

تحلیل عوامل موثر بر ارتقاء عملکرد و رضایت مندی کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری: مطالعه موردی رستوران‌های میان راه روستای رودک (دهستان رودبار قصران، شهرستان شمیرانات)

فضیله دادور خانی^۱

دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

و عضو قطب مطالعات و برنامه‌ریزی روستایی، تهران، ایران

سحر قربانی

کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۲/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۲/۱۶

چکیده

یکی از حلقه‌های مهم در زنجیره توریسم، مراکز پذیرایی‌اند. در بازار رقابتی دنیا مطمئناً مناطق و کشورهای گوی سبقت را می‌ربایند که با توجه به سطح انتظارات مشتری (مسافر) خدمات را با استاندارد بالاتر ارائه کنند بدین معنی که با آموزش‌های مختلف به کارکنان، خدماتی با کیفیت بهتر و کارایی بالاتر را عرضه کنند. از اینرو جلب رضایت کارکنان و علاقه مند کردن آن‌ها به شغل مورد تصدی و در نتیجه برآورده شدن اهداف سازمانی از اهمیت خاصی برخوردار است. در این مقاله به منظور سنجش رضایت مندی کارکنان مراکز پذیرایی در خصوص توسعه کیفیت توریسم ۶۰ نفر از کارکنان (با روش نمونه‌گیری تصادفی) و ۲۰ نفر از مدیران مراکز پذیرایی گردشگری بصورت تمام شماری در رستوران‌های میان راهی در دهستان رودبار قصران روستای رودک و بطور تصادفی انتخاب و مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند و همچنین برای تکمیل داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. برای بررسی رضایت مندی شاخص‌هایی چون حقوق مناسب، کار گروهی، پاداش و... مورد آزمون قرار گرفت. پایایی ابزار سنجش بدست آمده با استفاده از Spss برابر ۰.۷۵ بوده که قابل قبول می‌باشد. با توجه به اطلاعات میدانی و نرم افزارهای Exell و Spss مشخص شد که از دلایل عمده برای انتخاب کارکنان در بخش مراکز پذیرایی گردشگری، حقوق و پاداش موجود در این صنعت است. اکثریت پرسنل در این مکان برای درآمد بیشتر (دریافت‌های مالی توسط مدیران و مهمانان) کار می‌کنند. عدم حمایت مدیران و فشار کاری از مهمترین عوامل بی میلی به کار در کارکنان مراکز پذیرایی می‌باشد. برای افزایش رضایت کارکنان و موفقیت مدیران، توسعه طرح‌های آموزشی مناسب پرسنل در بخش مراکز پذیرایی گردشگری، روش‌هایی برای تقویت مشارکت بین مدیران و کارکنان، دریافت پیشنهادات کارکنان برای بهبود کارشان و پاسخ دادن به پیشنهادهایشان و... توصیه می‌گردد.

واژگان کلیدی: گردشگری، مراکز پذیرایی، رضایت شغلی، موفقیت مدیران، روستای رودک.

مقدمه

وقتی گردشگران به منطقه‌ای وارد می‌شوند معمولاً در آن منطقه هزینه‌هایی را می‌پردازند مثل هزینه‌های غذا و محل اقامت، هتل و مهمانخانه، تفریحات، حمل و نقل، گشت‌ها، تورها، هزینه‌ی پرداختی بابت خرید سوغاتی و تولیدات محلی منطقه میزبان و هزینه ورود به موزه یا مکان‌های دیدنی. این هزینه‌ها در قالب نقدینگی وارد منطقه میزبان می‌شود و رونق اقتصادی منطقه را در پی دارد که به این دلیل به گردشگری، صادرات نامرئی هم می‌گویند. آمارها نشان می‌دهد که به ازاء هر ۱۰ نفر گردشگری که وارد کشور میزبان می‌شوند یک فرصت شغلی ایجاد می‌شود (<http://www.iranhotelonline.com,1388/03/09>). از دهه ۱۹۸۰، صنعت گردشگری به طور فزاینده با ارائه خدمات بهتر و تولید با کیفیت تر همراه شده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که رابطه‌ای مثبت بین تولید سازماندهی شده و کیفیت خدمات وجود دارد که به سرمایه‌گذاری و بازاریابی بازمی‌گردد از این رو لازم است سازمان‌ها ارتقاء جنبه کیفی را در برنامه‌ریزی و مدیریت کارکردهای خود اتخاذ نمایند. در این پژوهش هدف از بررسی نظرات کارکنان رستوران تاکید بر توسعه کیفیت خدمات گردشگری و توسعه بازار این خدمات است تا به نوعی کیفیت مدیریت را در رستوران‌های مقصد ارزیابی کند و بعد جدیدی به کیفیت خدمات گردشگری بیافزاید. از این رو پژوهش حاضر بطور خاص به عامل رضایت کارکنان به عنوان یکی از عوامل مهم در موفقیت مدیران و مراکز پذیرایی پرداخته است. زمانی که به گردشگری به عنوان یک فعالیت خدماتی توجه می‌شود باید به تعداد زیادی نفرات با تخصص، مهارت‌های اثربخش و کارآیی متفاوت جهت ارائه خدمات نظر داشت. تردیدی نیست که احساس استقبال و خوش آمدگویی تجربه فراموش نشدنی برای مسافر است و اینها نتیجه سرمایه‌گذاری‌هایی هستند که در زمینه آموزش و پرورش نیروی انسانی ایجاد می‌شود. روش و سیستمی که در زمان مناسب، افراد مناسب در پست‌های مناسب قرار گیرند (برنامه‌ریزی و توسعه منابع انسانی) و به این افراد با نگرش‌ها، مهارت‌ها و دانش مورد نیاز استخدام و آموزش داده شوند، از ارکان اصلی صنعت گردشگری است (پیری، ۱۳۸۶: ۸).

در همه سازمان‌ها، اعم از سازمان‌های صنعتی و یا بازرگانی نیروی انسانی یکی از عوامل مهم در پیشبرد اهداف سازمان تلقی می‌شود. در جهت نیل به افزایش کارایی و بهره‌وری هر چه بیشتر نیروی انسانی، باید عوامل انگیزاننده را در او شناخت و سپس برای ارضای این نیازها در جهت افزایش کارایی همت گماشت. کلیه صاحب‌نظران مدیریت، انگیزش را فرایندی پیچیده و دارای ماهیت چند بعدی دانسته‌اند، از این رو فهم و کاربرد آن نیازمند وقوف بر دانش مربوطه و هنر به کارگیری آن می‌باشد. برای هر مدیری در سازمان آگاهی از مسئله انگیزش کارکنان؛ که در واقع پی‌جویی علت و سبب حرکت و رفتارهای اعضا و افراد سازمان است، ضرورت تام دارد. رضایت کارکنان و علاقه‌مند کردن بیشتر آن‌ها به شغل مورد تصدی در مسیر برآورده شدن اهداف سازمانی از اهمیت خاصی برخوردار است. چنانچه علل و یا عدم رضایت کارکنان نسبت به کارشان مشخص گردد، به منظور بهبود و ارتقاء شرایط کار و نیز جلب رضایت بیشتر آن‌ها می‌توان تلاش‌های اساسی تری مبذول داشت. احساس رضایت فرد از شغل خود سبب می‌شود که وی ناخود آگاه مسئولیت خویش را با دقت بیشتری به انجام رسانده و از آن خوشحال باشد (گل زاده،

۲۰۰۷). پژوهش‌های صورت گرفته در تمام کشورهای دنیا نشان می‌دهد که بیشترین اشتغال زایی و گردش اقتصادی در رستوران‌ها است.

اسمیت^۱ (۱۹۹۴)، استدلال کرد که نتیجه نهایی توریسم جذب گردشگر است که این امر تابعی از محصولات و خدمات می‌باشد. بنابراین از منظر مشتری مداری، کیفیت خدمات توریسم وابسته به توقعات گردشگران است که این خدمات پویا و بی‌نهایت متنوع و بر طبق نیازها و انتظارات گردشگران توسعه می‌یابد (Sharply & Forster, 2003, 688).

با وجود اهمیت بخش پذیرایی در درآمدزایی صنعت گردشگری متأسفانه این مراکز و شاغلین در آن توجه لازم را در کشور به خود جلب نکرده و در بحث توسعه گردشگری مورد غفلت واقع شده‌اند.

پژوهش حاضر با هدف پاسخگویی به سوالات زیر جهت توجه به این موضوع تدوین شده است:

۱. چه ارتباطی میان درآمد و رضایت شغلی کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری وجود دارد؟
۲. بیشترین عامل موثر در گرایش کارکنان به ادامه شغلشان در مراکز پذیرایی گردشگری چیست؟
۳. ارتباط مدیران با کارکنان در علاقه به کار آنها در مراکز پذیرایی گردشگری چه نقشی دارد؟
۴. بین موفقیت مدیران و رضایت شغلی کارکنان در مراکز پذیرایی گردشگری چه ارتباطی وجود دارد؟

ادبیات پژوهش

گردشگری از مفاهیم اصلی است که محور پژوهش حاضر بوده است. از گردشگری تعاریف مختلفی شده است. ویژگی اصلی گردشگری این است که در درجه اول، دور از خانه یا محل کار باشد و در درجه دوم اقامت کوتاه مدتی را شامل شود که گاهی ممکن است بدون توقف شبانه باشد از این جهت گردشگری می‌تواند شامل چهار گروه زیر بشود:

- سفر در زمان تعطیلات رسمی و غیررسمی (استراحت‌های کوتاه مدت و سفرهای روزانه و گذران اوقات فراغت)
- سفرهای تجاری که هدف آن اقامت دائمی و کسب درآمد نباشد.

• سفر به منظور ملاقات دوستان و آشنایان

- سایر مقاصد که شامل سفر تحصیلی، ورزشی، درمانی و مذهبی می‌شود (صالحی نسب، ۱۳۸۴: ۲۰)

اما شاید بهترین تعریفی که از گردشگری شده است تعریف ماتیسن و وال^۲ (۱۹۸۲) باشد: «توریسم یا گردشگری، حرکت معاصر مردم است برای اینکه اوقات فراغت خود را در مکان‌هایی بیرون از خانه صرف نموده و اقامت نمایند، فعالیت‌هایی است که طی اقامتشان انجام می‌دهند و نیز تسهیلاتی است که متناسب با نیازهایشان ایجاد می‌شود» (Gunn, 1994, 94).

همچنین در تعریف مراکز پذیرایی نیز می‌توان گفت که این مراکز مکان‌هایی هستند که برای افرادی خاص با پذیرایی خاص برای تشریفات و پذیرایی از میهمانان که دوست دارند در بیرون منزل از خود و همراهان پذیرایی

^۱ - Smith

^۲ - Matisen & Wall

شوند، خدمات رسانی می‌کنند. نوعی از این مراکز، رستوران‌ها می‌باشند (زعفری هشتچین، ۱۳۸۷). رستوران غذاهای آماده و آشامیدنی‌ها را برای مصرف فوری در محل فعالیت عرضه می‌کند و علاوه بر این شامل فعالیت‌های تهیه غذاهای آماده برای مصرف در خارج از محل فعالیت نیز می‌شود (سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۸۵). از دیگر مفاهیم به کار رفته در پژوهش رضایت شغلی است که با وقوع رکود اقتصادی در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، بحث آن در سازمان‌ها مطرح شد این موضوع زمانی طرح شد که اکثر کارمندان و کارگران با توجه به کسادی و رکود اقتصادی واقع شده از شغل خود ناراضی بودند. این مسئله، توجه بیشتر مدیران و سازمان‌ها را به بحث رضایت شغلی جلب کرد. رضایت شغلی، عاملی مهم برای افزایش کارایی و نیز رضایت فردی در سازمان تلقی می‌شود. مدیران به شیوه‌های مختلف مترصد افزایش رضایت شغلی کارکنان خود هستند. محققان مختلف، تعاریف گوناگونی از رضایت شغلی ارائه داده‌اند:

فیشر وهانا^۱ (۱۹۳۹) رضایت شغلی را عاملی روانی قلمداد کرده و آن را به صورت نوعی سازگاری عاطفی با شغل و شرایط شغل تعریف می‌کنند به این معنا که اگر شغل، شرایطی مطلوب را برای فرد فراهم کند، فرد از شغلش رضایت خواهد داشت، اما اگر شغلی برای فرد رضایت و لذت مطلوب را فراهم نکند، فرد شروع به مذمت شغل کرده و در صورت امکان، شغل خود را ترک خواهد کرد (طالبان، ۱۳۷۴: ۴۲).

هپاک^۲ رضایت شغلی را مفهومی پیچیده و چند بعدی دانسته و آن را با عوامل روانی، جسمانی و اجتماعی مرتبط کرده است به نظر او صرفاً وجود یک عامل، موجب رضایت شغلی فرد نخواهد شد. بلکه وجود ترکیبی از عوامل مختلف موجب خواهد شد که فرد در لحظه‌ی معینی از شغل خود احساس رضایت کند (قادری، ۱۳۸۶).

فرد با توجه به اهمیتی که عوامل مختلف نظیر درآمد، پایگاه اجتماعی، شرایط محیط کار و... برای او دارند به میزان معینی از رضایت شغلی برخوردار خواهد بود.

گینز برگ^۳ و همکارانش، رضایت شغلی را به دو نوع مختلف تقسیم بندی کرده‌اند: رضایت درونی و رضایت (هومن، ۱۳۸۱).

۱. رضایت درونی از دو منبع به دست می‌آید اول احساس لذتی که انسان صرفاً از اشتغال به کار و فعالیت عایدش می‌شود. دوم لذتی که بر اثر مشاهده‌ی پیشرفت و یا انجام برخی مسئولیت‌های اجتماعی و به ظهور رساندن توانایی‌ها و رغبت‌های فردی به انسان دست می‌دهد.

۲. رضایت بیرونی که با شرایط اشتغال و محیط کار ارتباط دارد و هر لحظه در حال تغییر و تحول است. از عوامل رضایت بیرونی به عنوان مثال، شرایط محیط کار، میزان دستمزد و پاداش، نوع کار و روابط موجود بین کارگر و کارفرما را می‌توان نام برد (قادری، ۱۳۸۶).

¹ - Fisser & Hanna

² - Hapak

³ - Ginz Berg

رضایت شغلی یکی از مهم‌ترین ارکان نگرش شغلی است. بر اساس نظر مورس^۱ (۱۹۵۳)، کاتزل^۲ (۱۹۶۴)، ورم^۳ (۱۹۶۴)، اسمیت^۴ (۱۹۶۹) و کالبرگ^۵ (۱۹۷۷) رضایت شغلی وضعیت عاطفی خوشایندی است که حاصل ارزیابی کار به عنوان عامل فراهم کننده یا تسهیل کننده ارزش‌های شغلی است. در واقع دو عنصر وجود دارد یکی پاداشی است که یک شغل برای فرد ایجاد می‌کند و دیگری ارزیابی آن پاداش است. می‌توان گفت رضایت شغلی حاصل رابطه متناسب میان این دو عامل است» (طالبان، ۱۳۷۴، ۳۴). مطالعات متعدد نشان داده‌اند «رضایت شغلی عامل مهمی است که با افزایش بهره‌وری، تعهد سازمانی، تعلق و دلبستگی به محیط کار، کمیت و کیفیت کار، برقراری روابط انسانی در محل کار، ایجاد ارتباطات صحیح، بالابردن روحیه، عشق و علاقه به کار همبسته است» (هومن، ۱۳۸۱: ۳). ایجاد رضایت شغلی در فرد بستگی به عوامل متعددی دارد که در کنار هم موجب حصول نتیجه مطلوب می‌شوند و چه بسا نبود یک عامل فرد را در زمره اشخاص ناراضی از شغل خویش قرار می‌دهد که در این مجال اشاره و مروری گذرا به تعدادی از آنها می‌نماییم.

۱. میزان درآمد و یا دستمزد: این عامل تقریباً برای همه گروه‌های شغلی از مهمترین عوامل تاثیرگذار به شمار می‌رود. با در نظر داشتن تفاوت فردی و به تبع آن تفاوت در دیدگاه‌ها نسبت به پول، حالت‌های متنوعی را می‌توان متصور شد. به نظر می‌رسد این عامل برای کسانی که نمی‌توانند از راه‌های دیگری در کار خود رضایت بدست آورند از اهمیت بیشتری برخوردار است. در مواردی دیده شده است که بسیاری بدلیل کمی حقوق با تغییر شغل خود حتی به شغل‌هایی با منزلتی پایین تر روی می‌آورند (حدادی، ۲۰۰۷).

۲. ماهیت کار: عناوینی همچون: تنوع، آزادی عمل و بازخورد که به عبارتی در پر مایه شدن مشاغل به شدت موثرند، نیز بر رضایت شغلی موثرند (حدادی، ۲۰۰۷).

۳. ایمنی شغلی: در بیانی کلی، مفهوم ایمنی در مشاغل به معنای فارغ از خطر بودن تعبیر می‌شود و هر عاملی که بتواند خطرات محیط کار (اعم از جسمی، روحی و روانی) را از بین برده و یا بحداقل برساند، رضایت شغلی را افزایش می‌دهد. از این رو مواردی مانند نظم، انصاف و امنیت عاطفی تضمین کننده ایمنی شغلی به شمار می‌روند و از سویی مواردی چون تبعیض و عدم توجه به شایستگی‌ها و... نیز با خدشه دار نمودن شرایط مطمئن سازمانی، می‌تواند احساس ناامنی و نهایتاً نارضایتی شغلی را به وجود آورد (حدادی، ۲۰۰۷).

۴. ارتقای شغلی: یکی از پایدارترین یافته‌ها حاکی از این است که هر چه سطح شغل بالاتر باشد رضایت شغلی بیشتر است. بنابراین برای افزایش رضایت در سازمان‌ها بایستی زمینه‌های ارتقای کارکنان سطوح مختلف در قالب فرآیندی منطقی فراهم گردد (هومن، ۱۳۸۱: ۲۱).

¹ - Morse

² - Katzell

³ - Vroom

⁴ - Smith

⁵ - Kallberg

محققان دانشگاه کنت نیز طی مطالعه جدیدی دریافته‌اند که دلایل اصلی کاهش رضایت شغلی در انگلستان از طرفی سخت‌تر کردن افراد و از طرف دیگر فرصت‌های اندک ابتکار عمل است (کینان، ۱۳۷۷). در بررسی دیگری که به سرپرستی پروفیسور فرانسیس گرین انجام شد آشکار گشت عواملی چون احساس ناامنی، توقعات بالا، تحصیلات عالی افراد و در عین حال غیر مرتبط بودن شغل آن‌ها با صلاحیت‌هایشان مسبب عدم رضایت شغلی است (صفدری، ۱۳۸۵). پروفیسور فرانسیس نتیجه می‌گیرد که بیشترین رضایت شغلی در افرادی دیده شده است که در شغلی مطمئن، همراه با اختیار عمل بالا و مشارکت داشتن در تصمیم‌گیری‌ها مشغول به کار هستند. شغل این افراد از لحاظ ساعات کاری و شایستگی با آن‌ها در تناسب است و هر چند حقوق خوبی دریافت می‌کنند توقعات مالی نسبتاً پایینی دارند. وی افزود، کاهش رضایت شغلی طی سال‌های ۲۰۰۱-۱۹۹۲ مربوط به کارکنانی است که در کار خود مسوولیت فردی و ابتکار عمل کمتری دارند و کارشان تلاش بیشتری می‌طلبد. زیرا در طول این مدت نرخ بیکاری تنزل پیدا کرده و برطبق شواهد در اواخر دهه ۹۰ نیز احساس ناامنی کاهش یافته بود (صفدری، ۱۳۸۵).

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع هدف‌کاربردی و از نوع روش توصیفی و همبستگی است. در این تحقیق جهت گردآوری اطلاعات از دو روش استفاده شده است:

روش کتابخانه‌ای؛ که معمولاً در تمامی تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد. این کار با بررسی کتاب‌ها، پایان‌نامه‌ها، مجلات و مقالات مرتبط با موضوع انجام شده و با کمک فیش برداری مطالبی از آن‌ها استخراج گردید. روش میدانی: در روش میدانی، دو نوع پرسشنامه تهیه و بین کارکنان مراکز گردشگری (رستوران‌های میان‌راه) و مدیران آن‌ها تکمیل گردید و از مدیران مصاحبه نیز به عمل آمد.

جامعه آماری، کارکنان و مدیران شاغل در رستوران‌های میان‌راه در دهستان رودبار قصران در مسیر روستای رودک می‌باشد. در روش نمونه‌گیری ابتدا از بین ۵۰ رستوران موجود در این مسیر، ۲۰ رستوران بطور تصادفی بعنوان نمونه انتخاب شده و اقدام به تهیه پرسشنامه و مصاحبه از مدیران مراکز گردشگری (از ۲۰ رستوران به روش تمام شماری) نمودیم و سپس پرسشنامه‌ای نیز در بین کارکنان این مراکز تکمیل شد. از بین این ۲۰ رستوران که به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند، هر رستوران به طور میانگین دارای ۳ کارمند و ۱ مدیر رستوران بوده است بدین ترتیب ۶۰ پرسشنامه از بین کارکنان به روش نمونه‌گیری تصادفی و ۲۰ پرسشنامه از مدیران به روش تمام شماری و مصاحبه تکمیل شد. سپس بر اساس نتایج حاصل از پرسشنامه و مصاحبه و استفاده از نرم افزارهای Excel و Spss به تحلیل و استنتاج نتایج حاصل از پرسشنامه‌ها پرداخته ایم.

قلمرو پژوهش

روستای رودک در فاصله ۵ کیلومتری شمال غرب لشگرک و در سمت جنوب جاده لشکرک به اوشان و در سینه کش شمالی ارتفاعات جنوبی رودبار قصران، مرز میان تهران و رودخانه جاجرود قرار دارد. ارتفاع منطقه ۱۸۵۷ متر

از سطح دریا می‌باشد. ضلع شرقی رودک را دره کم عمقی تعیین می‌نماید که اهالی آن را دره زیارت می‌نامند. ضلع شمال روستا را جاده لشکرک به اوشان در برگرفته و برخی از خانه‌ها و مغازه‌های اهالی روستا در طرفین آن احداث شده است. ناحیه مورد مطالعه در منطقه‌ای کوهستانی و محصور بین ارتفاعات قرار دارد. ارتفاع قابل توجه از سطح دریا (متوسط ۲۵۰۰ متر) بر آب و هوای این منطقه تاثیر نموده است و در این راستا هرچه از جنوب به شمال حرکت کنیم همراه با افزایش ارتفاعات تغییراتی در دما و بارش مشاهده می‌گردد.

این روستا دارای حدود ۱۲۰ خانوار است. عمده اهالی این روستا به کار کشاورزی و وادمداری اشتغال دارند و برخی نیز به ارائه خدمات به مسافران عبوری از جاده می‌پردازند (سازمان آمار، ۱۳۸۵).

فعالیت‌های خدماتی در ناحیه روبه افزایش است ولی هنوز بیشتر اهالی کشاورزند. به علت بیکاری فصلی کشاورزان، فعالیت‌های خدماتی بصورت جنبی و در کنار باغداری رواج یافته است، بخصوص در بخش خدمات، خدمات پذیرایی رونق بیشتری دارد. به لحاظ جاذبه‌های بالای بیلاقی و اکوتوریستی ناحیه جمعیت عظیمی از اهالی بومی ساکن موقت و گردشگران غیربومی در ایام تعطیل و بخصوص در فصول گرم جذب این منطقه و روستاهای آن می‌گردند، لذا در حال حاضر مشاغل خاص فعالیت گردشگری در منطقه وجود دارد از جمله مربیگری اسکی، مراکز پذیرایی گردشگری، آژانس‌های املاک، رستوران‌ها و سوپر مارکت‌ها و غیره.

یافته‌های پژوهش

براساس تحلیل داده‌های بدست آمده از پرسشنامه مربوط به کارکنان و مدیران مراکز پذیرایی گردشگری، اطلاعاتی به شرح زیر بدست آمده است. از بین ۲۰ رستوران که به روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند، ۶۰ پرسشنامه از بین کارکنان به روش نمونه گیری تصادفی و ۲۰ پرسشنامه از مدیران به روش تمام شماری و مصاحبه تکمیل شد. همه کارکنان جامعه نمونه مرد بوده و وظایف مختلفی را در این مراکز بر عهده داشته‌اند.

جدول شماره ۱- شاغلان بررسی شده در مراکز پذیرایی گردشگری

درصد	فراوانی	طبقه بندی شغلی
17	10	پیشخدمت
11	7	خدمتکار
15	9	پذیرایی / میز جلو
18	11	سرآشپز / آشپزخانه
31	18	دربان
8	5	حسابدار
100	60	کل

منبع: یافته‌های پژوهش

شاغلان بررسی شده در مراکز پذیرایی گردشگری شامل پیشخدمت، خدمتکار، پذیرایی، سرآشپز، مدیر، دربان، حسابدار بودند که تمامی مدیران این ۲۰ رستوران پاسخگوی پرسشنامه‌ها و مصاحبه بودند البته برای این امر چندین بار با وقت قبلی با این مدیران به مصاحبه پرداخته شد. بیشترین پاسخگویان دربان‌ها بودند. البته قابل ذکر است که تمامی این دربانان قبل از پاسخگویی با پرسشنامه به نزد مدیران می‌رفتند و با کسب اجازه به سوالات پاسخ می‌دادند. البته در بعضی موارد به آن‌ها اجازه داده نمی‌شد. اکثریت این شاغلین خرد مهاجرین بودند که خود به تنهایی در این

مکان کار می‌کردند و خانواده شان در شهر دیگری بودند. علی رغم این مسائل، بیشترین تعداد پاسخگویان براساس جدول شماره ۱، دربان‌ها بودند.

جدول شماره ۲ - دلایل انتخاب شغل از نظر پاسخگویان

	بی نظر		بشدت موافق		موافق		مخالف		بشدت مخالف		رتبه	امتیاز
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
من این شغل را برای درآمدی که بدست می‌آورم انتخاب کردم	10	6	25	15	45	27	15	9	11.6	7	41.5	1
من میتوانم پول بیشتری را در اینجا بدست آورم	13.3	8	18.3	11	38.3	23	16.6	10	13.3	8	35.25	3
من اینکار را چون تنها کار در دسترس بود انتخاب کردم	0	0	23.3	14	36.6	22	30	18	10	6	41	2
من اینکار را انتخاب کردم چون از ملاقات مردم لذت می‌برم	11.6	7	15	9	15	9	38.3	23	20	12	30.25	5
از کارهایی که به من محول می‌شود رضایت دارم	8.3	5	6.6	4	46.6	28	25	15	13.3	8	34.5	4
در شغلم تنوع وجود دارد	1.6	1	5	3	15	9	58.3	35	20	12	30.25	5

منبع: یافته‌های پژوهش

دلایل تمایل کارکنان برای کار در مراکز پذیرایی گردشگری، از جمله موضوعاتی است که در این پژوهش به آن پرداخته شده است. بر طبق اطلاعات مستخرج از پرسشنامه دریافت‌های مالی تاثیر مهمی در انتخاب کار در این بخش داشته است. جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که دستمزد و درآمد حاصل از کار، به عنوان مهمترین عامل (رتبه ۱) در انتخاب شغل دیده می‌شود، ۴۵٪ از پاسخگویان موافق این مساله بوده‌اند. یافته‌های موجود آشکار می‌کند که چون اینکار تنها کار در دسترس بوده، دومین دلیل مهم برای انتخاب کار در مجتمع‌های پذیرایی گردشگری میباشد. ۱۵٪ نیز ملاقات مردم را از دیگر دلایل بیان کردند که این عامل در رتبه ۵ قرار گرفته است. بر اساس پاسخ‌های داده شده، مشاهده گردید که در اینکار تنوع شغلی خیلی کم و یا اصلا وجود ندارد.

رضایت شغلی

عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان از جمله موارد دیگری است که از طریق پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفت. رضایت شغلی، عاملی مهم برای افزایش کارایی و نیز رضایت فردی در سازمان تلقی می‌شود. براساس جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود که درآمد از مهمترین عوامل ایجاد رضایت در بین کارکنان است هر چند که ۴۶٪ از پاسخگویان نیز از وظایفی که بر عهده داشتند ابراز خرسندی می‌کردند در عین حال ملاقات با مردم نیز اگرچه در حد اندک اما از دیگر عوامل ایجاد رضایت بین کارکنان بوده است به طوری که ۱۵٪ از کارکنان به این عامل اشاره کرده‌اند در حالی که بیش از نیمی از پاسخگویان ملاقات با مردم را عامل رضایت بخش نمی‌دانستند. این امر نشان می‌دهد که اگرچه ارتباط با مشتریان از عوامل مهم در این شغل است اما این امر به خوبی به وقوع نپیوسته و کارکنان صرفا به شغل شان بعنوان یک وظیفه نگاه می‌کنند.

امنیت شغلی

بر اساس سوال باز اینکه "آیا تمایل به ادامه کار در شغلتان دارید" در میان پاسخگویان، ۷۲٪ به ادامه کار در مراکز پذیرایی گردشگری اظهار علاقه کردند که نیمی از آن‌ها به علت عدم وجود شغل دیگر تمایل به ادامه کار داشتند.

جدول شماره ۳- مدت اشتغال شاغلان بررسی شده

درصد	فراوانی	مدت اشتغال
48.33	29	۵سال یا کمتر
30	18	بین ۵ تا ۱۰ سال
26.66	13	بیش از ۱۰ سال
100	60	

بر اساس جدول شماره ۳ از بین پاسخگویان، ۴۸.۳٪ از کارکنان به مدت ۵ سال یا کمتر مشغول به کارند، در حالیکه ۳۰٪ کارکنان بین ۵ تا ۱۰ سال و ۲۶.۶٪ نیز بیش از ۱۰ سال مشغول به کار بوده‌اند و این نشان می‌دهد که احساس ناامنی شغلی در این مراکز بیش از خود ناامنی است. ۴۰٪ از کارکنان این شغل را بعنوان شغل موقت پذیرفته‌اند. اکثریت کارکنان دارای تحصیلات در حد سیکل می‌باشند. در حقیقت از بیشترین درصد مدت اشتغال ۴۸.۳٪، می‌توان چنین استنباط کرد که اکثریت پاسخگویان بیشتر به این دلیل که کار دیگری برایشان یافت نمی‌شود، موافق ادامه کار در مراکز پذیرایی گردشگری می‌باشند و در صورت یافتن کار بهتر که در آن شخصیت اجتماعی داشته باشند و کمتر دچار فشار کاری باشند، شغل خود را عوض می‌کنند. براساس گفته‌های این کارکنان، ساعت کاری مرکز پذیرایی گردشگری از ساعت ۱۰ الی ۱۱ صبح آغاز و تا حدود ۱۲ الی ۱ شب طول می‌کشد.

کار گروهی

بر طبق نظر هپ و ماهلمن^۱ (۱۹۹۸)، روابط مناسب، تقسیم کار و کار گروهی از عوامل مهم در موفقیت مراکز اشتغال هستند (Hope & Muhleman, 1998). به دلیل اهمیت این موضوع در پژوهش حاضر به این نکته نیز پرداخته شده است.

جدول شماره ۴ - نظرات پاسخگویان در رابطه با آزادی در شغل و کارگروهی

رتبه	امتیاز	بی نظر		موافق		مخالف		بشدت مخالف	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
3	34.25	5	11.6	7	28.3	17	41.6	25	13.3
11	25.75	8.3	5	8.3	5	8.3	38	20	12
2	35.25	7	11.6	39	65	10	16.6	4	6.6
7	30.5			11	18.3	40	66.6	9	15
1	44	3	5	9	15	4	6.6		
6	31.5	13	21.6	4	6.6	9	15	5	8.3
10	26.25	6	10	12	20	9	15		
9	28	5	8.3	4	6.6	31	51.6	13	21.6
8	30.25	11	18.3	31	51.6	10	16.6	8	13.3
4	32.5	5	8.3	29	48.3	17	28.3	9	15
5	31.75	8	13.3	27	45	21	35	4	6.6
5	31.75	7	11.6	34	56.6	9	15	7	11.6

منبع: یافته‌های پژوهش

¹ - Hope & Mahelman

با توجه به جدول شماره ۴، مشاهده می‌شود که بالاترین رتبه مربوط به اهمیت نظر مهمانان در کار پرسنل است. ۵۶٪ پرسنل موافق این بودند که علاقه به تلاش بیشتر برای انجام شغلشان دارند، ۶۰٪ پاسخ دهندگان خود را عضوی از یک گروه می‌دانستند. ۵۴٪ مخالف یا بشدت مخالف بودند که کارشان در مدیریت با ارزش است که این نشان دهنده عدم توجه مدیر به حضور و مشارکت پرسنل در اداره مراکز پذیرایی گردشگری می‌باشد. این مساله با ۷۸٪ ۳٪ عدم فرصت برای ارائه خلاقیت و ایده‌های پرسنل بیشتر اثبات می‌شود. همینطور ۷۳٪ ۲٪ پاسخگویان معتقدند که مدیر نسبت به آینده کارکنان، بی تفاوت است که این نشانه عدم امنیت شغلی می‌باشد و اینکه مدیر بیشتر به منفعت شخصی خود می‌اندیشد نه به آیند شغلی کارکنان. ۶۵٪ پاسخگویان اعتقاد داشتند که عضوی از گروه می‌باشند که نشانه محیط دوستانه در مراکز پذیرایی می‌باشد و این مساله رتبه ۲ را در نظرات پاسخگویان کسب کرده است. عدم وجود زمینه‌های پیشرفت ۸۱٪ ۶٪ آرا را به دست آورده است که نشان می‌دهد اکثریت پاسخگویان فکر می‌کردند که شغلی را که انجام می‌دهند، جای پیشرفت ندارد و همچنان در جای خود، در جا می‌زنند که این مساله خود عاملی در جهت عدم اشتغال طولانی مدت و به دنبال کار دیگری گشتن محسوب می‌شود. ۴۸٪ ۳٪ کارکنان احساس نیاز به دوره‌های آموزشی مرتبط با کارشان اشاره کردند که البته ۴۳٪ ۳٪ نیز عدم نیاز را بیان کردند که این نشان از اعتماد به نفس کارکنان به درست ایفا کردن کارشان دارد که با دوره‌های آموزشی موردنیاز آنها، می‌توان هر چه بیشتر ارتباط بین کارکنان با مهمانان و مدیران را ارتقاء داد. با توجه به جدول، مشاهده می‌شود که ۴۵٪ پاسخگویان از نقشی که ایفا می‌کنند، احساس رضایت دارند. شاید بتوان چنین تعبیر کرد که کارکنان که نقششان را انتخاب می‌کنند (به اجبار یا انتخاب خودشان)، سعی می‌کنند نقش خود را به بهترین نحو ایفا کنند و در عین حال احساس رضایت را داشته باشند.

جدول شماره ۵ - ارزش‌های موجود در محیط کار از نظر کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری

رتبه	درصد	تعداد	ارزش در محیط کار
۶	۵	۳	شور و نشاط
۱	۶۴۱	۲۵	محیط دوستانه
۴	۱۰	۶	احساس آرامش
۳	۱۵	۹	محیط پاکیزه
۵	۶۶	۴	کار فردی
۲	۶۲۱	۱۳	کار گروهی

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول شماره ۵، مهمترین مساله در محیط کار کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری محیط دوستانه می‌باشد که ۴۱٪ ۶٪ پاسخگویان بدان اشاره کرده‌اند که نشان از ارتباط دوستانه بین کارکنان می‌باشد. ۲۱٪ ۶٪ عنوان کرده‌اند که بخشی از یک گروه هستند که رتبه دوم را در میان ارزش‌های موجود در کار کسب کرده است. ارزش‌های بعدی محیط کار از نظر کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری، به ترتیب محیط پاکیزه، احساس آرامش کار فردی و شور و نشاط می‌باشند. پس می‌توان گفت وجود محیط دوستانه، خود کمی از فشار کاری و استرس آن می‌کاهد و هر چه بیشتر موجب بهتر ایفا شدن کار توسط کارکنان در مراکز پذیرایی گردشگری می‌شود.

جدول شماره ۶- نگرش کارکنان نسبت به کارآیی مدیران

	رتبه		امتیاز		بی نظر		بشدت موافق		موافق		مخالف		به شدت مخالف	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
فرصتی داریم تا مشکلاتمان را بیان کنیم.	27.5	4	0	0	13.3	8	63.3	38	16.6	10				
بیان مشکلات از طرف ما موجب حمایت بیشتر از سوی مدیران یا کارکنان خواهد شد.	27.5	3	0	0	16.6	10	55	33	23.3	14				
در مدیریت به کارکنان بهائنی داده نمی‌شود	27.8	2	18.3	11	68.3	41	10	6	0	0				
در قبال تلاشمان به ما پاداش داده می‌شود	40.3	4	8.3	5	63.3	38	21.6	13	1.6	1				

منبع: یافته‌های پژوهش

در پاسخ به پرسش نگرش کارکنان نسبت به کارایی مدیران (جدول شماره ۶)، تنها ۱۶٪ پاسخ دهندگان عنوان کردند که بیان مشکلات از طرف ما موجب حمایت بیشتر از سوی مدیران یا کارکنان خواهد شد که این مساله ضعف بسیار بزرگی را در مدیریت نشان می‌دهد که هر چه بیشتر بین مدیران و کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری شکاف ایجاد می‌کند. ۸۶٪ پرسنل احساس می‌کنند که در مدیریت به آن‌ها بهائنی داده نمی‌شود و ۷۹٪ نیز مخالف وجود فرصت برای بیان مشکلاتشان می‌باشند. بر طبق ادبیات پژوهش روشن شد که دستمزد بالا مهمترین عامل انگیزشی برای کارکنان می‌باشد و در این خصوص نیز اکثر کارکنان (۷۱٪) موافق بودند که در قبال تلاش شان به آن‌ها پاداش داده می‌شود که نشان از رضایت شغلی در زمینه میزان پاداش دریافت شده توسط کارکنان می‌باشد.

عوامل گرایش به ادامه شغل:

جدول شماره ۷- عوامل گرایش کارکنان به ادامه شغلشان

عامل مهم در انتخاب	رتبه	
	درصد	تعداد
شغل حقوق	48.3	29
پاداش	15	9
ملاقات مردم	5	3
نزدیکی به محل	3.3	2
آشنایی با کارکنان	3.3	2
شغل موقت	25	15

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول شماره ۷، مشاهده می‌شود که ۶ عامل را به عنوان عوامل گرایش کارکنان به ادامه شغلشان در مراکز پذیرایی گردشگری در نظر گرفته ایم که این ۶ عامل را با توجه به مطالعات انجام شده در زمینه عوامل موثر در گرایش کارکنان به دست آوردیم. بالاترین رتبه که مربوط به مهمترین عامل گرایش کارکنان می‌باشد، عامل حقوق است که ۴۸٪ پاسخگویان به این مورد اشاره کرده‌اند. دومین عامل شغل موقت می‌باشد که ۲۵٪ آنرا بیان کرده‌اند

که عامل مناسبی برای انتخاب شغل نیست چرا که این افراد همچنان به دنبال کار دیگری هستند و همین عامل موجب می‌شود که در کار خود به نحو مناسبی عمل نکنند. ۱۵٪ عامل پاداش را قید کردند. با توجه به مطالعه میدانی این نکته قابل ذکر است که هر چه این مراکز پذیرایی گردشگری از نظر ظاهر زیباتر باشند موفقیت بیشتری در زمینه جلب مشتری دارند و همچنین، دارای مشتری‌های مرفه تر بوده‌اند و همین موجب دادن پاداش‌های قابل توجه به کارمندان این مراکز بود. ۵٪ پاسخگویان عامل ملاقات مردم را از عوامل گرایش به شغلشان ذکر کرده‌اند و نزدیکی به محل و آشنایی با کارکنان نیز در سطوح پایین تر توسط کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری ذکر شده است.

نگرش‌های مربوط به انتظارات کارکنان:

۱/۴ سوالات مرتبط با نظرات پرسنل نسبت به مهمانان و تهیه خدمات بودند که نتایج در جدول شماره ۸ نشان داده شده‌اند.

جدول شماره ۸- نظرات مربوط به تهیه خدمات و انتظارات مهمانان (% پاسخگویان)

	بی نظری		مخالف		موافق		بشدت موافق		بشدت مخالف	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
مهمترین بخش شغل را با مهمانان است	10	6	0	0	38	38	63.3	0	0	0
مهمانان از خدماتی که من تهیه کردم، قدردانی می‌کنند	11.6	7	18.3	11	41.6	25	28	17	0	0
انتظارات توریست‌ها از خدمات بیش از وضع رستوران من است	16.6	10	0	0	15	9	68	41	0	0
مهمانان بیشتر از افرادی هستند که قبلاً نیز در آنجا بودند	13.3	8	26.6	16	53.3	32	7	4	0	0
مهمانان با من با احترام رفتار نمی‌کنند	3.3	2	0	0	0	0	77	46	20	12
من دوست ندارم به مهمانان ناراحت رسیدگی کنم	18.3	11	0	0	15	9	42	25	25	15
من ترجیح می‌دهم با مشتریان / مهمانان تکراری برخورد داشته باشم	6.6	4	36.6	22	46.6	28	10	6	0	0
مهمانان بیشتر از آنهایی که قبلاً بودند شکایت دارند	15	9	0	0	0	0	85	51	0	0
نگرش‌های مهمانان نسبت به من سطح خدماتی را که تهیه کردم، منعکس می‌کند	13.3	8	13.3	8	73.3	44	0	0	0	0
رضایت مهمانان از خدماتی که ارائه می‌دهند مهمتر از نگرش همکاران نسبت به من است	16.6	10	36.6	22	46.6	28	0	0	0	0

منبع: یافته‌های پژوهش

بیش از نیمی از پاسخ دهندگان (۶۳.۳٪)، مهمترین بخش کارشان را، روابط با مهمانان می‌دانند. ۵۹.۹٪ کارمندان معتقدند که مهمانان از خدماتی که من تهیه کردم قدردانی می‌کنند که این مطلب نشان‌دهنده ایفای مناسب شغل توسط کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری و مدیریت مناسب این مراکز می‌باشد همچنین موافقت ۷۹.۷٪ کارکنان بر این مساله که مهمانان بیشتر از افرادی هستند که قبلاً در آنجا بودند، بر این مساله تاکید می‌کند.

۹۷٪ کارکنان مخالف بی احترامی مهمانان با آنان هستند که این نشان می‌دهد که مهمانان شخصیت اجتماعی برای این کارکنان قایل هستند و این به دلیل انجام وظیفه به نحو احسن توسط کارکنان می‌باشد. ۸۶.۶٪ پرسنل موافق یا به شدت موافقت که نظرات مهمانان براساس سطح خدماتی که آن‌ها مهیا می‌کنند، تحت تاثیر قرار می‌گیرند. در حقیقت ۸۳.۲٪ کارکنان بر این باورند که رضایت مهمانان از خدماتی که کارکنان ارائه می‌دهند مهمتر از نگرش

همکاران نسبت به من است، که نشان دهنده اهمیت مشتری در مراکز پذیرایی گردشگری می باشد چرا که رونق و بهتر کار کردن مراکز پذیرایی گردشگری به رضایت مشتری مرتبط است. ۱۵٪ از پاسخ دهندگان معتقدند که انتظارات گردشگران از خدمات بیش از وضع موجود است به عبارتی این وضعیت بدین معناست که کارکنان نیز اذعان دارند که خدمات ارائه شده می تواند در سطح بالاتری ارتقاء یابد. همچنین ۶۷٪ پاسخگویان اظهار داشته اند که ناراحت بودن مشتری تاثیری در خدمات رسانی آن ها ندارد. این دیدگاه در تمام مجتمع های پذیرایی گردشگری با درجات مختلف دیده می شود. اکثریت پاسخگویان برخورد با مشتری های تکراری را ترجیح داده اند. در زمینه تهیه خدمات، توسط سؤال باز پرسیده شد که " از کدام طرق شما معتقدید که خشنودی مهمانان را در مراکز پذیرایی گردشگری ایجاد می کنید ". اکثریت پاسخگویان (۶۰٪) اظهار داشتند که از طریق خوب انجام دادن وظیفه شان این کار را می کنند و ۳۶٪ تهیه خدمات باکیفیت را بیان کردند. بیش از ۱۶٪ قیمت مناسب برای خشنودی مهمانان را عامل مهم دانسته اند.

تحلیل یافته ها

درآمد و رضایت شغلی

عامل درآمد تقریباً برای همه گروه های شغلی از مهمترین عوامل تاثیرگذار در رضایت مندی شغلی به شمار می رود. با در نظر داشتن تفاوت فردی و به تبع آن تفاوت در دیدگاه ها نسبت به پول، حالت های متنوعی را می توان متصور شد. به نظر می رسد این عامل برای کسانی که نمی توانند از راه های دیگری در کار خود رضایت به دست آورند از اهمیت بیشتری برخوردار است. در طی تحقیق دیده شده است که برخی به دلیل کمی حقوق به تغییر شغل خود حتی با شغل هایی با منزلتی پایین تر اقدام می کنند.

جدول شماره ۹- مقایسه درآمد و رضایت مندی شغلی پاسخگویان

رضایت مندی شغلی		رضایت مندی شغلی		
بله	خیر	بله	خیر	
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
4	13	6.6	21.6	بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان
15	7	25	11.6	بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان
7	3	11.6	5	بین ۵۰۰ هزار تا ۱ میلیون تومان
9	2	15	3.3	بیش از ۱ میلیون تومان

منبع: یافته های پژوهش

Correlations

	رضایت	درآمد
رضایت	Pearson Correlation 1	.748 (**)
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	25
درآمد	Pearson Correlation .748 (**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	25

** Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed).

با توجه به جدول شماره ۹، مشاهده می‌شود که بیشترین رضایت مندی (۲۵٪) مربوط به حقوق بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان می‌باشد و این بدلیل حجم نمونه گیری می‌باشد که بیشتر شامل دربانان بوده است. کمترین رضایت مندی نیز به حقوق بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان بر می‌گردد که بیشتر بین خدمتکاران به چشم می‌خورد. پس همانطور که مشاهده شد بیشترین درآمد مربوط به آشپزها (بیش از ۱ میلیون تومان) می‌باشد که با این تفاسیر، حدود ۳۰٪ آنها از درآمد خود رضایت نداشتند. با توجه به ارتباط بین متغیر درآمد و رضایت مندی شغلی، بر اساس نرم افزار spss و آزمون correlation، این دو عامل با ضریب اطمینان ۹۹٪ با هم همبستگی دارند پس می‌توان گفت میان درآمد و رضایت شغلی کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری ارتباط مثبت وجود دارد.

مدیریت مراکز

با توجه به ادبیات پژوهش و همچنین با حضور میدانی در منطقه نکته قابل ذکر در انتخاب مشتریان برای مراکز پذیرایی گردشگری، این بود که ابتدا به طور ناخودآگاه توجه مهمان به ویژگی‌های ظاهری این مراکز جلب می‌شود و شاید کسی که برای اولین بار به این مراکز مراجعه می‌کند ابتدا به ویژگی‌های ظاهری مرکز از جمله مساحت، نما و... اهمیت می‌دهد و بعد از ورود به مرکز پذیرایی به مواردی چون برخورد کارکنان، نوع غذا، پاکیزگی و... توجه می‌کند. پس می‌توان گفت مراکز پذیرایی گردشگری باید توأم با هم از نظر کمی و کیفی به فکر ارتقاء این مراکز باشند تا هر چه بیشتر بتوانند در کار خود موفق شوند.

به همین جهت عواملی که در موفقیت مدیران در نظر گرفته شده عبارتند از: نمای مرکز پذیرایی، ظرفیت مرکز پذیرایی، مساحت مرکز پذیرایی، تعداد میز، سواد، تعداد پرسنل، تعداد شغل‌های ایجاد کرده، رضایت شغلی. در زمینه عامل نما، با حضور در منطقه و مشاهده مراکز پذیرایی، این عامل را در سه دسته سنتی (مانند رستوران‌های سنتی)، معمولی (مانند سنگ مرمر)، غیر لوکس و لوکس تقسیم بندی کرده‌ایم که هر چه این نماها از نظر مالی بیشتر هزینه شده بودند، مشتریان مرفه تری نیز می‌طلبیدند چرا که این عامل خود بر روی قیمت غذاها و همچنین درآمد کارکنان تاثیر قابل توجهی داشت که این موضوع را با دیدن وسایط نقلیه گران پارک شده در جلوی این مراکز پذیرایی گردشگری به راحتی می‌توان درک کرد.

عامل دیگر مساحت و ظرفیت مراکز پذیرایی گردشگری بود که هر چه مساحت بیشتر بود، ظرفیت آن نیز افزایش می‌یافت. ارزش مراکز نیز عامل بعدی بود که در موفقیت مدیران نقش مهمی را ایفا می‌کرد.

عامل سواد نیز در مدیران مورد سوال قرار گرفت و جالب این بود که اکثریت این مدیران کسانی بودند که سرمایه هنگفتی (از طریق ارث و یا طرق دیگر) بدست آورده بودند و کسانی بودند که از این شغل پیروی کردند و توانستند با سرمایه خود در کارشان خبره شوند. بسیاری از این مدیران هفته‌ای یکبار به مجتمع پذیرایی شان سر می‌زدند و نماینده‌ای در محل داشتند تا بر تمام کارها رسیدگی نماید البته خود مدیران نیز کاملاً در جریان کارها بودند. پس می‌بینیم که در امر مدیریت مراکز پذیرایی گردشگری سواد نیز مهم بود اگرچه این سواد در رشته‌های غیر مرتبط نیز به چشم می‌خورد.

عوامل دیگر شامل تعداد پرسنل و تعداد مشاغل ایجاد شده می‌باشد. بطوریکه تعداد پرسنل با توجه به مساحت رستوران و تعداد مشتریان افزایش یا کاهش می‌یابد. این مراکز با توجه به درآمد بالا و نیاز فراوان به مواد اولیه عمدتاً نیازهای خود را از روستاهای اطراف تهیه کرده و گوشت، برنج و میوه جات و دیگر مواد مصرفی مورد نیاز این مراکز را فراهم می‌سازند که همین موجب ایجاد شغل در روستاهای اطراف می‌شود.

جدول شماره ۱۰- عوامل موثر در موفقیت مدیران مراکز پذیرایی گردشگری

رضایت شغلی	ظرفیت	تعداد مشاغل ایجاد کرده	تعداد پرسنل	میزان سود	نما	ارزش	مساحت زمین	تعداد میز	کد	تعداد	
										مشاغل	پرسنل
2	400*4	35*3	20*5	4	4	7000000000*5	3500*5	47*4	1	2	
1	1200*5	50*4	31*5	5	4	10000000000*5	5000*5	100*5	2	1	
1	100*2	12*1	4*1	5	2	750000000*3	500*3	10*2	3	1	
2	250*3	22*2	14*3	4	3	2400000000*4	1200*4	30*3	4	2	
2	90*1	20*2	5*2	2	2	2890000000*4	1700*4	14*2	5	2	
2	88*1	17*1	6*2	2	2	1600000000*3	800*3	11*2	6	2	
2	75*1	11*1	4*1	3	4	720000000*2	400*2	8*1	7	2	
2	100*2	14*1	5*2	4	3	2000000000*4	1000*4	9*1	8	2	
1	350*4	35*3	15*4	1	1	3400000000*4	1700*4	40*4	9	1	
1	250*3	40*3	10*3	1	3	1800000000*4	1000*4	25*3	10	1	
2	150*2	22*2	9*2	4	2	1200000000*3	600*3	13*2	11	2	
1	150*2	34*3	16*4	3	4	4500000000*5	3000*5	35*3	12	1	
1	85*1	13*1	4*1	7	1	450000000*2	300*2	8*1	13	1	
2	150*2	23*2	9*2	3	2	1600000000*3	800*3	20*3	14	2	
2	50*1	20*2	5*2	2	2	720000000*2	400*2	11*2	15	2	
1	170*2	23*2	6*2	4	2	2700000000*1	150*1	20*3	16	1	
2	400*4	29*2	8*2	4	2	1400000000*3	700*3	19*2	17	2	
2	400*4	40*4	27*5	3	4	3600000000*4	1800*4	37*3	18	2	
2	40*1	16*1	5*2	6	2	2000000000*4	1000*4	30*3	19	2	
2	1100*5	27*2	20*4	2	4	4000000000*5	2000*5	40*4	20	2	

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۱۱

ضریب	رضایت شغلی	ظرفیت رستوران	تعداد مشاغل ایجاد کرده	تعداد پرسنل	سود	نما	ارزش	مساحت رستوران	تعداد میز
1	خیر	<100	<20	<5	بیسود	سنتی	<2700000000	<200	1_10
2	بله	100_200	20_24	5_9	ابتدایی- راهتمایی	معمولی	2700000001-7200000000	200_500	10_20
3		200_300	25_34	10_14	دیپلم	غیر لوکس	7200000001-16000000000	500_1000	20_40
4		300_700	35_40	15_19	لیسانس	لوکس	1600000001-36000000000	1000_2000	40_50
5		700>	40>	20>	بالتر از لیسانس		3600000001>	2000_5000	50_100

منبع: یافته‌های پژوهش

برای تحلیل ارتباط بین داده‌های مرتبط به موفقیت مدیران و رضایت شغلی آن‌ها از این عوامل ذکر شده در جداول فوق استفاده شد به طوری که با توجه به جدول شماره ۱۰، ارزش هر عامل با توجه به پرسشنامه و مصاحبه انجام شده با مدیران (۲۰ مدیر) در جدولی به شرح زیر آمده است. مثلاً در خصوص تعداد میز طبقه بندی با توجه به داده‌های پاسخگویان طبقه بندی صورت گرفت که به تعداد میز ۱-۱۰ ضریب ۱، ۱۰-۲۰ ضریب ۲، ۲۰-۴۰ ضریب ۳، ۴۰-۵۰ ضریب ۴ و ۵۰-۱۰۰ ضریب ۵ تعلق گرفت. در مرحله بعدی بر اساس ضرایب تعیین شده، ارزش هر مرکز

پذیرایی گردشگری سنجیده شد. این روش برای سایر عوامل نیز بطور مشابهی انجام شده است که در جدول شماره ۱۱ مشاهده می‌شود. با توجه به جدول شماره ۱۲، برای هر سطر مجموع امتیاز را از جمع ضرایب بدست آورده و امتیاز عوامل موثر در موفقیت مدیران محاسبه شد.

جدول شماره ۱۲- امتیازدهی عوامل موثر در موفقیت مدیران

امتیاز	ظرفیت رستوران	تعداد مشاغل ایجاد کرده	تعداد پرسنل	میزان			مساحت زمین	
				سواد	نما	ارزش	رستوران	تعداد میز
15	1	1	1	3	4	2	2	1
15	1	2	2	2	2	2	2	2
16	1	1	2	2	2	3	3	2
16	1	1	1	7	1	2	2	1
17	2	2	2	4	2	1	1	3
19	1	2	2	2	2	4	4	2
19	2	1	1	5	2	3	3	2
20	2	2	2	3	2	3	3	3
21	2	1	2	4	3	4	4	1
20	2	2	2	4	2	3	3	2
22	4	2	2	4	2	3	3	2
23	1	1	2	6	2	4	4	3
25	4	3	4	1	1	4	4	4
24	3	3	3	1	3	4	4	3
26	3	2	3	4	3	4	4	3
29	2	3	4	3	4	5	5	3
31	4	4	5	3	4	4	4	3
31	5	2	4	2	4	5	5	4
34	4	3	5	4	4	5	5	4
38	5	4	5	5	4	5	5	5

منبع: یافته‌های پژوهش

در مرحله بعد برای عامل رضایت شغلی برای "بله" ضریب ۲ و برای "خیر" ضریب ۱ در نظر گرفته شد که دو ستون به شرح زیر دست می‌آمد.

جدول شماره ۱۳- محاسبه امتیاز عوامل رضایت شغلی

رضایت شغلی	امتیاز
2	15
1	15
1	16
2	16
2	17
2	19
2	19
2	20
1	21
1	20
2	22
1	23
1	25
2	24
2	26
1	29
2	31
2	31
2	34
2	38

Correlations			
		VAR00001	VAR00002
Kendall's tau_b	VAR00001	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.123
		N	20
VAR00002		Correlation Coefficient	.123
		Sig. (2-tailed)	.525
		N	20

منبع: یافته‌های پژوهش

از طریق سنجش جدول شماره ۱۳ در نرم افزار SPSS و آزمون همبستگی ملاحظه شد که در شرایط فعلی ارتباطی بین موفقیت مدیران و رضایت کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری وجود ندارد و این موفقیت بیشتر از جنبه سرمایه گذاری بیشتر می باشد که موجب بهتر کار کردن کارکنان در شغل محول شده به آنها خلاصه می شود پس می توان گفت عامل سرمایه بیش از نیروی انسانی برای مدیریت اهمیت داشته است.

نتیجه گیری و پیشنهادات

برخورداری از کارکنانی متعهد و وفادار، مهم ترین عامل موفقیت در هر موسسه و سازمانی است. اولویت اصلی در هر سازمانی، باید جلب و حفظ کارکنان متعهد باشد. ناکامی در تحقق این امر، به معنای از دست دادن کارایی، عدم رشد و از دست دادن کسب و کار است. موفقیت در دنیای رقابتی، متعلق به سازمان هایی است که کارکنان متعهد و وفادار را بزرگ ترین سرمایه خود بدانند. دستمزد و درآمد حاصل از کار، به عنوان مهمترین عامل در انتخاب شغل کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری دیده می شود. یافته های موجود آشکار می کند که چون اینکار تنها کار در دسترس بوده، دومین دلیل مهم برای انتخاب کار در مجتمع های پذیرایی گردشگری می باشد بر اساس پاسخ گویان، مشاهده شد که در اینکار تنوع شغلی خیلی کم و یا اصلا وجود ندارد. نیمی از آنها نیز به علت عدم وجود شغل دیگر تمایل به ادامه کار داشتند.

رضایت شغلی، عاملی مهم برای افزایش کارایی و نیز رضایت فردی در سازمان تلقی می شود که درآمد از مهمترین عوامل ایجاد رضایت در بین کارکنان است در عین حال ملاقات با مردم نیز اگرچه در حد اندک اما از دیگر عوامل ایجاد رضایت بین کارکنان بوده است در حالی که بیش از نیمی از پاسخ گویان ملاقات با مردم را عامل رضایت بخش نمی دانستند. این امر نشان می دهد که اگرچه ارتباط با مشتریان از عوامل مهم در این شغل است اما این امر به خوبی به وقوع نپیوسته و کارکنان صرفا به شغل شان بعنوان یک وظیفه نگاه می کنند. اکثریت پاسخ گویان معتقدند که مدیر نسبت به آینده کارکنان، بی تفاوت است که این نشانه عدم امنیت شغلی می باشد و اینکه مدیر بیشتر به منفعت شخصی خود می اندیشد نه به آینده شغلی کارکنان. بیش از نیمی نیز اعتقاد داشتند که عضوی از گروه می باشند که نشانه محیط دوستانه در مراکز پذیرایی است. اکثریت پاسخ گویان فکر می کردند که شغلی را که انجام می دهند، جای پیشرفت ندارد و همچنان در جای خود، در جا می زنند که این مساله خود عاملی در جهت عدم اشتغال طولانی مدت و به دنبال کار دیگری گشتن محسوب می شود.

تنها ۱۶٪ پاسخ دهندگان عنوان کردند که بیان مشکلات از طرف ما موجب حمایت بیشتر از سوی مدیران یا کارکنان خواهد شد که این مساله ضعف بسیار بزرگی را در مدیریت نشان می دهد بطوریکه هر چه بیشتر بین مدیران و کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری شکاف ایجاد می کند. ۸۶٪ پرسنل احساس می کنند که در مدیریت به آنها بهائی داده نمی شود و ۷۹٪ نیز مخالف وجود فرصت برای بیان مشکلاتشان می باشند. این تحقیق نشان می دهد که نظرات کارکنان به عنوان یک عنصر کلیدی در بهبود تهیه خدمات توریسم دارای اهمیت است. مهمترین عامل

گرایش کارکنان عامل حقوق است و دومین عامل شغل موقت می‌باشد چرا که این افراد همچنان به دنبال کار دیگری هستند و همین عامل موجب می‌شود که در کار خود به نحو مناسبی عمل نکنند.

در قسمت مدیریت با توجه به ۶ عاملی که برای موفقیت مدیران در نظر گرفتیم، به این نتیجه رسیدیم که در شرایط فعلی موفقیت مدیران ابتدا از سرمایه‌گذاری آنان در این مراکز نشأت گرفته و در مرتبه بعدی این مدیران به منابع انسانی که در مراکز به کار گیرند، توجه می‌کنند که باید شغل خود را به خوبی ایفا کنند تا هر چه بیشتر موفقیت مدیران استمرار یابد. اکثریت مدیران به کارکنان خود تنها از حیث ایفای مناسب نقششان به نحو احسن توجه دارند و به جز آن رضایت آن‌ها برایشان هیچ اهمیتی ندارد که همین موجب ایجاد شکاف بین کارکنان و مدیر مراکز پذیرایی گردشگری می‌شود. پس می‌توان گفت عامل سرمایه بیش از نیروی انسانی برای مدیران مراکز پذیرایی گردشگری اهمیت داشته است.

به منظور افزایش رضایت کارکنان مراکز پذیرایی گردشگری و موفقیت مدیران و ارتقاء مراکز پذیرایی گردشگری در جذب گردشگران، پیشنهاد می‌شود:

- طرح‌های آموزشی مناسب کارکنان در بخش مراکز پذیرایی گردشگری به اجرا درآید که هم در مورد برخورد با مهمان و هم در مورد حقوق این کارکنان باشد و اینکه با این دوره‌های آموزشی بتوان خلاقیت را در ذهن این کارکنان ایجاد کرد و اینکه این اشخاص نیز دارای شخصیت اجتماعی مانند دیگر مشاغل باشند.

- باید روش‌های برطرف کردن مشکلات ساعات کاری و فشار کاری از طریق مذاکره با کارکنان جستجو شود؛ هر چه که بیشتر کارکنان به شغل خود علاقه مند شوند (از طرقی چون درآمد مناسب، پاداش شغلی، تشویق، مشارکت کارکنان در مدیریت مراکز و...) بهتر از قبل به ایفای نقش خود می‌پردازند و همین عامل در عین حال که به سرویس دهی بهتر گردشگران می‌انجامد، موجب جلب گردشگران بیشتر به این مراکز پذیرایی و افزایش موفقیت مدیران می‌شود که منجر به افزایش درآمد کارکنان خواهد شد؛

- مدیران باید فرهنگ مدیریت صحیح را بشناسند و آنرا به منظور دستیابی به رضایت کارکنان و مشتریان اختیار کنند؛

- همچنین مدیران باید برای بهبود کار کارکنان، به تشویق آن‌ها و استفاده از پیشنهادهایشان روی آورند.

منابع:

پیری، محمد، ۱۳۸۶، تأثیر آزادسازی روند تجارت بر صنعت توریسم بزرگترین صنعت خدماتی جهان، روزنامه ایران، شماره ۳۷۷۰، صفحه ۸.

حدادی، محمود، ۲۰۰۷، رضایت شغلی و بهره‌وری، بانک مقالات فارسی.

رضوانی، علی اصغر، ۱۳۷۶، جغرافیا و صنعت گردشگری، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ پنجم.

زعفری هشتچین، فرهاد، ۱۳۸۷، استانداردهای مدیریت مراکز پذیرایی گردشگری، رستوران داری و کافی شاپ، سایت مرجع هتل رستوران و کافی شاپ در ایران، ایران شف.

سازمان ایرانگردی و جهانگردی، ۱۳۸۵، فعالیت‌های مراکز پذیرایی گردشگری و رستوران.

صالحی نسب، زهرا، ۱۳۸۴، گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا دانشگاه تهران، استاد راهنما دکتر محمدرضا رضوانی.

طالبان، محمدرضا، ۱۳۷۴، تحلیلی اجتماعی ازخشنودی شغلی، نامه پژوهش فرهنگی، سال ششم، شماره ۱ و ۲، ص: ۵۰-۲۳.
قادری، اسماعیل و شناور، ۱۳۸۶، تا چه میزان رضایت شغلی موفقیت سازمانی را به همراه خواهد داشت، نسخه شماره ۱۰۹، نشریه صنعت خودروی صدونه.

کینان، کیت (۱۳۷۷): چگونه در کارمندان انگیزه ایجاد کنیم، ترجمه قاسم کریمی، تهران، انتشارات قدیانی.

گل زاده، الناز، ۲۰۰۷، بررسی عوامل موثر بر انگیزش شغلی کارکنان در سازمان‌ها، بانک مقالات فارسی.

مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵، سرشماری عمومی نفوس و مسکن.

هومن، حیدرعلی، ۱۳۸۱، تهیه و استاندارد ساختن مقیاس سنجش رضایت شغلی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.

Gunn, Clare A. ; *Tourism Planning, Basics, Concepts, Cases*; Third edition, Tolyor & Francis, 1994, PP: 85-101 .

Hope, C. , & M. uhlemann, A. (1998). Total quality, human resource management and tourism. *Tourism Economics*, 4 (4), 367–386 .

Sharpley, Richard. Forster, Gill. (2003). The implications of hotel employee attitudes for the development of quality tourism: the case of Cyprus, *Tourism Management* 24 (2003) 687–697

Smith, S. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21 (3), 582-595

contact@aramwebdesign. com. 15/08/1388

<http://www.iranhotelonline.com>,1388/03/09