

## آراء العاملين والعملاء حول جودة الخدمة المقدمة في قطاع الضيافة

نيفين شريف عبد الحليم<sup>1</sup>

المعهد العالي للسياحة والفنادق بالإسكندرية (إيجوث)

### المخلص

### معلومات المقالة

يهدف هذا البحث إلى دراسة آراء العاملين والعملاء عن جودة الخدمة المقدمة بفنادق الثلاث والأربع والخمس نجوم بمدينة الإسكندرية. أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 676 مبحوثاً موزعة كالتالي: 285 عميلاً، 265 عاملاً و126 مديراً. باستخدام استمارة استبيان للعملاء والعاملين، وبأسلوب المقابلة الشخصية للمدراء. تم تحليل البيانات إحصائياً. أظهرت النتائج وجود فروق بين ما يتوقعه العميل من خدمات وما يقدم فعلياً. كما تبين وجود علاقة ارتباطية معنوية بين جودة الخدمة والمستوى التعليمي وعدد سنوات العمل عند مستوى معنوية 0.05 وذلك بالنسبة لعينة العاملين. وتظهر النتائج أيضاً وجود علاقة ارتباطية معنوية بين جودة الخدمة والمستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.05 بالنسبة لعينة المدراء.

### الكلمات المفتاحية

العاملون؛ العملاء؛ جودة الخدمة؛ قطاع الضيافة.

### (JAAUTH)

المجلد 17، العدد 1،

(2019)

ص 163-171.

### مشكلة الدراسة:

هناك عدة تعريفات للجودة من أبرزها مقدره المنشأة على الوصول إلى رضا العملاء من خلال تقديم مجموعة من الخدمات تعمل على سد رغبات واحتياجات العميل، وبالتالي تقليص الفجوة بين ما يتوقعه العملاء وما يجده على أرض الواقع. لكي يتحقق ذلك لابد من تضافر كافة الجهود وتعاون المدراء والعاملين بالفندق لتحقيق منظومة الجودة. وتمتاز الخدمة الفندقية عن غيرها من الخدمات بأنها خدمة غير ملموسة يغلب عليها الطابع الحسي، غير قابلة للتجزئة؛ فهي تقدم على هيئة عمليات متتابعة تجعل تجزئة الخدمة أمراً صعباً وغير قابلة للتخزين، وغير متجانسة لاشتراك عدد من العملاء في استخدامها مما يؤدي لاختلاف الآراء في مستوى الخدمة، وتكمن مشكلة الدراسة في الوقوف على مقدار الفرق بين الخدمة المقدمة من الفندق والخدمة المتوقعة للعميل واستخلاص أسباب انخفاض جودة الخدمات من خلال آراء العاملين وتحديد السياسات التي تتبعها الإدارة لتحسين جودة الخدمات من وجهة نظر المدراء.

### أهداف البحث:

يهدف البحث إلى دراسة آراء العاملين والعملاء بقطاع الضيافة عن جودة الخدمات المقدمة من خلال عدة أهداف فرعية:

1- دراسة أثر العلاقة بين الخدمة المقدمة والخدمة المتوقعة في درجة رضا العملاء عن جودة الخدمة.

2- التعرف على أسباب انخفاض جودة الخدمة من وجهة نظر العاملين.

3- دراسة العلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات المستقلة وجودة الخدمة لعينة العاملين.

4- التعرف على السياسات التي تتبعها الإدارة لتحسين جودة الخدمات من وجهة نظر المدراء.

5- دراسة العلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات المستقلة وجودة الخدمة لعينة المدراء.

### فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة معنوية بين الخدمة المقدمة ورضا العملاء عن جودة الخدمة.

2- توجد علاقة ارتباطية معنوية بين أعمار العاملين وجودة الخدمة.

3- توجد علاقة ارتباطية معنوية بين المستوى التعليمي للعاملين وجودة الخدمة.

4- توجد علاقة ارتباطية معنوية بين عدد سنوات العمل للعاملين وجودة الخدمة.

<sup>1</sup> dr.nevensherif@yahoo.com

- 5- توجد علاقة ارتباطيه معنوية بين أعمار المدراء وجودة الخدمة.  
6- توجد علاقة ارتباطيه معنوية بين المستوى التعليمي للمدراء وجودة الخدمة.  
7- توجد علاقة ارتباطيه معنوية بين عدد سنوات العمل للمدراء وجودة الخدمة.

#### منهج البحث: اتبع المنهج الوصفي التحليلي

**العينة:** شملت عينة البحث جميع المدراء والعاملين والعملاء المترددين على فنادق الثلاث والأربع والخمس نجوم بمدينة الإسكندرية. وقد اختيرت عينة عشوائية قوامها 676 مبحوثاً موزعة كالتالي: 126 من المدراء، 265 من العاملين، 285 من العملاء.

**صدق الاستبيان:** تم توزيع 30 استمارة استبيان لكل من استبيان المدراء والعاملين والعملاء لاختبار صدق الاستبيان ومدى صلاحيته للتحليل وملائمة العبارات وإجراء التعديلات لوضعها في صورتها النهائية.

**ثبات المقياس:** تم حساب ثبات المقياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ ووجد أنه 0.94 وهي درجة مقبولة من الثبات.

#### المعالجة الإحصائية:

عولجت البيانات إحصائياً باستخدام النسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار تحليل الانحدار التدريجي ومعامل الارتباط البسيط لاختبار قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة من خلال الاستعانة ببرنامج الحاسب الآلي الإحصائي SPSS V.10.

#### النتائج والمناقشة:

عينة العملاء:

جدول (1) يوضح البيانات العامة لأفراد العينة من العملاء حيث وجد أن غالبية أفراد العينة من الذكور (65.62%) ونصف أفراد العينة أعمارهم ما بين 40 عاماً إلى 49 عاماً (51.57%) و91.57% من العملاء متزوجون و55.78% من أفراد العينة يحملون مؤهلاً جامعياً.

جدول (1) توزيع عينة العملاء تبعاً للبيانات العامة

النوع	العدد	%
ذكر	187	65.62
أنثى	98	34.38
العمر		
أقل من 40 عاماً	73	25.62
40 > 49 عاماً	147	51.57
49 عاماً فأكثر	65	22.81
الحالة الاجتماعية		
أرمل	9	3.16
أعزب	15	5.27
متزوج	261	91.57
المستوى التعليمي		
متوسط	54	18.95
جامعي	159	55.78
فوق جامعي	72	9.47

جدول (2) يوضح آراء العملاء نحو معايير اختيار الفندق حيث وجد أن أكثر المعايير اختياراً هي جودة الخدمة المقدمة يليها كلفة الإقامة، وجاء في المرتبة الأخيرة مكان الفندق وذلك بنسب 39.29% ، 30.53% ، 18.94% على الترتيب. وقد أصبحت الجودة من أهم المعايير التي تؤثر في اختيار العملاء للفنادق حيث تؤخذ كدليل على الأداء الجيد للخدمة.

جدول (2) توزيع العملاء تبعاً لمعايير اختيار الفندق

الترتيب	%	العدد	المعايير
4	11.24	32	نوعية الخدمة
2	30.35	87	كلفة الإقامة
3	18.94	54	مكان الفندق
1	39.29	112	جودة الخدمة

جدول (3) يوضح توزيع العملاء تبعاً لأهمية الخدمات التي يقدمها الفندق وتسهم في رضائهم، حيث جاء في المرتبة الأولى استقبال العملاء بمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري قدره (0.79)، يليه معاملات حجز الغرف وخدمة الأغذية والمشروبات بمتوسط حسابي وانحراف معياري (1.09 ± 4.35، 0.84 ± 4.25) على الترتيب. إذن استقبال الفندق للعميل والترحيب به يعد من الأمور المهمة التي تسهم في رضا العميل.

جدول (3) توزيع العملاء تبعاً لأهمية الخدمات التي يقدمها الفندق

الترتيب	الوزن النسبي	انحراف معياري	متوسط حسابي	الخدمة المقدمة
1	89.5	0.79	4.41	استقبال العملاء
4	85.2	0.73	4.15	حل المشكلات
8	63.1	1.50	3.41	مظهر العاملين
3	87.1	0.84	4.25	خدمة الأغذية والمشروبات
9	59.5	1.25	3.23	وسائل الترفيه
5	78.1	1.11	3.97	تجهيزات الغرف
6	72.3	0.77	3.84	الرد على الاستفسارات
7	69.2	1.25	3.67	خدمة الغرف
.2	88.4	1.09	4.35	معاملات حجز الغرف

وتظهر النتائج بجدول (4) توزيع العملاء تبعاً لآرائهم عن الخدمة المتوقعة وترتيبها تبعاً لأهميتها من وجهة نظرهم. جاءت جودة الأغذية والمشروبات في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.30 وانحراف معياري 0.84، وذلك لأن قسم الأغذية والمشروبات أداة جذب للعملاء ووسيلة لإضفاء سمعة جيدة للفندق ويشكل مركز ربح للفندق. واحتلت جودة خدمة الغرف المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.28 وانحراف معياري 0.73. فغرف الإقامة من أهم ما يجذب العملاء ويتوقف عليها اختيار الفندق ومستوى جودتها وتعد من أهم العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند المفاضلة بين الفنادق (Becerra et al. 2017)

جدول (4) توزيع العملاء تبعاً لآرائهم عن الخدمة المتوقعة

الترتيب	الوزن النسبي	انحراف معياري	متوسط حسابي	الخدمة المقدمة
5	79.3	1.25	3.74	- الاستقبال الجيد
6	78.6	1.13	3.65	- سرعة حل المشكلات
1	89.2	0.84	4.30	- جودة الأغذية والمشروبات
7	75.9	0.97	3.54	- تنوع وسائل الترفيه
4	81.9	1.50	4.11	- مناسبة الأثاث والتجهيزات للغرف
8	71.8	0.62	3.34	- سرعة الرد على الاستفسارات
2	87.4	0.73	4.28	- جودة خدمة الغرف
3	84.7	1.07	4.21	- تيسير معاملات حجز الغرف
9	70.9	0.77	3.28	- حسن مظهر العاملين

وتظهر نتائج جدول (5) توزيع العملاء تبعاً لرضائهم عن عناصر جودة الخدمة حيث وجد أن عنصر المسؤولية قد إحتل المرتبة الأولى بمتوسط عام 6.21 ، يليه عنصر الاهتمام بمتوسط 5.63 وجاء في المرتبة الأخيرة عنصر الإمكانات المادية بمتوسط عام 5.64. وقد وجد أن ما يجذب العملاء للفندق هو جودة الخدمة المقدمة المتمثلة في سرعة ودقة أدائها، حل المشكلات التي تواجهه والرد السريع على أي استفسارات أو تساؤلات وبالتالي يشعر العميل بالرضاء عن الخدمة مع ضرورة تبنى عناصر الجودة الشاملة. (Bouranta and Psomas, 2019). بالإضافة إلى أن من الأمور المهمة التي تسهم في إرضاء العملاء على جودة الخدمة المقدمة هي إدراك العاملين لمتطلباتهم ووضع ذلك في أولويات اهتمامهم من خلال تضافر جهود كل العاملين في مناخ يسوده التعاون (عبد الرزاق، 2005).

جدول (5) توزيع للعملاء تبعاً لرضائهم عن جودة الخدمة

الترتيب	المتوسط العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
		0.44	3.51	الديكور العام للفندق متميز
		0.52	2.59	حسن مظهر العاملين
4	5.64	0.45	3.53	يستعين الفندق بالوسائل الحديثة في تقديم الخدمة
		0.48	2.91	مساحة الفندق تتناسب مع تصميمه
		0.46	4.36	سرعة أداء الخدمة
1	6.21	0.59	4.22	الاهتمام بحل المشكلات
		0.76	4.32	تؤدي الخدمة بإتقان
		0.33	3.41	سرعة الرد على الاستفسارات
		0.31	3.91	أجد دائماً كل المساعدة من العاملين
3	5.82	0.63	2.80	أثق في قدرة العاملين على أداء الخدمة
		0.56	3.78	يتعامل العاملون بأسلوب مهذب
		0.47	2.94	يجيب العاملون على أسئلتني بسرعة
		0.52	4.12	يهتم مدراء الفندق بالعملاء دون تحيز
2	5.63	0.66	4.01	تضع الإدارة العملاء في أولويات اهتمامها
		0.57	3.99	يدرك العاملون متطلبات العملاء جيداً
		0.48	4.08	تسود روح التعاون والود في تعامل العاملين
	5.67			المتوسط العام

وباستخدام اختبار تحليل الانحدار التدريجي لقياس أثر الخدمات المقدمة والخدمات المتوقعة على مستوى رضاء العملاء عن جودة الخدمة تشير نتائج جدول (6) إلى أن جميع الخدمات المقدمة لها تأثيراً ذو دلالة معنوية في رضاء العملاء عن جودة الخدمة عند مستوى معنوية 0.05. كذلك للخدمات المتوقعة تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى معنوية 0.01، أي أن هناك فروقاً بين ما يتوقعه العميل وما يقدم فعلياً من خدمات؛ وهذا يدل على وجود انخفاض في جودة الخدمة المقدمة. وفي ظل المناخ التنافسي الشديد والاهتمام المتزايد باحتياجات العملاء، أصبح نجاح الكثير من المنشآت يتوقف على تلبية متطلبات العملاء عن طريق تقديم خدمات تتفق مع مستوى توقعهم لتحقيق الرضاء من جودة الخدمة المقدمة (Kim et al., 2012).

جدول (6) توزيع العملاء تبعاً للعلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

رضاء العملاء عن جودة الخدمة					المتغير التابع
مستوى المعنوية	قيمة F	معامل التحديد	الخطأ المعياري	معامل الانحدار	المتغيرات المستقلة
0.047*	1.856	0.951	0.921	0.45	الخدمة المقدمة
0.006**	2.573	0.938	0.878	0.47	الخدمة المتوقعة

\* عند مستوى معنوية 0.05

\*\* عند مستوى معنوية 0.01

**عينة العاملين:** جدول (7) يوضح توزيع أفراد العينة من العاملين تبعاً للبيانات العامة، حيث وجد أن 63.02 % من أفراد العينة من الذكور. وتبين أن 41.13% أعمارهم من 35 لأقل من 45 عاماً وغالبية أفراد العينة من العاملين يحملون مؤهلاً جامعياً (67.92%)، 41.51% يعملون من عشر سنوات لأقل من خمس عشر سنة.

جدول (7) توزيع العاملين تبعاً للبيانات العامة

النوع	العدد	%
ذكر	167	63.02
أنثى	98	36.98
العمر		
أقل من 35 عاماً	69	26.04
من 35 > 45 عاماً	109	41.13
45 عام فأكثر	87	32.83
الحالة الاجتماعية		
أرمل	21	7.92
أعزب	46	17.36
متزوج	198	74.72
المستوى التعليمي		
متوسط	79	29.82
جامعي	180	67.92
فوق جامعي	6	2.26
عدد سنوات العمل		
أقل من 10 سنوات	57	21.51
من 10 > 15 سنة	110	41.51
15 سنة فأكثر	98	36.98

يشير جدول (8) إلى توزيع العاملين تبعاً لأسباب انخفاض جودة الخدمة من وجهة نظرهم إذ توضح النتائج أن تدني الأجور جاء في المرتبة الأولى بمتوسط 4.52. وتوجد علاقة وطيدة بين جودة الخدمة ورضاء العاملين عن الدخل حيث أن انخفاض الدخل يعد أحد الأسباب الرئيسية للرغبة في ترك العمل (Ojoed, 2009)، كما تسهم في خفض الروح المعنوي للعاملين وبالتالي عدم شعورهم بالرضاء الوظيفي الذي يؤثر بشكل كبير على جودة الخدمة المقدمة (أحمد، 2000). ويأتي في المرتبة الثانية والثالثة تحميل العاملين بأعباء زائدة، بمتوسط حسابي 4.41، 4.35 على الترتيب ولتحقيق الجودة لابد من تضافر جهود العاملين لإشباع رغبات العملاء، وزيادة الأعباء الوظيفية للعاملين يحد من قدرتهم على أداء العمل بشكل جيد نتيجة للإجهاد الزائد الذي بدوره يضعف جودة الخدمة المقدم. كما توضح نتائج الجدول أن اليأس من التقدم الوظيفي أحتل المرتبة الرابعة بمتوسط 4.27، إذ أن الرغبة في الترقى والتقدم الوظيفي تعد إحدى أهم القوى المحركة لسلوكيات العاملين لأداء العمل بإتقان للترقى والوصول للمناصب العليا. (Huang, 2007).

جدول (8) توزيع العاملين تبعاً لأسباب انخفاض جودة الخدمة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
3	86.4	0.83	4.35	كثرة المسئوليات
5	84.9	1.39	4.21	عدم وضوح السلم الوظيفي
4	85.7	0.52	4.27	اليأس من التقدم الوظيفي
6	83.7	0.83	4.11	قصور جودة مناخ العمل
1	89.4	0.78	4.52	تدني الأجور
7	82.9	0.81	3.99	قلة وعي الإدارة باحتياجات العاملين
8	80.7	0.51	3.87	كثرة عدد ساعات العمل
2	87.1	0.93	4.41	ثقل كاهل العاملين بأعباء زائدة
9	79.2	0.41	3.81	قصور البرامج التدريبية
10	78.7	1.42	3.72	عدم الأخذ براء العاملين عند وضع سياسات التشغيل

يوضح جدول (9) العلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات المستقلة والمتغير التابع لعينة العاملين. وجد علاقة ارتباطية معنوية طردية بين جودة الخدمة وكل من المستوى التعليمي 0.841 عند مستوى معنوية 0.01، عدد سنوات العمل (0.791) عند مستوى معنوية (0.05). حيث أن العمالة المؤهلة علمياً تستطيع أن تستغل كافة الموارد المتاحة في تحقيق جودة الخدمة في ضوء الإدراك التام لاحتياجات العملاء ومتطلباتهم (Markham, 2010)، بالإضافة إلى أن الخلفية التعليمية خاصة الفندقية تسهم في إعداد عاملين لديهم المؤهلات التي تتناسب مع طبيعة العمل الفندقي (عبد الله، 2010). وكذلك وجد علاقة ارتباطية معنوية بين كل من جودة الخدمة والعمر (0.532 عند مستوى معنوية 0.05). فكلما تقدم العمر بالعاملين زادت قدراتهم الوظيفية ومهاراتهم على التعامل مع العملاء وبالتالي تقديم خدمة مميزة ذات جودة (غزال، 2009).

جدول (9) العلاقة الارتباطية بين بعض المتغيرات المستقلة والتابعة لعينة العاملين

المتغيرات	جودة الخدمة	مستوى المعنوية
المستوى التعليمي	0.841**	0.001
عدد سنوات العمل	0.791*	0.001
العمر	0.532*	0.006

\* عند مستوى معنوية 0.05 \*\* عند مستوى معنوية 0.01

#### عينة المدراء

جدول (10) يوضح توزيع أفراد العينة من المدراء تبعاً للبيانات العامة. حيث وجد أن غالبية أفراد العينة من الذكور 73.02% ، 75.39% أعمارهم ما بين 45 لأقل من 53 عاماً. 91.27% من أفراد العينة من المدراء متزوجون. غالبية أفراد العينة من المدراء يعملون من 15 لأقل من 20 سنة (80.59%) كما تبين أن 54.76% حاصلون على تعليم فندقي.

جدول (10) توزيع المدراء تبعاً للبيانات العامة

النوع	العدد	%
الذكور	92	73.02
الأنثى	34	26.98
العمر		
أقل من 45 عاماً	19	15.08
من 45 > 53 عاماً	95	75.39
53 عاماً فأكثر	12	9.53
الحالة الاجتماعية		
أرمل	7	5.56
أعزب	4	3.17
متزوج	115	91.27
المستوى التعليمي		
حاصل على تعليم فندقي	69	54.76
حاصل على تعليم غير فندقي	57	45.24
عدد سنوات العمل		
أقل من 15 سنة	8	6.35
من 15 > 20 سنة	102	80.95
20 سنة فأكثر	16	12.70

جدول (11) يوضح توزيع آراء المدراء تبعاً للسياسات المتبعة لتحسين جودة الخدمة. وجد أن تحسين الأجور احتل المرتبة الأولى كإحدى أهم السياسات التي تسعى الإدارة إلى إتباعها لتحسين جودة الخدمات. وجاء في المرتبة الثانية إدراك متطلبات العملاء؛ فمعرفة احتياجاتهم والعمل على إشباعها تعد من الاعتبارات المهمة التي تزيد من رضائهم عن جودة الخدمة. وإن ما يؤثر في أداء الخدمات الفندقية هو عدم إدراك المدراء لمتطلبات العملاء وما يتوقعونه من خدمات الخدمة. (Chandra, 2011). وجاء في المرتبة الأخيرة عبارة تقييم الأداء دون تحيز، فلكي ينجح المدير في تحقيق جودة الخدمة المطلوبة يجب ألا ينعاز عند إجراء تقييم أداء العاملين حتى يسود مناخ إيجابي يتسم بالتعاون والعمل بروح الفريق أما انحياز المدراء أثناء التقييم لعامل دون آخر فيخلق مناخاً سلبياً، يثبط الروح المعنوي للعاملين فيقل الإنتاج وينعدم الطموح الوظيفي وكل ذلك يؤدي إلى انخفاض جودة أداء الخدمة. (Christopher, 2015).

جدول (11) توزيع المدراء تبعاً للسياسات المتبعة لتحسين جودة الخدمة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1	89.2	1.09	4.25	تحسين الأجور
8	81.3	0.73	3.54	العمل بروح الفريق
2	88.1	1.34	4.11	إدراك متطلبات العملاء
5	85.8	1.44	3.76	الحل السريع لمشاكل العاملين
3	87.9	1.07	3.90	العدالة في توزيع الأعباء على العاملين
7	83.2	1.17	3.60	وضع نظام فعال للرقابة على الأداء
9	77.6	1.05	3.42	تقييم الأداء دون تحيز
6	84.3	1.20	3.61	استخدام الوسائل الحديثة لتقليل الأخطاء
4	86.5	0.79	3.81	المتابعة المستمرة لأداء العاملين

يوضح جدول (12) العلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات تبعاً لعينة المدراء. وجدت علاقة ارتباطية معنوية بين المستوى التعليمي وجودة الخدمة (7.14) عند مستوى معنوية (0.05). فالمدراء من أهم العناصر التي يعتمد عليها في تحقيق جودة الخدمات، وينبغي أن يتمتع المدير بخلفية تعليمية فندقية تتناسب مع طبيعة ومتطلبات العمل من خلال التعليم الفندقي الذي يؤهله لأداء العمل على أسس علمية صحيحة (Kandampully and Suhartanto, 2012). وتبين النتائج وجود علاقة ارتباطية معنوية بين جودة الخدمة وكل من عدد سنوات العمل والعمر. (0.456) عند مستوى معنوية 0.01، 0.321 عند مستوى معنوية (0.01) على الترتيب، فجودة الخدمة تتطلب مستوى من الخبرة لدى المدراء لكي يتمكنوا من توجيه العاملين لرفع كفاءة الأداء. ويكونوا أكثر قدرة على اتخاذ القرارات المناسبة والتعامل مع السلبيات الإدارية. (Chan and Hon, 2013).

جدول (12) العلاقات الارتباطية بين بعض المتغيرات تبعاً لعينة المدراء.

المتغيرات	جودة الخدمة	مستوى المعنوية
المستوى التعليمي	0.741 *	0.00
عدد سنوات العمل	0.456 **	0.001
العمر	0.321 *	0.007

\* عند مستوى معنوية 0.05 \*\* عند مستوى معنوية 0.01

## التوصيات

## أولاً : توصيات خاصة بالعمالين :

- 1- السعي المستمر لتطوير الأداء من خلال التدريب وتلبية متطلبات العملاء؛
- 2- سيادة مبدأ التعاون والعمل بروح الفريق؛
- 3- المصادقية في التعامل مع العملاء حتى يتولد شعور بالثقة لدى العميل يسهم في إثراء ولائه للفندق؛
- 4- الاستجابة السريعة لمطالب العملاء والرد الفوري على أي استفسارات تخصهم.

## ثانياً: توصيات خاصة بالمدرءاء :

- 1- التأكيد على مبدأ مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات وتشجيعهم على إبداء الرأي وطرح الأفكار؛
- 2- تطبيق مبدأ "العمل أولاً من خلال التركيز على العملاء في جميع السياسات والخطط المتبعة للفنادق باعتباره هو محور الاهتمام؛
- 3- تبني الوسائل التكنولوجية الحديثة لتحسين الخدمات وتحقيق ميزة تنافسية من خلال استخدام أساليب ووسائل متقدمة تضمن رفع معدل الأداء وبالتالي تحسين جودة الخدمة؛
- 4- الاهتمام بتحقيق الرضاء الوظيفي للعاملين من خلال رفع الأجور وتحسين نظام الحوافز والمكافآت؛
- 5- الإشراف المستمر على أداء العاملين لاكتشاف الأخطاء والمشكلات والعمل على حلها بسرعة؛
- 6- إنشاء وحدة إدارة للجودة تختص بالإشراف ومتابعة تنفيذ عناصر الجودة الشاملة.

## المراجع:

- أحمد، الفت (2000). العوامل المؤثرة في دوافع العمل وعلاقتها بالأداء، مجلة العلوم العراقية ، 2 (42).
- عبد الله، جلال (2010). أثر بعض استراتيجيات إدارة الموارد البشرية في الأداء الوظيفي، جامعة السلمانية، العراق.
- عبد الرزاق ، يوسف (2005)، ركائز صياغة تسويق الخدمات الفندقية ، الملتقى العلمي، جامعة فلاديفيا.
- غزال، مي (2009) بيئة العمل وأثرها في إنتاجية ورضا العاملين، المعهد العالي لإدارة الأعمال، دمشق.
- Becerra, M.O.; Silva, M.E. and Gerwe, O.R. (2017). "Corporate brand and hotel performance, a resource based perspective". Journal of Business Research, 79 (1).
- Bouranta, N. and Psomas, E. (2019). "The key factors of total quality management in the service sector". Benchmarking an International Journal, 1(1)
- Butcher, K.O. and Anasarie, N.R. (2017). "Understanding guest tolerance and the role of cultural familiarity in hotel service". Journal of Hospitality Marketing, 27 (1).
- Chandra, K. H. (2011). "Workplace environment and its impact on organizational performance". International Journal of business systems, 1(1).
- Chan, W. W. and Hon, A. H. (2013). "Overcoming work related stress and promoting employee creativity in the hotel industry". International Journal of Hospitality Management, 33 (2).
- Christopher, K. M. (2015). "Impact of work environment on performance of employees". International journal of science and research, 5 (4).
- Huang, T. A. (2007). "The effects of quality of work on commitment and turnover intention". International Journal, 35 (6).
- Johnson, M. D. and Gustafsson, A. T. (2001). "The evolution and future of national customer satisfaction index models". Journal of Economic Psychology, 22 (2).

- Kandampully, J. A. and Suhartanto, D. O. (2012). "Customer Loyalty in the hotel industry. the role of customer satisfaction and image". International Journal of Hospitality Management, 12 (6).
- Kim, Y. S.; Raaben, C. A. and Tanford, S. R. (2012). "Determinates of Customer Loyalty and purchasing behavior for full service and limited service hotels". International Journal of Hospitality Management, 31 (2).
- Markhan, L. O. (2010). "Quality of work life as predictor of employees". European Journal of Social Sciences, 7 (2).
- Ojoed, N. A. (2009). "Impact assessment of corporate culture on employee job performance" Business Intelligence Journal, 2 (2).



**Journal of Association of Arab Universities  
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**  
Vol. 17 No. 1, 2019, pp. 163-171.  
journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg>



## The opinions of workers and clients about the quality of service provided in the hospitality sector

Nevin Sherif Abdel Halim

Hotel Management Department - The High Institute For Tourism and Hotels In Alexandria (EGOTH)

### ARTICLE INFO

**Keywords:**  
Employees; Customers;  
Services quality;  
Hospitality sector.

**(JAAUTH)**  
**Vol. 17, No. 1,**  
**(2019),**  
**pp. 163-171.**

### Abstract

This research aimed to study the opinions of employees and customers towards the quality of the service provided in three, four and five star hotels in Alexandria. The study was conducted on a random sample of 676 researchers distributed as follows: 285 clients, 265 workers and 126 managers. Using questionnaire for each of the customers, employees and managers by personal interview. The data was analyzed statistically, as the results showed a difference between what the customer expects from the services and what is actually provided. It was also found that there was a significant correlation between service quality and the educational level at the level of significance 0.01, the number of years of work at the level of significance 0.05 for the sample of employees. The study showed a significant correlation between the quality of service and the educational level at the level of significance 0.05 for the sample of managers.