدث خلال تأديته لعمله؛ ثم تقوم إدارة القوى العاملة بتحديد كفاءة الموظف؛ هذه الطريقة تقضي نوعاً ما على عملية التحيز الشخصي في عملية تقييم الأداء. (بلوم؛ ٢٠١٢)

ثانياً الطرق الحديثة لتقييم أداء العاملين: -

١ - طريقة الإدارة بالأهداف: -

هذه الطريقة تقيس الأداء وتقييمه عن طريق المقارنة بين الأهداف الموضوعية والمسطرة من قبل المنظمة للفرد من أجل إنجازها مع ما أنجز فعلاً.

الإدارة بالأهداف هي نظام شمولي للإدارة يعتمد على أهداف قابلة للقياس تحدد بالتعاون والمشاركة بين كافة المستويات الإدارية، تهدف من خلالها المنظمة إلى زيادة مشاركة المرؤوسين في وضع الأهداف التي يقومون بتحقيقها، واتخاذ القرارات الملائمة لذلك، وهي تستخدم كأسلوب لقياس وتقييم الأداء، وتوقف درجة التقييم على كيفية الإنجاز ودرجة تحقق الأهداف الموضوعية مسبقاً. (نصر الله، ٢٠٠٠)

٢ - طريقة مراكز التقييم: -

تسعى هذه الطريقة الي قياس مهارات وصفات معينة مثل التخطيط والتنظيم والعلاقات الإنسانية؛ بتحديد مقاييس معينة لهذه الصفات على الرغم من صعوبة تحديدها وتستخدم هذه الطريقة لتقييم مدراء مختلف المستويات الإدارية؛ وبصورة خاصة الافراد المرشحين للإدارة العليا (وسيله؛ ٢٠٠٤)

وقال بويرطح (٢٠١٢) عن هذه الطريقة أنه يتم فيها قياس مهارات وصفات سلوكية للعامل وذلك بوضع هذه الصفات في ضوء تحديد الأهداف من تحليل

العمل؛ وتساعد هذه الطريقة في وضع خطط للتنمية الإدارية للأفراد؛ إلا أنها يعاب عليها بتكلفة عالية وصعوبة وضع معايير دقيقة للمهارات والسلوكيات كذلك نتائج التقييم تؤثر على العامل نظرا لتركيزها على سلوكياته ومهاراته بدلا من نتائج عمله.

٣ - طريقة التقرير المكتوب: -

في هذه الطريقة يقوم المشرف أو الرئيس بإعداد تقرير مكتوب عن الموظف يصف فيه (أداء الموظف - سلوكه خلال فترة التقييم - جوانب القوة والضعف - إمكانية التقدم الوظيفي والترقية لهذا الموظف)

أشار أيضا الكبيسي (٢٠٠٥) إلى أن هذه الطريقة تعتمد على الرأي الشخصي للمشرف والذي يقوم بكتابة تقارير يعبر فيها عن رأيه الشخصي في كل موظف وذلك بشرح نقاط الضعف والقوة والتحدث عن سلوكيات ومواصفات الموظف ومستوى أدائه وغير ذلك مما يتطلب تقرير المقيم الذي يجب أن يقدمه في نهاية كل فترة تقييم؛ والذي يعتمد أثناء كتابته على ذاكرته فقط وليس على الاجندات وسجلات الأداء وغير ذلك من المصادر.

٤ - طريقة ٣٦٠ درجة في تقييم الأداء: -

من الطرق الحديثة في تقييم أداء الموظفين هو اعتماد طريقة ٣٦٠ درجة وهي أن يقيم الموظف استنادا على تقييم من حوله؛ كأن يقيم من مديره وممن يديرهم ومن الموظفين الذين في نفس مستواه الوظيفي؛ وربما من العملاء الذين يتعاملون معه وبعدها يتم احتساب المتوسط الحسابي لهذه التقييمات. هذا النوع من التقييم سيحقق للموظف تقييما عادلا وصادقا؛ وسيعرف الموظف كيف ينظر إليه الآخرون وبالتالي يسمح له بإعادة دراسة سلوكياته تجاههم. وبالنهاية يمكن لمديره اكتشاف جوانب الخلل والقصور الحقيقية لديه ويحاول تلافيا؛ ويوجهه الي التدريب المناسب؛ ويجب أن نعرف أن الجانب الأكثر تحديا لتقييم ٣٦٠ درجة هو السرية عند تنفيذ هذا

النوع من التقييم؛ فمن الأفضل إعطاء ضمانات للموظفين أن ما يتم من معلومات ستظل سرية للغاية وذلك لتضمن الإدارة الدقة في النتائج. (الأشقر؛ ٢٠١٥)

فوائد عملية تقييم الأداء

تعتبر عملية تقييم الأداء إحدى سياسات المنشأة التي لا غنى عنها؛ نظرا للفوائد التي تعود من وراء تطبيقها على أسس سلمية تتوافر فيها الموضوعية قدر الإمكان وبعبارة عن التحيز والمحسوبية (زويلف؛ ١٩٩٨)

١ - رفع الروح المعنوية للعاملين

٢ - إشعار العاملين بمسئولياتهم

٣ - وسيلة لضمان عدالة المعاملة

٤ - تقييم سياسات الاختيار والتدريب

عناصر عملية تقييم الأداء

سبق التنويه الي أن تقييم الأداء يهتم بقياس العمل ومدى تحقيق العاملين للمستويات والنتائج المطلوبة من خلال طرق عملية تلتزم بها إدارة المنظمة لقياس الأداء بشكل مستمر يغطي كافة جوانب العمل؛ مستخدمه في ذلك أدوات خاصة لقياس الأداء مصممة لهذا الغرض تقوم بتجميع بيانات حقيقية ودقيقة عن الأداء. ويرى عبد البر؛ (١٩٨٣) أن الآراء تتباين في عدد هذه العناصر التي يفترض استخدامها في التقييم فالبعض يوصى بالتقليل منها والبعض الآخر يرى الأكثر منها.

إلا أنه يمكن القول بوجود أن تكون هذه العناصر معرفة تعريف دقيقا بحيث لا تخضع للتفسير والاختلاف من ذات المقيم نفسه من فترة لفترة؛ أو من مقيم لآخر؛ ويجب أن تكون مرتبطة بالأداء نفسه؛ ومرتبطة بالصفات الشخصية للموظف مثل المظهر والعلاقات مع الآخرين؛ وينبغي أيضا أن يتم التركيز على العناصر المرتبطة بالأداء أكثر من العناصر المرتبطة بالصفات الشخصية (الضلعان؛ ١٩٩٥)

باعتبار عملية تقييم الأداء نظام فهو يتركب من عناصر تعبر عنه وتفسره وتمثل هذه العناصر في الخطوات الممارسة التطبيقية السليمة لهذه العملية.

خطوات عملية تقييم الأداء

تعد عملية تقييم الأداء عملية معقدة تتداخل فيها الكثير من العوامل لكونها تنصب على تقييم أداء العنصر البشري؛ لذا كان الزاماً على القائمين بها أن يتبعوا خطوات منطقية مخطط لها مسبقاً؛ لكي يحقق تقييم الأداء أهدافه؛ وأختلف الباحثون في تحديد تلك الخطوات. (ماهر؛ ٢٠٠٦)

أن عملية تقييم الأداء تبدأ بتحديد معايير الأداء ومن ثم مناقشة التوقعات في الأداء مع العاملين؛ وبعد ذلك قياس الأداء الفعلي ومقارنته بالمعايير الموضوعية؛ وبعد ذلك يتم مناقشة التقييم مع العاملين لاتخاذ الإجراءات الصحيحة إن لزم الأمر.

١ - تحديد العمل المطلوب

٢ - تحديد معايير تقييم الأداء

٣ - تحديد مصادر جمع البيانات الخاصة بالتقييم

٤ - تنفيذ التقييم

٥ - تحليل ومناقشة تقارير قياس الأداء

٦ - إجراء التظلم

٧ - وضع توقعات الأداء

٨ - مراقبة التقدم في الأداء

علاقة تقييم الأداء برضا العملاء

رضا العملاء هو مقياس لمدى المنتجات والخدمات التي تقدمها المنشأة لتحقيق توقعات الزبون؛ وينظر إليه على أنه مؤشر الأداء الرئيسي داخل قطاع الأعمال حيث أصبحت المنشآت تتنافس على العملاء وكيفية رضاهم؛ ويرتبط تقييم الأداء برضا العملاء ارتباط وثيق حيث أنه كما يهتم تقييم الأداء بتحقيق أهداف المؤسسة يعمل أيضاً على عملية إرضاء العملاء، التوجيه بالعمل بمعرفة حاجاته وتوقعاته فإن تقييم

الأداء يقوم على أساس ملاحظة العميل لخصائص الخدمة المقدمة إليه ومدى إدراكه لأدائها الفعلي؛ إن حكم العميل بدرجة التميز والتفوق المنسوبة الي جوهر وخاصية الخدمة المقدمة له بمقياس مدى رضاه على أداء من قائم بهذه الخدمة لذلك تعمل المنشآت على عملية تقييم الأداء حتى تقيس مدى رضاء العميل عن الخدمة والمؤسسة .

عوامل نجاح نظام تقييم الأداء

إن نجاح نظام تقييم الأداء يتطلب توفر عدة عوامل أهمها:

١ - تحديد معايير الأداء:

إن وجود معايير أداء معروفة ومحددة وواضحة ومنطقية لجميع الوظائف من خلال وجود وتطبيق سياسة موحدة للتقييم والتي تعكس أسس ومقومات التقييم الفاعلة والمعلومات لدى الموظفين بحسب أهميتها وتحقيقه لمبدأ العدالة والمساواة وتعتبر شرطاً لنجاح عملية التقييم (عبد الباقي؛ ٢٠٠٤)

٢ - كفاءة نماذج تقييم الأداء الوظيفي:

ينبغي أن تكون نماذج تقييم الأداء واضحة ودقيقة بحيث يتضمن النموذج إرشادات لكيفية التعبئة وتعريفات دقيقة لعناصر التقييم؛ بالإضافة الي اشتماله على جميع العناصر الضرورية للتقييم وصياغة عباراته والفاظه بلغة واضحة ومفهومة؛ كما أن حسن الطباعة في النماذج من الضروريات اللازمة لذلك بالإضافة الي استخدام نماذج متعددة من التقييم حسب الوظائف (عبد الباقي؛ ٢٠٠٤)

٣ - مشاركة الرئيس والمرؤوس:

من المعلوم أنه كلما زاد عدد المشاركين من العاملين في تصميم وتقييم الأداء كلما تحقق الرضا لدى العاملين وكلما زاد التزام العاملين بالمعايير وقبولهم لها؛ وتتطلب المشاركة من المشرف اتخاذ موقف المرشد المحفز للعامل وليس المتسلط والمنتحيز (نصر الله؛ ٢٠٠٥)

المبحث الثاني : رضا العملاء في صناعة الفنادق

تعريف رضا العملاء وخصائصه

مفهوم رضا العملاء: -

تسعى أي منظمة إنتاجية كانت أم خدمية الي تحقيق رضا الزبون ذلك لأنها وجدت أصلا من تلبية حاجاته ورغباته من خلال تقديمها للمنتجات والخدمات؛ وجوهر عمل المنظمة هو الزبون فمن دونه لن تكون هناك منظمة قائمه وهذا ما يدفعها الي أن تجعل عملياتها وخدماتها التشغيلية باتجاه تحقيق رضا العميل (James- Edwrad؛ ٢٠٠٣)

يعتبر الرضا المحور الأساسي ونقطة الارتكاز في التخطيط للأنشطة التسويقية لجميع المؤسسات الناجحة على اختلاف أنواعها؛ ويعرف رضا العميل علي أنه: -

مشاعر العميل بالفرح أو الاستياء بعد حصوله على المنتج أو الخدمة؛ الناجمة عن المقارنة بين الأداء الفعلي للمنتج والتوقعات التي يحملها العميل (الطائي؛ ٢٠٠٨) وتتمثل خصائص الرضا في التالي: -

١ - الرضا ذاتي: -

يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين هما طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والادراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى؛ فنظرة العميل هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع الرضا؛ فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية فهو يحكم على الخدمة من خلال ما يتوقعه من هذه الخدمة؛ فالعميل الذي يرى بأن الخدمة المقدمة بأنها أحسن من الخدمات المنافسة يراها عميل آخر بأنها اقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق؛ ومن هنا تظهر أهمية الانتقال من النظرة الداخلية التي تركز على (الجودة والمطابقة) الي النظرة الخارجية التي تعتمد على (الجودة والرضا) فالمؤسسة يجب أن

لا تقدم خدمات وفق مواصفات ومعايير محددة وإنما تنتج وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل . (Daniel؛ ٢٠٠١)

٢ - الرضاء نسبي: -

لا يتعلق الرضاء هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق؛ فبرغم من أن الرضاء ذاتي إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع؛ ففي حالة عميلين يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماما لان توقعاتهم الأساسية نحو الخدمة مختلفة؛ وهذا ما يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة فالمهم ليس أن تكون الأحسن ولكن يجب أن تكون الأكثر توافقا مع توقعات العملاء .

٣ - الرضاء تطوري: -

يتغير رضاء العميل من خلال تطوير هاذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة؛ ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى؛ فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة؛ وذلك بسبب زيادة المنافسة؛ ونفس الشيء بالنسبة لأدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضا تطورا خلال عملية تقديم الخدمة (Daniel؛ ٢٠٠١)

أهمية رضا العملاء

إن جميع المنظمات تسعى الي تلبية الاحتياجات والرغبات للمستهلكين ؛ فضلا عن التعرف الي مستوى الرضاء الذي تحققه لهم ؛ لأنه يعتبر مفتاح نجاحها واستمرارها في السوق ؛ لذلك فإن المنظمات الفندقية كباقي المنظمات في عصر تسوده المنافسة الشديدة ؛ ومن هنا تسعى المنظمات الفندقية الي الصمود بوجه المنافسة والي كسب الزبائن من خلال تحقيق الرضاء لهم ؛ وجعلهم موالين لها وذلك من خلال تكثيف الجهود لتلبية ما يتوقع الضيوف الحصول اليه وفي نفس الوقت تكثف الجهود لقياس الرضاء والتعرف عليه ؛ وعلى العوامل المؤثرة فيه بهدف تقديم الخدمات بالمستوى المطلوب . (مشعل؛ ٢٠١٥)

- وأن التعرف الي الرضا وتحقيقه للضيوف سيمكن الفنادق من التعرف الي ما يلي:
- ١ - أداء الفندق وجودة الخدمات المقدمة.
 - ٢ - إمكانية الفندق في البقاء.
 - ٣ - قدرة الفندق في كسب ضيوف جدد.
 - ٤ - إمكانية الفندق من الحفاظ على الضيوف الحاليين.
 - ٥ - تمكن الفندق من زيادة الحصة التسويقية.
 - ٦ - تمكن الفندق من الصمود في وجه المنافسة.
 - ٧ - تميز الفندق في تقديم الخدمات.
 - ٨ - تعميق علاقة الفندق مع الضيوف.
 - ٩ - تشجيع الآخرين على التعامل مع الفندق.

محددات رضا العملاء

رضا العميل هو الفجوة بين توقعات العميل والأداء بعد استهلاك السلع والخدمات حيث تتعدد المحددات وتختلف باختلاف المنتج بين سلعه وخدمة؛ وبين طبيعة الزبائن والعوامل المؤثرة فيهم.

وسوف يتم التطرق الي أهم محددات رضا العميل:

- ١ - التوقع:
- ٢ - الأداء المدرك:
- ٣ - المطابقة:

السلوكيات الناجمة عن رضا وعدم رضا العملاء

إن الرضا الكلي هو عبارة عن مشاعر الزبون بالفرح أو الاستياء بعد الحصول على الخدمة والناجمة عن المقارنة بين الأداء الفعلي لها والتوقعات التي يحصلها؛ هذه المشاعر تترجم في شكل سلوكيات ينتجها الزبون ليعبر عن مستوى رضاه عن الخدمة؛ يقوم الزبون بمجموعة من السلوكيات المختلفة التي تعكس مدى رضاه او عدم رضاه عن الخدمة المقدمة.

أولاً: - السلوكيات الناجمة عن حالة الرضا

- يعبر الزبون عن رضاه عن الخدمة المقدمة له بسلوكيات نابغة من إيمانه بقدره المؤسسة على تلبية طلباته لعل أهم هذه السلوكيات: - (نجدود؛ ٢٠٠٦)
- ١ - الرغبة في تكرار الشراء: -
 - ٢ - الاتصالات المباشرة والتحدث بكلام إيجابي: -
 - ٣ - سلوك الولاء: -

ثانياً: - السلوكيات الناجمة عن حالة عدم الرضا

- ان حالة عدم الرضا على أنها الفجوة بين المزيج المثالي لخصائص معينة والمزيج الفعلي لها.
- وتتولد عن حالة عدم الرضا جملة من السلوكيات أهمها: -
- ١ - التحول الي المنافسين: -
 - ٢ - سلوك الشكاوى: -
 - ٣ - غياب رد الفعل: -

قياس درجة رضا العملاء

يعتبر قياس أداء المؤسسة الفندقية بالنسبة للعملاء شيء أساسي ومعين؛ وذلك لأن تقييم العامل الواحد يختلف من زبون الي آخر؛ فهو تلك الجهود المنهجية التي تقوم بها المؤسسة للوقوف على مدى رضا زبائنهم عما تقدمه من خدمات لهم. (الخنساء؛ ٢٠٠٦)

الإدارة الفندقية ورضا العملاء

تعد مسألة رضا العميل ضرورة حتمية في نطاق عمل الفنادق وبقية القطاعات الخدمية الأخرى اذ يتطلب من مدراء الفنادق التركيز على هذا التوجه في مجالات عملهم من خلال تفحص رضا العميل قبل دخوله الفندق وبالتعرف على فعالية منافذ الاتصال الخارجي مع الضيوف ومدى الاستجابة العاطفية له باستخدام وسائل ترويجية مؤثرة وكذلك عندما يقوم العميل بالاتصال للاستفسار او للحجز المبدئي؛

إذ إن نقطة الاتصال الأولى تشكل جزءاً من التصور والانطباع عن خدمات الفندق وهذا الانطباع يولد توقعات وإدراكات لدى الضيوف عن مستوى الخدمة المقدمة ويحدد بعد ذلك عامل الاختيار .

المبحث الثالث :- الترفيه في الفنادق

مفهوم الترفيه في الفنادق

يذكر كمال درويش وأمين الخولي، (٢٠٠٩) نقلاً عن المعاجم اللغوية أن الأصل لكلمة الترفيه Recreation هو أنه كلمة مركبة من جزئين Re بمعنى إعادة Creation بمعنى خلق أي أن المعنى الإجمالي للكلمة هو إعادة الخلق وهو معنى مجازي يقصد به التجديد والانتعاش كنواتج لممارسة الترويح .

المعنى الاصطلاحي للترفيه :

يعرف محمد خطاب، (٢٠٠٨) الترفيه بأنه "التسرية عن النفس عند بعض الناس وهو الرياضة أو النشاط البدني عند البعض الآخر وهناك من يعرفه على أنه التسلية أو التغيير" .

بينما يرى حلمي إبراهيم، (٢٠١٣) بأنه "النشاط البناء الذي يقوم به الفرد في وقت فراغه لذاته وليس لكسب مادي سواء كان هذا النشاط جسمانياً أو عقلياً أو اجتماعياً أو فنياً" .

خصائص وأهمية وأهداف الترفيه

خصائص الترفيه : (الحماحي وآخرون، ٢٠٠٦)

للترويح خصائص تميزه عن غيره من النشاطات الأخرى تتضح فيما يلي :

- ١- نشاط بناء: وذلك يعني أن الترويح يعد نشاطاً هادفاً فهو يساهم في تنمية وتطوير شخصية الفرد من خلال المشاركة في ممارسة نشاطات مختلفة.
- ٢- اختياري: حيث يختار الفرد نشاطه وفقاً لرغبته ودوافعه، وذلك لا يعني إغفال التوجيه التربوي نحو إرشاد الفرد لممارسة نوع النشاط يتفق وميوله، ودوافعه، حاجاته، استعداداته، قدراته ومستوى نضجه.

٣- حالة سارة: أي أن الترفيه يجلب السرور والمرح والسعادة في نفوس النزلاء بالفندق نتيجة للتعبير عن الذات والإبداع في النشاط مع مراعاة عدم الإضرار بمشاعر للغير.

٤- يتم في وقت الفراغ: فالترفيه عن الذات يتم في الوقت الذي يتحرر فيه الفرد من قيود العمل أو من أية ارتباطات أو واجبات والتزامات أخرى.

أهداف النشاط الترفيهي :

لكل برنامج ترفيهي أهداف محددة يحاول بلوغها من خلال تنفيذ وإدارته وذلك حتى تتحقق الفائدة المرجوة من إعداده ولذلك ينبغي تحديد هذه الأهداف والأغراض لأن تحديدها بوضوح يساعد على بناء الجوانب المختلفة للبرنامج إلى الطريق الذي يجب أن نسلكه لتحقيق الغاية منه.

أن الهدف من الترفيه هو السعادة وأن هناك بعض الأحاسيس والمشاعر التي يكتسبها الفرد من خلال ممارسته للأنشطة الترفيهية وتتمثل في الشعور بالسعادة عند الابتكار والإبداع، الانتماء، السعادة بالألفة والإخوة والصدقة، السعادة عند المخاطرة وممارسة خبرات جديدة، الإنجاز والتمتع بصحة جيدة، السعادة عند ممارسة خبرات عاطفية، استخدام القدرات العقلية، تذوق الجمال، الاسترخاء والسعادة عند خدمة الآخرين.

والترفيه يساهم في تربية الحياة الحديثة عن طريق تحقيق الحاجات الإنسانية الأساسية للتعبير الخلاق عن النفس والمساعدة على التحرر من الضغط والتوتر العصبي للحياة الحديثة بالإضافة إلى توفير طريق ممتع لحياة شخصية وعائلية زاخرة وتنمية المواطنة الجيدة ودعم الديمقراطية.

أهداف الخدمات الترويحية

أهداف الترفيه له وظائف أساسية للإنسان أهمها الإعداد للحياة المستقبلية وتحقيق التوازن بين قواه المختلفة و لذلك فقد اهتمت الدول باستثمار وقت الفراغ في تنمية الأفراد من جميع الجوانب، والمشاركة في الأنشطة الترويحية تتيح قدرا كبيرا

من الخبرات والقيم الاجتماعية والنفسية والجمالية التي تثرى حياة الفرد وتمده بوسائل وأساليب التكيف مع نفسه ومجتمعه.

وتهدف الخدمات الترفيهية الاستفادة من وقت الفراغ للفرد بما يعود عليه بالخير ويجنبه الشر والمفاسد، فكثير من الأفراد يسيء شغل وقت فراغه إلى أقصى حد ويضيع هذا الوقت في مجالات تؤثر على راحته وصحته وبالتالي على كفاءته وطاقته الإنتاجية، كما أن هذا الاستغلال السيئ لوقت الفراغ يؤدي إلى التأثير على دخل الفرد وبالتالي على أسرته وبيئته.

وتختلف أهداف الخدمات الترفيهية باختلاف المجتمعات حيث تنظر إليها المجتمعات على أنها حق مجرد من حقوق الإنسان وبغض النظر عما يقدمه الترويح من عائد بالنسبة لمقدميه.

في حين تنظر بعض المجتمعات الأخرى إلى الخدمات الترفيهية باعتبارها وسيلة لخدمة مطالب المجتمع وأهدافه وتلبية احتياجاته وحل مشكلاته، بحيث لا يكون الترويح بمعزل عن هذه المطالب والاحتياجات والمشكلات، الأمر الذي يتطلب توجيه الأفراد إلى أنواع النشاطات الترفيهية التي تخدم أهداف المجتمع وتعمل على تطويره وتقديمه مما يترتب عليه أن يكون مضمون الترويح نابعا من احتياجات المجتمع ومطالبه، وهناك فئة ثالثة من المجتمعات تشتق نظرتها إلى الخدمات الترويحية من كلا الاتجاهين السابقين، فهي من جهة حق إنساني من حقوق أفراد الشعوب ومن جهة أخرى وسيلة لخدمة المجتمع ورفع كفاءة الأفراد وتحقيق الزيادة في معدلات التنمية. (السمنودي، ٢٠١٤)

الرضا عن الخدمات الترفيهية في الفنادق

❖ مفهوم الرضا

الرضا يمثل سلوكاً عاطفياً فهو يتأثر بالتغيرات في الحالة المزاجية والعاطفية العامة للفرد، ويؤثر فيها أيضاً، ولأنه كذلك فهو لا يحكمه بالضرورة العمليات النفسية التي تحكم السلوك الرشيد حيث إن الرضا هو نوع من التوجه

العاطفي الوجداني نحو خبرات معينة، هذا التوجه مثلما تحكمه جوانب اللذة والمتعة التي ولدتها هذه الخبرات، فالتوجه العاطفي المتمثل في الرضا يؤثر فيه قيمه الحوافز أو العوائد المرتبطة بالخبرات السابقة. ونظراً لأن الخبرات تتغير بتغير الأحداث والوقائع وتتغير طموحات الفرد وحاجاته ومدركاته، فهي لذلك لا تستقر في مستوى ثابت، معنى هذا أن الرضا متغير حركي يتغير بتغير الخبرات التي يتلقاها الفرد ويتغير خصائص الذاتية، وفضلاً على هذا وبحكم أن مشاعر الرضا مشاعر عاطفية لا رشيدة فهي تمر بعمليات تشويه فليس كل ما يمر به الفرد من خبرات وجدانية يتبقى في ذاكرته وليس كل ما ينتقى ويستبقى في ذاكرته يتم أعزاه أو نسيانه أي السبب الحقيقي المباشر المولد لهذه الخبرات وذلك وفور ما أسفرت عنه بموت نظرية الأعزاء ليس كل ما يتبلور في وعى الفرد من توجيهات عاطفية أو أحكام قيمة يجرى نتاجاً مقابلاً ومطابقاً لمجموع الخبرات المتعلقة بها هذه الأحكام.

العلاقة بين جودة الخدمات الترفيهية ورضا العملاء بالفنادق

إن مفهوم جودة الخدمة يلزمه ويلاصقه مفهوم آخر هو مفهوم رضا الضيوف ، حيث أن رضا النزلاء يعتبر أحد أهداف بل أحد أهم أهداف الفنادق حيث تريد تقديم خدمة ذات جودة عالية. والجودة من وجهة نظر الضيف تعنى ما يريده من خدمات تطابق حاجاته وتوقعاته بتكلفة مناسبة.

ويمكن تعريف جودة الخدمة من ناحية الامتياز والتميز بأنها " حكم المشاهدين أو المشاركين على كيفية أداء و تميز الخدمة ومكوناتها " و كلما اقترب إدراك المشاهد أو المشارك من الامتياز، كلما ارتفع تقييمه لجودة الخدمة . (Curry, A., & Herbert, D ١٩٩٨)

ورضا الضيوف يمكن تعريفه من ناحية تحقيق الخدمة الممتعة أنه عبارة عن " حكم و معرفة أن الخدمة الترفيهية أو مكوناتها قد أثبتت أنها ذات مستوى ممتع من الاستهلاك و مرتبط بتحقيق إنجازات معينة " ، فكلما زادت درجة تحقيق المتعة كلما زاد رضا الضيف.

مهام ومسؤوليات العاملين بقسم الترفيه داخل الفنادق

اولا الانيميشن (Animation)

يحتوي هذا القسم من الداخل على :

- ١- مدير الانيميشن (Animation Manager) :- وهو الشخص المسئول عن مجموعة العاملين الذين بالقسم وهم ما يطلق عليهم فريق الانيميشن ، ويقوم بتوزيع العمل عليهم ، والتحكم في الجنسيات التي تعمل تحته ، وتقع على مسئولياته الاهتمام بالضيوف والعمل على راحتهم وحل جميع مشاكلهم ، كما يشارك مع مساعديه في وضع البرامج التي تنفذ بالقسم.
- ٢- مساعد مدير الانيميشن (Assistant Manager) : - وهو يقوم بمساعدة المدير في اعماله كما يقع عليه مساعدة المدير في اختيار الموظفين الجدد ، وعليه الاهتمام بالضيوف وعدم حدوث مشاكل بين الموظفين والضيوف ، كما يتابع عمل الحفلات الصباحية والمسائية ، ومتابعة جميع اعمال الموظفين ومراقبتهم حتى لا تحدث مشكلة.
- ٣- العاملين بالانيميشن (Employees) : - وهم العاملين المديرين الذين يقومون بأعمال ترفيهية للضيوف ، ويقومون باستقبال النزلاء ، وتقديم وسائل الراحة لهم ، واغلب العاملين بهذا المجال هم من الاجانب ، حيث يشترط ارتداء ملابس معينة ، ان اول من نشر هذه المهنة هم من الفتيات الايطاليات ، ثم دخلت الروسيات على هذا الخط ، وتقع على عاتق هؤلاء الموظفين راحة العملاء وتقديم اوجه النشاطات المختلفة مثل الحفلات الليلية وحفلات السمر ، والالعاب المختلفة ، والرقص الشرقي.

الكيدز كلوب (Kids club)

وهو المسئول عن عمل برامج ترفيهية للأطفال المتواجدين في الفندق ، وتصمم حفلات وبرامج خصيصة للأطفال ويكونوا تحت رعاية موظفين في الكيدز كلوب ، وغالبا ما تكون الحفلات من الساعة الثامنة مساء حتى التاسعة مساء . ويكون هؤلاء

الموظفين تابعين لمدير الانيميشن وتحت مسؤوليته ، لان الكيدز كلوب مثله مثل الانيميشن ولكن هذا للأطفال الصغار داخل الفندق.

ثانياً Recreation :-

يحتوي هذا القسم من الداخل على

١- Recreation Manager : وهو الشخص المسئول عن مجموعة من الموظفين داخل قسم يسمى Recreation ، والذي يقوم بمتابعة الاعمال داخل القسم ومتابعة الموظفين ، وحل مشاكل النزلاء.

٢ - Assistant RE_ Manager : يقوم بمساعدة المدير في اعماله ، من خلال وضع الخطط والبرامج الخاصة بالأعمال الموكلة للموظفين ، مساعدة المدير في حل مشاكل النزلاء.

٣- Senior supervisor : يأتي في الترتيب بعد مساعد المدير ، ويقوم بأعمال مساعد المدير في حالة غيابه.

٤ - Supervisor : يقوم بمتابعة الاعمال ، ويشرف على الموظفين ، والتأكد من قيامهم بالأعمال الموكلة لهم ، كما يقوم بكتابة تقارير العمل وتسليمها لمساعد المدير.

٥- Chief Leader : وهو مشرف الوردية ، والذي يقوم بمتابعة الاعمال والاشراف على الموظفين داخل الوردية.

٦- Employees (العاملين) :

● موظف بالنادي الصحي : النادي الصحي داخل الفنادق والذي يوفر احدث الاجهزة الصحية مثل اجهزة القلب ، والاوعية الدموية ، بالإضافة الي الاشياء الاخرى مثل الساونا وحمّام البخار ، بالإضافة الي ملاعب السكواش ، وصالات البلياردو ، وتكون هذه تحت موظفين يقومون بأعمال الحجوزات للنزلاء ، ومراقبة الالعب .

- **Beach Worker** عامل الشاطئ : وهو عامل يكون على شاطئ البحر الخاص بالفندق ، ويقوم بعمل مثل الاحتفاظ بالفوط الخاصة بالشاطئ ، كما يقوم بمراقبة النزلاء ، وفتح الشمسيات للنزلاء ، وتوفير الكراسي وسراير البحر .
- **Pool Worker** عامل حمام السباحة : وهو الشخص المسئول عن متطلبات حمام السباحة وعمله مثل عمل موظف الشاطئ.
- **لايف جارد (منقذ حمام السباحة)** : وهو الشخص الذي تقع على عاتقه حماية النزلاء من الغرق ، وعليه مراقبة جميع النزلاء دون حدوث مشكلات.
- **موظفين الالعاب الرياضية** : وهم عاملين داخل الصالات الرياضية ، ويقومون بالحجوزات للنزلاء ، ومتابعة الالعاب ، مثل العاب الجولف ، التنس ، وغيرها من الالعاب.

الفصل الثالث : الإطار المنهجي للدراسة

نوع الدراسة

تنتمي الدراسة إلى نمط الدراسات الكمية الوصفية لكونها أنسب أنواع الدراسات ملائمة لطبيعة موضوع الدراسة والتي تستهدف تقييم اداء العاملين بقسم الترفيه واثره على رضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ ، ذلك أن الدراسة الوصفية تضمن دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأفراد أو مجموعة من الأوضاع أو الأحداث وهنا تعتبر الدراسة الوصفية مناسبة لطبيعة الدراسة الحالية .

منهج الدراسة

اتباع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، لأهميته لمثل هذا النوع من الدراسات، وعليه فان هدف هذا المنهج لا يتوقف عند وصف الظاهرة أو المشكلة ولكن هدفه يتعدى ذلك الي وصف الظاهرة أو المشكلة وتفسيرها وتحليلها وتطويرها ومقارنتها بغيرها من الظواهر أو المشكلات للوصول إلي استنتاجات تسهم

في فهم واقع تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه، الذي يتناول دراسة الاحداث والظواهر والمتغيرات والممارسات كما هي، بحيث تتفاعل معها بالوصف والتحليل وذلك بهدف التعرف الي دور تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه واثره في رضا عملاء فنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ.

عينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من العاملين بقسم الترفيه، والعملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بمدينة شرم الشيخ، وبلغ عدد الفنادق في شرم الشيخ، (٤٢) فندق فئة الخمس نجوم وذلك ضمن تصنيف دليل الفنادق لعام ٢٠١٧ م بوزارة السياحة، حيث تم توزيع استمارات استبيان على مديري قسم الترفيه بفنادق عينة الدراسة حيث تم توزيع عدد (٢١٠) استمارة استبيان جاء منهم (١٩٠) استمارة صالحة، وعدد (٢٠) استمارة غير صالحة. وجاء توزيع استمارات العملاء على النحو التالي: تم توزيع عدد (٦٣٠) استمارة استبيان، جاء منهم (٤٦٢) استمارة استبيان صالحة، وعدد (١٦٨) استمارة استبيان غير صالحة.

أدوات الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية علي الأدوات التالية:

- استبيان تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه وأثره على رضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ من وجهة نظر العاملين من إعداد الباحث.
 - استبيان تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه وأثره على رضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ من وجهة نظر العملاء من إعداد الباحث.
- تحليل استمارة الاستبيان :

أولاً : عرض وتحليل الجداول والنتائج المترتبة بقياس أداء العاملين بقسم الترفيه

المحور الاول : يوضح مهارات تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه

م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	يعمل التقييم على خفض معدل مخاطر الأخطاء	٣٣	١١٧	٢٧	١٤	٠	٤.٨٩	٠.٧٦	٧٧.٨	٢
٢	يعمل التقييم على توجيه الجهود اللازمة لتنفيذ الخطط الموضوعة لقسم الترفيه	٧	٩٦	٥٦	٣٠	١	٣.٤١	٠.٨١	٦٨.٢	٧
٣	يعمل التقييم على كشف مواطن الضعف والخلل في نشاط الترفيه ، ووضع الحلول لهذه للأخطاء	٢٦	١١٢	٣٦	١٥	١	٣.٧٧	٠.٨	٧٥.٤	٤
٤	يعمل تقييم الأداء على اختيار العناصر البشرية المناسبة للعمل بقسم الترفيه	١	٧٢	٧٢	٤٣	٢	٣.١٤	٠.٨١	٦٢.٨	٨
٥	يتم استخدام الطرق الحديثة في عملية تقييم أداء العاملين بقسم الترفيه	٢	٦٥	٧٢	٥١	٠	٣.٠٩	٠.٨	٦١.٨	٩
٦	يعمل تقييم الأداء على رفع الروح المعنوية للعاملين بقسم الترفيه	٨	١١٥	٤٩	١٨	٠	٣.٥٩	٠.٧٢	٧١.٨	٥
٧	يعمل تقييم الأداء على إشعار العاملين بقسم الترفيه بمسئولياتهم تجاه العمل على رضا العملاء	١٠٥	٧٧	٦	٢	٠	٤.٥	٠.٦١	٩٠	١
٨	تقديم معلومات للعاملين بقسم الترفيه عن جودة	١٧	٨٤	٥٠	٣٩	٠	٣.٤٢	٠.٩١	٦٨.٤	٦

									وكفاءة اداؤهم والعمل على تطويره	
٣	٧٥.٨	٠.٦	٣.٧٩	٠	٤	٤٦	١٢٥	١٥	يعمل تقييم الاداء على تحديد الاعمال المطلوب تنفيذها وتوزيعها على العاملين بقسم الترفيه	٩
	٧٢.٤	٠.٨٧	٣.٦٢	٤	٢١٥	٤١٤	٨٦٣	٢١٤	المهارات	

اظهرت نتائج الجدول الذي يوضح مهارات تقييم اداء العاملين بقسم الترفيه تمثلت في الاتي : يعمل تقييم الاداء على اشعار العاملين بقسم الترفيه بمسئولياتهم تجاه العمل على رضا العملاء جاءت في الترتيب الاول بمتوسط مرجح قدره ٤.٥ وانحراف معياري ٠.٦١ وبنسبة ٩٠ % ، بينما جاءت ان التقييم يعمل على خفض معدل مخاطر الاخطاء في الترتيب الثاني بمتوسط مرجح قدره ٣.٨٩ وانحراف معياري ٠.٧٦ وبنسبة ٧٧.٨ % ، يليها يعمل تقييم الاداء على تحديد الاعمال المطلوب تنفيذها وتوزيعها على العاملين بقسم الترفيه جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط مرجح قدره ٣.٧٩ وانحراف معياري ٠.٦ وبنسبة ٧٥.٨ % ، ثم يعمل التقييم على كشف مواطن الضعف والخلل في نشاط الترفيه ، ووضع الحلول لهذه للأخطاء جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط مرجح قدره ٣.٧٧ وانحراف معياري ٠.٨ وبنسبة ٧٥.٤ % ، يليها يعمل تقييم الاداء على رفع الروح المعنوية للعاملين بقسم الترفيه جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط مرجح قدره ٣.٥٩ وانحراف معياري ٠.٧٢ وبنسبة ٧١.٨ %

المحور الثاني : يوضح المعرفة والخبرات الفنية لعاملي الترفيه

م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	امتلاك العاملون بقسم الترفيه بالخبرات الفنية المناسبة لعملهم	٠	٩٣	٧٤	٢٣	٠	٣.٢٧	٠.٦٩	٦٧.٤	٩
٢	تعتبر معايير تقييم الاداء امر ضروري لتعريف العاملين بمهامهم بقسم الترفيه ، كما تعمل على توجيه المديرين لتطوير الاداء	٢٥	١١٩	٣٧	٨	١	٣.٨٤	٠.٧٢	٧٦.٨	٦
٣	يساعد تقييم اداء العاملين بقسم الترفيه على زيادة رضا العملاء عن الخدمة الفندقية	٩٥	٨٨	٦	١	٠	٤.٤٦	٠.٥٩	٨٩.٢	٣
٤	الترفيه نشاط هادف يساهم في تنمية وتطوير شخصية الفرد من خلال المشاركة في نشاطات مختلفة	١٠١	٨٤	٥	٠	٠	٤.٥١	٠.٥٥	٩٠.٢	٢
٥	الترفيه داخل الفندق يكون اختياريا حيث يختار كل ضيف ما يناسبه من الالعب	٠	١١٠	٣٠	٥٠	٠	٣.٣٢	٠.٨٦	٦٦.٤	١٠
٦	يعمل الترفيه على جلب السرور والمرح في نفوس نزلاء الفندق	١٢٨	٦١	١	٠	٠	٤.٦٧	٠.٤٨	٩٣.٤	١

٧	يعمل الترفيه على تحقيق التوازن النفسي	٨٨	٩٨	٤	٠	٠	٤.٤٤	٠.٥٤	٨٨.٨	٤
٨	يهدف الترفيه الي السعادة وأن هناك بعض الأحاسيس والمشاعر التي يكتسبها الفرد من خلال ممارسته للأنشطة الترفيهية داخل الفندق	٣٧	١٣٦	١٧	٠	٠	٤.١١	٠.٥٢	٨٢.٢	٥
٩	يملك العاملون بالترفيه المعرفة الفنية لاحتياجات العملاء	٢١	١١٤	٤٣	١٢	٠	٣.٧٦	٠.٧٣	٧٥.٢	٨
١٠	هناك رضا من العملاء عن الخدمات الترفيهية المقدمة بالفندق	٢١	١١٥	٥٠	٤	٠	٣.٨١	٠.٦٥	٧٦.٢	٧
	المعرفة	٥١٦	١٠١٨	٢٦٧	٩٨	١	٤.٠٣	٠.٧٩	٨٠.٦	

أظهرت نتائج الجدول الذي يوضح المعرفة والخبرات الفنية لعامل الترفيه ان اكثر الخبرات والمعرفة الفنية لعامل الترفيه اوضحت ان : يعمل الترفيه على جلب السرور والمرح في نفوس نزلاء الفندق جاءت في الترتيب الاول بمتوسط مرجح قدره ٤.٦٧ وانحراف معياري ٠.٤٨ وبنسبة ٩٣.٤ % ، بينما الترفيه نشاط هادف يساهم في تنمية وتطوير شخصية الفرد من خلال المشاركة في نشاطات مختلفة جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط مرجح قدره ٤.٥١ وانحراف معياري ٠.٥٥ وبنسبة ٩٠.٢ % ، يليها يساعد تقييم اداء العاملين بقسم الترفيه على زيادة رضا العملاء عن الخدمة الفندقية جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط مرجح قدره ٤.٤٦ وانحراف معياري ٠.٥٩ وبنسبة ٨٩.٢ % ، يليها يعمل الترفيه على تحقيق التوازن النفسي جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط مرجح قدره ٤.٤٤ وانحراف معياري ٠.٥٤ وبنسبة ٨٨.٨ % ، بينما يهدف الترفيه الي السعادة وأن هناك بعض الأحاسيس والمشاعر التي يكتسبها الفرد من خلال

ممارسته للأنشطة الترفيهية داخل الفندق جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط مرجح قدره ٤.١١ وانحراف معياري ٠.٥٢ وبنسبة ٨٢.٢ %.

المحور الثالث : يوضح القيم المهنية لموظفي الترفيه بالفندق

م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	ترتبط جودة الخدمات الترفيهية بالفندق برضاء العملاء عن الفندق	١٢٩	٦١	٠	٠	٠	٤.٦٨	٠.٤٧	٩٤.٦	١
٢	يتم توزيع العمل على فريق الانيميشن من خلال المدير	٣٨	١٣٣	١٩	٠	٠	٤.١	٠.٥٤	٨٢	٣
٣	كثرة الجنسيات المختلفة داخل فريق الانيميشن يصعب التفاهم معهم	١٩	١٢٠	٤٠	١١	٠	٣.٧٧	٠.٧	٧٥.٤	٥
٤	هناك تنوع في البرامج والفقرات التي تقدم من العاملين بفريق الانيميشن	١٨	١٢٤	٢٨	١٩	١	٣.٧٣	٠.٧٩	٧٤.٦	٧
٥	يتم تقديم برامج ترفيهية للأطفال من خلال الكيدز كلوب	٦٣	١٢٢	٥	٠	٠	٤.٣١	٠.٥١	٨٦.٢	٢
٦	يتوفر بالفندق نادي صحي يحتوي على	٢١	١٣٤	٢	٣٣	٠	٣.٧٥	٠.٨٧	٧٥	٦

									اجهزة حديثة وعمالة مدربة على هذه الاجهزة	
٧	١٨	١١٢	٣٤	٢٦	٠	٣.٦٤	٠.٨٣	٧٢.٨	٨	يتوافر بالفندق صالات لألعاب التنس والبلياردو والعب الجولف وغيرها
٨	٤	١١٦	٥٩	١١	٠	٣.٥٩	٠.٦٣	٧١.٨	٩	يقوم عامل الشاطئ بالفندق بأعماله وتوفير سبل الراحة للنزلاء
٩	٠	١٥٤	٣	٣٣	٠	٣.٦٤	٠.٧٦	٧٢.٨	٨	هناك موظف لايف جارد بالفندق لحماية النزلاء من الغرق
١٠	٣٢	١٣٠	٢٨	٠	٠	٤.٠٢	٠.٥٦	٨٠.٤	٤	الالعاب الرياضية المقدمة بالفندق مناسبة لضيوف
	٣٤٢	١٢٠٦	٢١٨	١٣٣	١	٣.٩٢	٠.٧٦	٧٨.٤		القيم

أظهرت نتائج الجدول السابق الذي يوضح القيم المهنية لموظفي الترفيه بالفندق ، ان المتوسط الحسابي المرجح للدرجة المعيارية لبعده القيم ككل وجد انه ٣.٩٢ بقوة نسبية ٧٨.٤ % ، مما يشير الي ان القيم المهنية لعاملي الترفيه بالفندق تعمل على رضا العملاء ، وان مظاهر هذه القيم تمثلت في : ترتبط جودة الخدمات الترفيهية بالفندق برضاء العملاء عن الفندق جاءت في الترتيب الاول بمتوسط مرجح قدره ٤.٦٨ وانحراف معياري ٠.٤٧ وبنسبة ٩٣.٦ % ، بينما يتم تقديم برامج ترفيهية للأطفال من خلال الكيدز كلوب جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط مرجح قدره ٤.٣١ وانحراف معياري ٠.٥١ وبنسبة ٨٦.٢ % ، يليها يتم توزيع العمل على فريق الانيميشن من خلال

المدير جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط مرجح قدره ٤.١ وانحراف معياري ٠.٥٤ وبنسبة ٨٢٪، يليها الألعاب الرياضية المقدمة بالفندق مناسبة للضيوف جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط مرجح قدره ٤.٠٢ وانحراف معياري ٠.٥٦ وبنسبة ٨٠.٤٪، بينما كثرة الجنسيات المختلفة داخل فريق الانيميشن يصعب التفاهم معهم جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط مرجح قدره ٣.٧٧ وانحراف معياري ٠.٧ وبنسبة ٧٥.٤٪.

ثانياً : قياس رضا عملاء الفندق عن أداء وخدمات الترفيه ، الموجه للضيوف

المحور الاول : يوضح الاعتمادية والأمان

م	الفئة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	تجد بأن الفندق يظهر اهتماماً حقيقياً في حل المشاكل التي تواجهها في الفندق.	٢٠	٢٦٠	١٦٨	١٣	١	٣.٦٢	٠.٦٢	٧٢.٤	٥
٢	تجد بأن العاملين بالترفيه في حالة تأهب في حال عدم رضاك ويقدمون الاعتذار لك عند اللزوم	٤	١٩٠	١٤١	١٢٠	٧	٣.١٤	٠.٨٦	٦٢.٨	٩
٣	تجد بأن القائمين على الترفيه يقدمون الخدمات التي تطلبها	٥٧	٢٠١	١٢٦	٧١	٧	٣.٥	٠.٩٥	٧٠	٦
٤	هناك مشاكل تتعرض لها من جراء الخدمات الترفيهية	١	٢٨	١٦	٣٦٢	٥٥	٢.٠٤	٠.٦٤	٤٠.٨	١٠
٥	القائمين على الألعاب الرياضية يقومون	٣٤	٢٣١	٥٨	١١٦	٢٣	٣.٣	١.٠٨	٦٦	٧

									بالتوجيه الصحيح وحمايتكم
٨	٦٥.٢	١.٠٢	٣.٢٦	١٧	١٣٣	٣٨	٢٦٣	١١	تجد بأن العاملين بالترفيه يسعون الي اقامة علاقة طويلة الامد معكم
٢	٨١.٢	٠.٦٥	٤.٠٦	٣	١٥	٢٣	٣٣٣	٨٨	تجد ان الخدمات الترفيهية التي يقدمها الفندق مصدر ثقة ومتميزة
٤	٧٣.٢	٠.٧٨	٣.٦٦	٠	١٠	٢١٤	١٦٠	٧٨	هناك تنوع في البرامج الترفيهية التي يقدمها العاملين بالترفيه
١	٩٣.٤	٠.٦٦	٤.٦٧	٠	١٦	١	١٠٣	٣٤٢	هناك تعدد لجنسيات مختلفة للعاملين بالترفيه
٣	٧٣.٤	١.١١	٣.٦٧	٢٢	٦٢	٧٠	٢٠٠	١٠٨	تجد بأن تعامل العاملين بالترفيه يولد الامان والطمأنينة لديك
٥	٦٩.٨	١.٠٧	٣.٤٩	١٣٥	٩١٨	٨٥٥	١٩٦٩	٧٤٣	الموظف على دراية بعمله وقادر على ادخال السرور والبهجة ورسم جو ترفيهي متميز
	٧٢.٤	٠.٦٣	٣.٦٢	١	١٣	١٦٨	٢٦٠	٢٠	الاعتمادية والأمان

يتضح من الجدول الذي يوضح الاعتمادية والأمان ان المتوسط الحسابي المرجح للدرجة المعيارية لبعدها الاعتمادية والامان وجد انه ٣.٦٢ بقوة نسبية ٧٢.٤ % ، مما يشير الي ان الاعتمادية والامان لها دور مرتفع في تحقيق الرضا لدى العملاء ، وان مظاهر هذا الدور تمثلت في : هناك تعدد لجنسيات مختلفة للعاملين بالترفيه جاءت في الترتيب الاول بمتوسط مرجح قدره ٤.٦٧ وانحراف معياري ٠.٦٦ ونسبة ٩٣.٤ % ، يليها

تجد ان الخدمات الترفيهية التي يقدمها الفندق مصدر ثقة وتمتيزة جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط مرجح قدره ٤.٠٦ وانحراف معياري ٠.٦٥ وبنسبة ٨١.٢ %، بينما تجد بأن تعامل العاملين بالترفيه يولد الامان والطمأنينة لديك جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط مرجح قدره ٣.٦٧ وانحراف معياري ١.١١ وبنسبة ٧٣.٤ %، يليها هناك تنوع في البرامج الترفيهية التي يقدمها العاملين بالترفيه جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط مرجح قدره ٣.٦٦ وانحراف معياري ٠.٧٨ وبنسبة ٧٣.٢ %، يليها تجد بأن الفندق يظهر اهتماماً حقيقياً في حل المشاكل التي تواجهها في الفندق. و الموظف على دراية بعمله وقادر على ادخال السرور والبهجة ورسم جو ترفيهي متميز جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط مرجح قدره ٣.٤٩ وبنسبة ٦٩.٨ %.

المحور الثاني : يوضح استجابة عاملين الترفيه لمتطلبات العملاء

م	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب
١	يتوقف رضاك عن الفندق والعودة اليه مرة اخرى برضاك عن خدمات الترفيه فيه	١٠٠	٣٥٠	٨	٢	٢	٤.١٨	٠.٥١	٨٣.٦	٤
٢	تجد بأن العاملين بالترفيه يجيبون على اسئلتك بشكل سريع	٩	٢٧٧	١١٢	٥٨	٦	٣.٤٩	٠.٧٩	٦٩.٨	١٢
٣	هناك تفاهم لغوي مع عاملين الترفيه	٧٧	٢١٧	١٠٦	٦٢	٠	٣.٦٧	٠.٩١	٧٣.٤	١١
٤	تجد ان تعدد جنسيات عاملين الترفيه يجعلك لا تستطيع التفاهم الكامل معهم	١٧٠	١٩٦	٧	٨١	٨	٣.٩٥	١.١١	٧٩	٨

١٠	٧٤.٨	٠.٦٦	٣.٧٤	٢	٣٢	٧٠	٣٤٠	١٨	هناك تنوع في الفترات الترفيهية التي تقدم داخل الفندق من عاملين الترفيه	٥
٥	٨١.٦	٠.٣	٤.٠٨	٠	٠	٣	٤١٨	٤١	تجد هناك تفاهم وتجانس بين العاملين بالترفيه أثناء تقديم الفترات	٦
٧	٧٩.٦	٠.٣٢	٣.٩٨	٠	١	٢٧	٤١٦	١٨	تجد بأن عاملين الترفيه يتميزون بحسن المظهر	٧
٣	٨٥.٢	٠.٨٣	٤.٢٦	٣	١٤	٥٦	١٧٧	٢١٢	يمتاز عاملين الترفيه بالرشاقة وخفة الدم	٨
٦	٨٠	٠.٣٨	٤	٠	٢	٢٧	٤٠٠	٣٣	هناك برامج ترفيهية وعاملين مخصصين لترفيه الاطفال داخل الفندق	٩
١	٩٥.٨	٠.٦٤	٤.٧٩	٥	٥	١٢	٤٠	٤٠٠	درجة تقييمك للفندق هي الخدمات الترفيهية المقدمة فيه	١٠
٩	٧٥.٤	٠.٦١	٣.٧٧	٥	١٥	٧٧	٣٥١	١٤	درجة رضاك عن موظفي الترفيه عالية	١١
٢	٩١.٦	٠.٥٧	٤.٥٨	٠	٠	١٩	١٥٤	٢٨٩	رضاك عن موظفي الترفيه يجعلك تكرر الزيارة مرة اخرى للفندق	١٢
	٨٠.٨	٠.٧٧	٤.٠٤	٣١	٢٧٢	٥٢٤	٣٣٣٦	١٣٨١	الاستجابة	

اظهرت نتائج الجدول الذي يوضح استجابة عاملين الترفيه لمتطلبات العملاء ، ان المتوسط الحسابي المرجح للدرجة المعيارية لبعده الاستجابة وجد انه ٤.٠٤ بقوة نسبية ٨٠.٨ % ، مما يشير الي ان استجابة عاملين الترفيه لمتطلبات العملاء بالفندق مرتفعة ، وان مظاهر هذه الاستجابة تمثلت في : درجة تقييمك للفندق هي الخدمات

الترفيهية المقدمة فيه جاءت في الترتيب الأول بمتوسط مرجح قدره ٤.٧٩ وانحراف معياري ٠.٦٤ وبنسبة ٩٥.٨ % ، يليها رضاك عن موظفي الترفيه يجعلك تكرر الزيارة مرة أخرى للفندق جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط مرجح قدره ٤.٥٨ وانحراف معياري ٠.٥٧ وبنسبة ٩١.٦ % ، يليها يمتاز عاملين الترفيه بالرشاقة وخفة الدم جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط مرجح قدره ٤.٢٦ وانحراف معياري ٠.٨٣ وبنسبة ٨٥.٢ % ، يليها يتوقف رضاك عن الفندق والعودة اليه مرة أخرى برضاك عن خدمات الترفيه فيه جاءت في الترتيب الرابع بمتوسط مرجح قدره ٤.١٨ وانحراف معياري ٠.٥١ وبنسبة ٨٣.٦ % ، يليها تجد هناك تفاهم وتجانس بين العاملين بالترفيه اثناء تقديم الفترات جاءت في الترتيب الخامس بمتوسط مرجح قدره ٤.٠٨ وانحراف معياري ٠.٣ وبنسبة ٨١.٦ % .

ثالثاً : عرض وتحليل الجداول والنتائج المرتبطة بالتحقق من صحة فروض الدراسة

أ) عرض وتحليل الجداول والنتائج المرتبطة بالتحقق من صحة الفرض الأول
يوضح العلاقة بين أداء العاملين بقسم الترفيه ورضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ

الأبعاد	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة (ف)	مستوي الدلالة
بين المجموعات	١٧٩.١٤٦	٩.٩٥٣	١٨	٠.٩٩٣	٠.٠٠٠ دالة
داخل المجموعات	١٧١٤.٠٩٧	١٠.٠٢٤	١٧١		
المجموع	١٨٩٣.٢٤٢		١٨٩		

يتضح من الجدول وجود علاقة دالة احصائياً بين أداء العاملين بقسم الترفيه ورضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ حيث جاءت قيمة (ف) ٠.٩٩٣ وهي قيمة دالة احصائياً مما يعني ان رضا عملاء فنادق الخمس نجوم بشرم الشيخ متوقف على أداء عاملين الترفيه ، وهذا ما يؤكد صحة الفرض الأول للدراسة " هناك علاقة بين أداء العاملين بقسم الترفيه ورضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ "

ب) عرض وتحليل الجداول والنتائج المرتبطة بالتحقق من صحة الفرض الثاني

يوضح تأثير أداء العاملين بقسم الترفيه على رضا العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم

Independent Samples Test بشرم الشيخ باستخدام

الأداء	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الرضا	العاملين	١٩٠	١١٢.١٢	٣.٧٥٩	٧.٨٢٢
	العملاء	٤٦٢	٨٧.٥٩	٣.٠٩٠	
دالة عند ٠.٠٥					

يتضح من الجدول الذي يوضح تأثير أداء العاملين بقسم الترفيه على رضا

العملاء بفنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ باستخدام Independent

Samples Test وجود علاقة دالة احصائيا حيث بلغت قيمة (ف) ٧.٨٢٢ وهي قيمة

دالة احصائيا ، مما يعني ان أداء عاملين قسم الترفيه له تأثير واضح على رضا عملاء

فنادق فئة الخمس نجوم بشرم الشيخ .

النتائج والتوصيات

أولاً : نتائج الدراسة

توصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج وهي كما يلي :

- ١) بينت النتائج الميدانية للدراسة اغلبية العاملين بقسم الترفيه يتراوح عمرهم من ٣٠ الي اقل من ٤٠ سنة ، وهي النسبة الاعلى في الترتيب.
- ٢) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان اغلبية العاملين بقسم الترفيه هم من الذكور وهي النسبة الاعلى في الترتيب.
- ٣) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان معظم العاملين بقسم الترفيه هم من المتزوجين وهي النسبة الاعلى في الترتيب ، يليها الاعزب في جدول الترتيب.
- ٤) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان اغلبية افراد عينة الدراسة هم من المؤهلات الثانوية وهي الاعلى في الترتيب ، بينما اوضحت النتائج ان المؤهلات العليا غير الفندقية هي الثانية في الترتيب.

- ٥) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان اغلبية افراد عينة الدراسة كانت خبرتهم من ٥ الي اقل من ١٠ سنوات وهي في الترتيب الاول ، كما بينت النتائج ان افراد عينة الدراسة من ١٠ الي اقل من ١٥ سنة خبرتهم في الترتيب الثاني.
- ٦) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان اغلبية افراد عينة الدراسة من العملاء يتراوح عمرهم من ٣٥ الي اقل من ٤٥ سنة وهي الاعلى في الترتيب.
- ٧) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان اغلبية افراد عينة الدراسة من العملاء كانوا من الاناث.
- ٨) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان اغلبية افراد عينة الدراسة من العملاء من الحاصلين على المؤهلات الجامعية وهي الاعلى في الترتيب.
- ٩) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان اغلبية افراد عينة الدراسة من الجنسيات الروسية وهي الاعلى في الترتيب ، بينما الجنسيات الالمانية جاءت في الترتيب الثاني.
- ١٠) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان العاملين بقسم الترفيه يخضعون لعملية تقييم الاداء ، وذلك من خلال اجابتهم على سؤال الدراسة الاول.
- ١١) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان العاملين بقسم الترفيه على دراية تامه بأهمية تقييم ادائهم للكشف عن مدى رضا عملاء الفندق عن خدمات الترفيه ، وذلك من خلال الاجابة على السؤال الثاني للدراسة.
- ١٢) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان العاملين بقسم الترفيه لديهم مهارة في عملهم حيث بلغت قيمة المتوسط العام للبعد ككل (٣.٦٢) ، وبقوة نسبية (٧٢.٤ %) ، حيث وضع تقييم الاداء مهام ومسئوليات كل عامل بالقسم.
- ١٣) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان المعرفة والخبرات الفنية لعامل الترفيه مرتفعة حيث بلغت قيمة المتوسط العام للبعد ككل (٤.٠٣) بقوة نسبية (٨٠.٦ %) ، مما يبين ان الترفيه يجلب السرور والفرح لنفوس النزلاء.

١٤) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان القيم المهنية لعاملِي الترفيه تعمل على رضا العملاء حيث بلغت قيمة المتوسط العام للبعد ككل (٣.٩٢) وبنسبة (٧٨.٤%) ، حيث ترتبط جودة الخدمات الترفيهية برضا العملاء عن الفندق.

١٥) بينت النتائج الميدانية للدراسة في المحور الخاص بالاعتمادية والامان ، ان تعدد جنسيات العاملين في الترفيه جاء في الترتيب الاول ، كم اوضحت النتائج ان الخدمات الترفيهية المقدمة بالفنادق مصدر ثقة وامان لكثير من العملاء.

١٦) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان هناك استجابة من عاملين الترفيه لمتطلبات العملاء ، حيث جاء المتوسط الحسابي للبعد ككل (٤.٠٤) بقوة نسبية (٨٠.٨%) ، حيث ان العملاء يقيمون الفندق بناء على الخدمات الترفيهية المقدمة فيه ، ورضا العملاء عن موظفي الترفيه يجعله يكرر الزيارة مرة اخرى للفندق.

١٧) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان هناك علاقة دالة احصائيا بين اداء العاملين ورضا العملاء في الفنادق عينة الدراسة.

١٨) بينت النتائج الميدانية للدراسة ان هناك علاقة دالة احصائيا ان داء العاملين بقسم الترفيه له تأثير واضح على رضا العملاء بالفنادق عينة الدراسة.

ثانيا : التوصيات

١) التأكيد على ضرورة تقييم اداء جميع العاملين بالفنادق لمعرفة اوجه القصور والوقوف على الازخاء التي يمكن ملاحظتها.

٢) ضرورة اهتمام جميع الفنادق بتقييم اداء العاملين بها.

٣) لا بد ان يكون موضوع رضا العملاء من بين المواضيع التي تحظى باهتمام المؤسسة الفندقية ، فزيادة الرضا لدى العملاء يعمل على زيادة وتكرار الزيارات الفندقية.

٤) يجب على الفنادق ان تضع خطة للعاملين بالترفيه لزيادة ادائهم وتحسينه وذلك من خلال عقد دورات تدريبية ، لان رضا عملاء الفندق يتوقف على الخدمات الترفيهية المقدمة فيه.

٥) على الفندق زيادة البرامج الترفيهية وادخال برامج جديدة.

- ٦) يتم الاهتمام بجانب الترفيه داخل الفندق وذلك من خلال كليات ومعاهد الفنادق ، واقتراح بإدخال قسم الترفيه ضمن مناهج ومقررات الدراسات الفندقية حتى نغير نظرة الطالب المصري تجاه الترفيه.
- ٧) انشاء مدارس لتعليم الانيميشن واكسابهم اللغات المتعددة.
- ٨) محاولة الوقوف على العوامل والعناصر التي من شأنها ان تعمل على زيادة رضا العملاء من خلال وسائل الترفيه.
- ٩) رفع دافعية العاملين بقسم الترفيه وزيادة مهاراتهم الفنية والمهنية التي تزيد من اكسابهم خبرات في مجال الترفيه.
- ١٠) ضرورة تدريب القائمين على الخدمات الترفيهية على كيفية زيادة رضا العملاء ونشر السعادة والطمأنينة في نفوسهم.

^١ باحث بدرجة الماجستير كلية السياحة والفنادق - جامعة المنصورة

^٢ الأستاذ بقسم الدراسات الفندقية كلية السياحة والفنادق - جامعة المنصورة

المراجع

أولاً : المراجع العربية

- الاشقر ، محفوظ أحمد ، (٢٠١٥) ، إدارة الجودة الشاملة: مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر، ط ١، عمان. ص ٤٣
- الحماحمى محمد وعائدة عبد العزيز : (٢٠٠٦) ، الترويج بين النظرية والتطبيق، ط٤، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ص ٨٩.
- الخنساء ، سعادي (٢٠٠٥ - ٢٠٠٦)، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي، مذكرة الماجستير، تخصص التسويق، جامعة بن يوسف بن خدة. ص ٥٣
- السمنودي ، مصطفى هاشم: (٢٠١٤) ، الأنشطة الطلابية وعلاقتها بكل من التفكير الابداعي، وسمات الشخصية والتحصيل الدراسي لدي طلاب جامعة أسيوط، رسالة دكتوراه، كلية التربية الرياضية، جامعة أسيوط، ص ١٨٧
- الضلعان ، على صالح (١٩٩٥). اراء واتجاهات المرؤوسين نحو نظام تقويم الأداء الوظيفي في المملكة العربية السعودية - الواقع - المشاكل - الحلول ، بحث ميداني ، الرياض ، معهد الإدارة العامة. ص ١٩٨ .
- الطائي ، رعد ، وعيسى قداد (٢٠٠٨). ادرة الجودة الشاملة ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. ص ١٩٨ .
- الكبيسي ، عامر خضير (٢٠٠٥) ، إدارة الموارد البشرية في الخدمة المدنية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة ، ص ١٩٠ .
- أبو قمر ، محمد أبو قمر(٢٠٠٩) ، تقويم أداء بنك فلسطين المحدود باستخدام بطاقة القياس المتوازن ، مذكرة لنيل الماجستير ، كلية التجارة ، الجامعة الإسلامية ، غزة . ص ٨٧ .

- بلوط ، حسن (٢٠٠٣) إدارة الموارد البشرية " مدخل استراتيجي " ، دار النهضة للطباعة ، بيروت ، لبنان ، ص ٨٥ .
- بلوم، السعيد (٢٠١٢)، اساليب الرقابة و دورها في تقييم اداء المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة منتوري بقسنطينة، قسم العلوم الاقتصادية. ص ٣٩
- بويرطخ ، عبد الكريم (٢٠١٢) ،دراسة فعالية نظام تقييم اداء العاملين في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة منتوري بقسنطينة، قسم العلوم الاقتصادية. ص ١٨٧
- ثابت ،زهير (٢٠٠١)، كيفية تقييم أداء الشركات و العاملين ،دار النهضة العربية ،مصر . ص ٧٨ .
- حلمى إبراهيم ، ليلي فرحات ، (٢٠١٣) التربية الرياضية والترويح للمعوقين، القاهرة، دار الفكر العربي، ص ٤٣ .
- زويلف ،مهدي حسن (١٩٩٨) ، إدارة الأفراد (مدخل كمي) دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن . ص ٧٠
- زويلف، مهدي حسن (٢٠٠٣) ، إدارة الأفراد ، مكتبة المجتمع العربي للنشر ، دون ذكر البلد .، ص ٧٦ .
- سلطان ،محمد سعيد (٢٠٠٣)، إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر. ص ٧٥ .
- سلمي ، علي سلمى (١٩٨٥) ، إدارة الأفراد و الكفاءة الإنتاجية، مكتبة غريب، مصر. ص ١٢٢
- شاويش، مصطفى نجيب (١٩٩٦) . إدارة الموارد البشرية ، عمان دار الشروق ، ص ٦٣
- عبد الباقي ، صلاح الدين محمد (٢٠٠٢) ،الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، جامعة الإسكندرية، مصر. ص ٨٠ .
- عبد الباقي ، صلاح عبد الباقي(٢٠٠٤) ، إدارة الموارد البشرية، مدخل تطبيقي معاصر، دارالجامعية الإسكندرية ،مصر.، ص ٨٧ .

- عبد البر ، فروق (١٩٨٣). تقدير كفاية العاملين بالخدمة المدنية في علم الإدارة العامة والقانون الإداري ؛ رسالة دكتوراه ، القاهرة . ص ٤٣
- عبد المحسن ، توفيق محمد (١٩٩٩)، تقييم الأداء: مدخل جديد لعالم جديد، دار النهضة العربية. ص ٣٣
- كمال درويش ومحمد الحماحمى ، (٢٠٠٩) ، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ص ٧٦.
- ماهر ، احمد (٢٠٠٦) ، إدارة الموارد البشرية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ص ٧٦٥
- محمد ، منير شاكر (٢٠٠٤) ، إسماعيل عبد الناصر نور ، التحليل المالي مدخل صناعة القرارات ، دار وائل للنشر ، عمان -الأردن . الطبعة الثانية. ص ١٣٢ .
- محمد خطاب: (٢٠٠٨) ، معوقات ممارسة النشاط الرياضي لدى طلاب جامعة الزقازيق فرع بنها، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية التربية الرياضية للبنين، جامعة الزقازيق، ص ٧٥.
- مشعل ، صابر (٢٠١٥) ، تغذية الجماعات بالمنشآت التغذوية والضيافية والخدمية، دار الوفاء للطباعة والنشر. ص ٥٤.
- نجدود ، حاتم نجدود(٢٠٠٥- ٢٠٠٦) ، تفعيل رضا الزبون كمدخل استراتيجي لبناء ولائه، مذكرة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة الجزائر. ص ٦٥.
- نجيب، أحمد السيد ، (٢٠٠٥) ،تحسين جودة الخدمات الحكومية من وجهة نظر متلقي الخدمة ، ندوة تحسين جودة الخدمات الحكومية من وجهة نظر متلقي الخدمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، دمشق. ص ٧٦.
- نصر الله، حنا (٢٠٠٠) ، مبادئ في العلوم الإدارية ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن . ص ٨٩.
- وسيله ، حمداوي (٢٠٠٤)، إدارة الموارد البشرية، مديرية النشر لجامعة قالمه. ص ٣٢.

ثانياً : المراجع الاجنبية

- Christoph B., & Ansgar T.(2005) , Handbuch Sport-Management, book house .‘
- Curry, A., & Herbert, D. (1998) “Continuous Important in Public Service Away forward” Managing Services Quality.‘
- Daniel Ray,(2001), Musurer et developper la satisfaction des clients, 2eme tirage edition d’organisation, paris, , P22.
- Edward C. Malthouse (James L. Oakley),(2003) , " Customer Satisfaction Across Organizational Units" ‘Integrated Marketing Communications, Northwestern University, 1845 Sheridan Road, Evanston ‘July ‘P05.
- Evans, L. (1998). Teacher morale, job satisfaction and motivation. Sage.
- Gilbert Rock, Mare Josée,(2006) , le Service a la clientèle, la dose édition de renouveau pédagogique canada, INC, , p3.