

Investigating the Factors Affecting the Quality of Style of Hospitality Services in 4-Star Hotels in the Country

ARTICLE INFO

Article Type

Analytical Review

Authors

Leila Bagheri Nezamabad¹

Ismail Kavousy^{2*}

How to cite this article

Leila Bagheri Nezamabad, Ismail Kavousy, Investigating the Factors Affecting the Quality of Style of Hospitality Services in 4-Star Hotels in the Country, *Journal of Islamic Life Style Centered on Health*. 2019;3(4):165-178.

1. PhD Student, Department of Cultural Management and Planning, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

2. Professor, Department of Cultural Management and Planning, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: ekavousy@gmail.com

Article History

Received: 2019/10/11

Accepted: 2019/12/11

ePublished: 2019/12/21

ABSTRACT

The tourism industry, as the most dynamic global industry, is one of the most important sources of income and job creation factor and includes sectors such as hotel management, hospitality, food and beverage industry and transportation; Therefore, it has both the property of currency and the distribution of purchasing power throughout the host country. Therefore, it can be considered the most important program without relying on the oil industry.

Purpose: The purpose of this study was to investigate the factors affecting the quality of style of hospitality services in 4-star hotels in Iran.

Materials and Methods: The research method is descriptive in terms of practical purpose, quantitative in terms of data type and descriptive and correlational in terms of data collection. The statistical population includes 1200 hotel management agents of the capital. The sampling method is simple. From the statistical population according to the sampling criteria (based on the sampling method of Morgan table) 124 people were selected as the research sample and then using the researcher-made questionnaire technique in five dimensions and 44 items and based on the scale of five Likert options and extracted items In the statistical sample of the research has been questioned. In the descriptive statistics section, data descriptions are presented in two sections: contextual variables and main variables, and in the inferential statistics section, the nonparametric Spearman correlation test is used to test the hypotheses.

Findings: The research findings indicate the importance of the results of weighting the votes of guests and those involved in the hotel industry.

Conclusion: In the end, by analyzing the data, it can be concluded that architectural design style, scope, variety of services, staff capability, hotel management, creativity and innovation in hotel management have a positive and significant effect on the quality of hospitality services in 4-star hotels in Iran.

Keywords: Economic Challenges, Social Challenges, Privatization, Education

بررسی عوامل موثر بر کیفیت سبک خدمات میهمان

نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور

لیلا باقری نظام آباد^۱

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد

تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

اسماعیل کاوسی^{۲*}

استاد، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

چکیده

صنعت گردشگری به عنوان پویاترین صنایع جهانی، از مهمترین منابع درآمدزا و عامل ایجاد فرصت‌های شغلی بوده و شامل بخش‌هایی چون هتل‌داری، میهمان‌نوازی، صنعت تأمین خوراک و نوشیدنی و حمل و نقل است؛ لذا هم از خاصیت ارزش آوری برخوردار است و هم سبب توزیع قدرت خرید در سراسر کشور میزبان می‌شود. بنابراین می‌تواند مهمترین برنامه بدون اتکاء به صنعت نفت محسوب شود.

هدف: هدف از انجام این پژوهش بررسی عوامل موثر بر کیفیت سبک خدمات میهمان‌نوازی در هتل‌های ۴ ستاره ایران است.

مواد و روش‌ها: روش تحقیق این از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل ۱۲۰۰ نفر از عوامل مدیریت هتل‌داری پایتخت می‌باشند. روش نمونه‌گیری ساده می‌باشد. از جامعه آماری با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (براساس شیوه نمونه‌گیری جدول مورگان) تعداد ۱۲۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده و سپس با استفاده از تکنیک پرسشنامه محقق ساخته در پنج بعد و ۴۴ گویه تنظیم و براساس مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت و گویه‌های استخراج شده در نمونه آماری تحقیق مورد پرسش قرار گرفته است. در بخش آمار توصیفی نیز، توصیف داده‌ها در دو بخش متغیرهای زمینه‌ای و متغیرهای اصلی ارائه شده و در بخش آمار استنباطی، برای بررسی فرضیه‌ها از آزمون ناپارامتری همبستگی اسپیرمن استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشانگر اهمیت نتایج حاصل از وزن دهی آراء میهمانان و دست اندرکاران صنعت هتل‌داری است.

نتیجه‌گیری: در انتها با تحلیل داده‌ها می‌توان نتیجه گرفت، سبک طراحی معماری، گستره، تنوع خدمات، توانمندی کارکنان، مدیریت هتل، خلاقیت و نوآوری در مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان‌نوازی هتل‌های ۴ ستاره ایران اثر مثبت و معنی‌داری دارد.

واژه‌های کلیدی: کیفیت، کیفیت خدمات میهمان‌نوازی، هتل‌های ۴ ستاره

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۲۰

*نویسنده مسئول: ekavously@gmail.com

مقدمه

در قرن جدید پیشرفت و تحول حاصل از اختراعات کاربردی و تکنولوژی‌های نوین، سبب افزایش اوقات فراغت و ابداع انواع گردشگری شده است. بنابراین با هدف درآمدزایی و رونق اقتصادی، در کشورهای توسعه‌یافته و حتی برخی از کشورهای در حال رشد، برنامه‌ریزی‌هایی منطبق با سیاست‌های بین‌المللی، معیارهای ملی و منطقه‌ای پیش‌بینی، تدوین و به مرحله اجرا رسیده است. از این رو گردشگری به عنوان پویاترین صنعت جهانی، مهمترین منبع درآمد و عامل ایجاد فرصت‌های شغلی است که از آن با عنوان موتور توسعه نیز یاد می‌شود (۱).

گسترش امکانات گردشگری در همه زمین‌ها مانند: شبکه راه‌های ارتباطی، هتلها، پارکهای تفریحی، تأسیسات ورزشی و... نشان پیشرفت بوده و با عنوان جهانی شدن صورت می‌پذیرد (۲). بر اساس پژوهش‌های انجام شده توسط «سازمان جهانی جهانگردی»، گردشگری به مهم‌ترین فعالیت اقتصادی جهان تبدیل شده، لذا این صنعت هم از خاصیت ارزش آوری برخوردار است و هم سبب توزیع قدرت خرید در سراسر کشور میزبان می‌گردد (۳). هتل‌داری و میهمان‌نوازی علاوه بر جنبه‌های اقتصادی، ابعاد دیگری نیز دارد که می‌توان به آثار روان‌شناختی، جامعه‌شناختی، زیست محیطی و سیاسی آن اشاره نمود. صنعت هتل‌داری ۳ و صنعت تأمین خوراک و نوشیدنی ۴ از بخش‌های بسیار پویای صنعت گردشگری ۵ است و شامل مجموعه تشکیلات و تسهیلاتی برای خواب، استراحت و غذا می‌باشد و از نظر اشتغال زایی و کسب درآمد بخش بزرگی از صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد (۴). در حال حاضر هتل‌داری به یک حرفه بسیار پویا مبدل شده است. سرمایه‌گذاران این صنعت برای به دست آوردن بازده بیشتر سرمایه و جلب مشتری باید به چگونگی احداث بنای هتل، چگونگی ارائه خدمات و استفاده کامل از امکانات و همچنین در پیگیری نظرات مشتری دقت کافی داشته باشند، زیرا رقابت پذیری در صنعت هتل‌داری به نوآوری و ارائه کیفیت برتر خدمات بستگی دارد که از طریق به کارگیری فناوریهای نوین، و کارکنان شایسته میسر می‌گردد (۵).

قرن جدید، گردشگری و هتل‌داری به عنوان یکی از صنایع درآمدزا و مهم جهان پس از صنایع نفت و خودروسازی مورد توجه بسیاری از دولتها قرار گرفته؛ لذا بررسی وضعیت این صنعت در کشورهای: فرانسه، ایالات متحده آمریکا، اسپانیا، ایتالیا، انگلستان، مجارستان، لهستان، اتریش، چین و ترکیه که در دهه گذشته بیشترین درآمد گردشگری را به خود اختصاص داده‌اند، مشخص می‌سازد بستر سازی فرهنگی، ساختارهای زیربنایی، بازاریابی و تبلیغات حرفه‌ای، نیاز سنجی مخاطبان، مشتری‌مداری و کیفیت ارائه خدمات از عوامل افزایش درآمد ملی و رونق فعالیت‌های میهمانداری و هتل‌داری

۴. Catering Industry

۵. Tourism Industry

۱. Muller

۲. Vellas

۳. Hotel Industry

سفر و گردشگری یکی از مهمترین ارکان زندگی بشر امروزی می باشد ۲.

گردشگری بزرگترین صنعت جهان بر حسب اشتغال و تجارت است. ۳.

صنعت هتلداری و گردشگری آسیا بیش از ۹ درصد رشد سالیانه دارد. ۴.

در کشورهای عضو اتحادیه اروپا و جنوب شرق آسیا سیستم درجه بندی رسمی و دولتی به وجود آمده و از شاخص های کمی و کیفی متفاوتی استفاده شده است. در سایر کشورها، بخش خصوصی از طریق فعالیتهای بازرگانی دست به درجه بندی هتلها زده که نمونه آن «میشلین گاید» ۵ در بریتانیا و آمریکا است. سیستم درجه بندی که بخش خصوصی ارائه کرده، مورد تأیید هتلداران قرار گرفته است، زیرا در این صنعت چنین پنداشته می شود که از طریق درجه بندی هتل می توان به پیشرفتهایی نائل آمد و در رقابتهای بازاریابی از این ویژگیها استفاده کرد (۴).

علیرغم این مهم، ایران که از نظر جذابیت های فرهنگی، جزو کشورهای بالقوه توانمند به شمار می رود، به دلیل وجود جزر و مدهای سیاسی، کاهش ارزش پول ملی، کم رنگ شدن فرهنگ میهمان نوازی، عدم وجود کیفیت مطلوب هتلها و همچنین عدم رعایت استانداردهای کمی و کیفی خدمات هتلداری و میهمان نوازی، نتوانسته جایگاه مطلوب خود را در این صنعت به دست آورد. بنابراین با توجه به ظرفیتهای گردشگری ایران و امنیت گردشگری در بین کشورهای منطقه، سهم ناچیزی در جذب گردشگران خارجی داشته و گسترشی که شایسته آن است برخوردار نیست. از عمده دلایل این موضوع می توان به عدم درک لزوم تعامل فرهنگی و عدم وجود بسترسازیهای فرهنگی-اجتماعی برای جذب سرمایه گذاری در ساخت هتل های استاندارد و سایر صنایع جانبی این حوزه اشاره کرد.

در برآورد کلی، از عمده ترین عوامل مؤثر ناکارآمدی هتلداری، عدم وجود استانداردهای قابل درک برای ارزیابی و عدم انطباق بخشهایی از استانداردهای رایج بین المللی با فرهنگ اصیل ایرانی-اسلامی می باشد.

چالش اساسی پژوهش این است که عوامل موثر بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ایران کشور با کدامین معیار قابل درک است و مشریان چگونه می توانند هتل مورد علاقه را انتخاب کرده و در مورد اقامت در آن تصمیم گیری نمایند.

در این پژوهش به منظور دستیابی به عوامل موثر بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ایران، ضمن مطالعه و بررسی موضوع درجه بندی در سایر کشورها، عناصر تأثیرگذار را شناسایی و سپس با در نظر گرفتن ویژگی های فرهنگی و اجتماعی ایران به درک نقش عوامل تأثیرگذار بر هتل های ایران پرداخته است.

می باشد (۱). روند فزاینده رقابت و ضرورت دستیابی سازمانها به سطوح بالاتری از کیفیت و بهره وری ایجاب می کند که مدیران آینده سازمانها به مراتب تواناتر، مستعدتر و شایسته تر از مدیران امروز باشند. در جهان پر رقابت کنونی سازمانهایی امکان بقاء و استمرار فعالیت دارند که برای آینده خود برنامه ریزیهای لازم را انجام داده باشند و پیش بینی واقع بینانه ای از وقایع پر چالش آتی مد نظر قرار دهند (۶).

با تمام این اوصاف هم اکنون صنعت جهانگردی به عنوان سومین فعالیت مهم اقتصادی جهان، سالانه بیش از ۷۰۰ میلیارد دلار درآمد، برای کشورهای جهان و سازمانهای ذی ربط به ارمغان می آورد. این فعالیت مهم اقتصادی، به عنوان یک نظام جامع از بخشهای صنعت حمل و نقل، تأسیسات اقامتگاهی، امکانات پذیرایی، تفریحات، جاذبه ها، شرکتهای تورگردان و مجری تشکیل شده است (۷).

درک نیازهای واقعی مشتری در صنعت میهمان نوازی و هتلداری یک ضرورت است. مشتری مداری از جمله مفاهیم نوین است که جایگاه خود را پیدا کرده است. کیفیت ارائه خدمات امروزه دیگر یک شعار نیست. سازمانهای بسیاری تلاش می کنند تا با ارتقای کیفی خدمات و محصولات خود، رقبا را پشت سر بگذارند و به طور پیوسته به گسترش شغل خود ادامه دهند.

میهمان نوازی از سنتهای فرهنگی ایرانیان است. بی گمان باید پذیرفت که انسان، فرهنگ را می آفریند و فرهنگ هم انسان را می سازد. از آنجایی که فرهنگ سازمان بر رفتار انسان تأثیر گذار است، با مطالعه فرهنگ سازمان [هتل] می توان به علل کامیابی و شکست سازمان [هتل] پی برد (۸).

شهروندان کشورهای ثروتمند و در حال رشد به گردش، تفریح و خوشگذرانی علاقه فراوانی دارند و از هر فرصتی که پیش می آید به این کار می پردازند. برای مثال در سال ۲۰۱۵، مردم آلمان ۲۰۶ میلیون سفر داخلی و ۷۶ میلیون سفر به خارج داشتند که در مقایسه با سال پیش از آن حدود ۳ درصد رشد داشته است. در واقع بیش از ۴۷ درصد سفرهای داخلی و خارجی مردم آلمان، سفرهای تفریحی بوده است. ۱.

بحث در خصوص تأسیسات اقامتی نه تنها در اولویتهای سرمایه گذاری میراث فرهنگی است، بلکه در رده بندیهای جهانی نیز به عنوان یک معیار اساسی مطرح است (۶).

با توجه به اینکه هتل محل اقامت کوتاه مدت اشخاص گوناگون از ملیتها و قومیت های مختلف می باشد، می توان نتیجه گرفت هتل به عنوان یک نهاد فرهنگی، در خط مقدم رویارویی فرهنگی و به مانند یک ویتترین تمام نما، نشانگر فرهنگ ملی و بومی کشور میزبان، مسؤل پذیرش و پذیرایی از میهمانان در هر منطقه یا کشوری محسوب می شوند.

به این لحاظ برخی از واقعیت هایی که در زیر آمده است، گویای اهمیت مطالب بیان شده می باشد:

۳ . www.tradewinginstitute./world/more.htm

۴ . www.economywatch.com/...industries/tourism

۵ . Micheline Gayd

۱ . World Travel Monitor informiert IPK international

۲ . www.unescap.org/pub_2478_fulltext.pdf

بنابراین با توجه به مطالب فوق، در این تحقیق نقش عوامل موثر بر کیفیت خدمات میهمان‌نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری و مدل مفهومی تحقیق

گردشگری به‌عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه اقتصادی در قلمرو ملی باشد. گردشگری به خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزین مناسبی برای آنها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنای دلیل اصلی توسعه گردشگری غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه محلی است (۹) و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر به خصوص در نواحی که دچار رکود اقتصادی شده‌اند فراهم آورد. همچنین توسعه دستاورد بشر و پدیده‌ای است که دارای ابعاد مختلف است. توسعه دستاورد انسان محسوب می‌شود، در محتوا و نمود دارای مختصات فرهنگی است. هدف از توسعه، ایجاد زندگی پر ثمری است که توسط فرهنگ تعریف می‌شود. به این ترتیب می‌توان گفت توسعه دستیابی فزاینده انسان به ارزش‌های فرهنگی خود است (۱۰).

هتل‌داری و میهمان‌نوازی

میهمان‌نوازی، میهمان‌پذیری یا همان صنعت هتل‌داری، تداعی‌کننده دو واژه هتل و رستوران می‌باشد و شامل تشکیلات و تسهیلاتی است که از بخش‌های پویای صنعت جهانگردی محسوب می‌شوند. مسافر به هر کجا سفر کند، به محلی برای خواب، استراحت و خوراک نیاز دارد. به این ترتیب بر پایه آمار و اطلاعات مستند تعداد هتل‌ها در سراسر دنیا، به سرعت رو به افزایش است (۴). میهمان‌نوازی و هتل‌داری مانند دیگر صنایع از ویژگی‌های خاصی برخوردار است، اما برخی از این ویژگی‌ها سبب بروز تفاوت‌های اساسی بین این صنعت با دیگر صنایع شده که ناشی از ارتباط آن با گردشگری می‌باشد، بنابراین با توجه به معیارها و شاخص‌های مورد نظر و نحوه تحلیل و بررسی نظرات گوناگونی که در این زمینه از طرف مؤسسات پژوهشی ارائه شده است، علی‌رغم تفاوت‌های ظاهری، در باطن، این خصوصیات یکی می‌باشند (۱).

کیفیت خدمات

کیفیت واژه رایج و آشنایی است که نحوه کاربرد آن تفاسیر گوناگونی دارد. اما وجه مشترک همه این تعاریف سازگاری کالا یا خدمت با نیازها و انتظارات مشتریان است. کیفیت از مشتری شروع می‌شود و هرگونه توجه به کالا یا خدمت، بدون توجه به نظر مشتری، الزاماً کیفیت را بدنبال ندارد (۱۱). بر پایه تعریف استانداردهای بین‌المللی ایزو به تمامی ویژگی‌های یک کالا یا خدمات که در توانایی آن برای برآورده کردن نیازهای تصریح شده است، کیفیت می‌گویند (۱۲). لذا معمولاً کیفیت را بر اساس تطابق پذیری محصول با ویژگی‌های مد نظر مشتری، و یا میزانی که محصول می‌تواند انتظارات قبلی مشتری را برآورده سازد، تعریف می‌کنند (۱۳).

با ارزیابی انتظارات مشتریان از خدمات و مقایسه آن با کیفیت خدماتی که دریافت می‌کنند، می‌توان میزان موفقیت نهادهای خدماتی را در تأمین خواسته‌های ذهنی مشتریان مشخص نمود. هر چقدر این فاصله و شکاف کمتر باشد، به این معنی است که سازمانها در دستیابی به بهبود کیفیت خدمات و نزدیکی آن به انتظارات مشتریان موفق‌تر عمل نموده‌اند (۱۱). ارزیابی کیفیت خدمات حین فرآیند ارائه خدمات انجام می‌گیرد. رضایت [میهمان هتل] را می‌توان از طریق مقایسه انتظارات او از خدمات ارائه شده، تعریف نمود. اگر خدمات ارائه شده از حد انتظارات [میهمان هتل] فراتر باشد، آن خدمت فوق‌العاده قلمداد می‌شود. وقتی انتظارات از خدمات با برداشتهای او از خدمات منطبق باشد، کیفیت خدمات ارائه شده [هتل] در حد انتظار است (۱۱).

در سازمانهای گردشگری و میهمانداری شناسایی انتظارات مشتریان سبب ارائه خدمات با کیفیت بهتر به مشتریان شده و رضایت آنها را در پی خواهد داشت و این رضایت به نوبه خود وفاداری مشتریان به سازمان و در نهایت سودآوری هرچه بیشتر برای سازمان را به ارمغان خواهد آورد (۱۴).

برای اینکه یک گردشگر [یا میهمان هتل] رضایت کامل داشته باشد، ادراکات او از تجارب دریافت شده باید با انتظارات او برابر و یا حتی بر آنها پیشی گیرد. اگر ادراک آنها در رسیدن به انتظارات شکست بخورد، نارضایتی افزایش می‌یابد. این واقعه «شکاف کیفیت» نامیده می‌شود.

در بخش خدمات، ارزیابی کیفیت آن طی فرآیند ارائه خدمات انجام می‌گیرد. چنانچه نگاهی گذرا به تاریخچه فعالیت‌های کیفیت در عصر اخیر داشته باشیم متوجه خواهیم شد که توجه به کیفیت کالا و محصولات ملموس از سابقه نزدیک به یک قرن برخوردار است. اما تا سال‌های آغازین دهه ۸۰ میلادی، مفهوم کیفیت در خدمات به طور جدی مورد توجه واقع نشده بود (۱۵). فیلیپ کاتلر معتقد است "خدمت فعالیت یا منفعتی نامحسوس و لمس‌نشده‌ای است که یک طرف به طرف دیگر عرضه می‌کند و مالکیت چیزی را به دنبال ندارد." تولید خدمت ممکن است به کالای فیزیکی وابسته باشد یا نباشد.

سبک طراحی هتل

یکی از بهترین شیوه‌های ساخت هتل که مورد پذیرش و توجه گردشگران باشد، ساخت هتل براساس سبک‌های شناخته شده معماری است (۱).

معماری پاسخگوی نیازهای ویژه انسانی است و به عنوان یک هنر بالاتر از پاسخگویی صرف به نیازهای عملکردی بنا می‌باشد. اصولاً تجلیات فیزیکی معماری با عملکرد انسان مطابقت دارد.

عوامل بسیاری بر طراحی معماری یک هتل تأثیر می‌گذارند:

ماهیت و اهداف سازمان خدماتی،

وجود زمین و فضای لازم و کافی،

انعطاف پذیری،

عوامل زیبایی‌شناسی،

جامعه و محیط (۱۱).

نیز برآورده سازد. همین خدمات سبب شده تا هتل‌ها در ردیف مؤسسات فرهنگی اجتماعی قرار گیرند.

کارکنان هتل

هتل یک مؤسسه خدماتی است که کارکنان آن همواره در ارتباط رو در رو با میهمانان هتل بوده و به دلایل زیر فعالیتشان از اهمیت بالایی برخوردار است:

برخورد یا تماس مستقیم کارکنان یا انسان محوری در صنعت هتلداری.

تأثیر شدید نحوه فعالیت کارکنان بر کمیّت و کیفیت خدمات تولید شده و میزان رضایتمندی میهمانان

همزمانی تولید خدمات هتل و مصرف توسط میهمانان هتل (۱۷). پوشش لباس، تحصیلات و تجربیات مرتبط، ویژگیهای فردی، ویژگیهای مهارتی و تعداد کارکنان از شاخصهای مهم می‌باشد.

مدیریت هتلداری

«مدیریت، انجام دادن کارها توسط دیگران است». این تعریف را نخستین بار پیتر دراگر پدر مدیریت آمریکایی ارائه کرد. «ایجاد قابلیت و آمادگی در کارکنان به منظور ارائه عملکرد مشترک از طریق اهداف مشترک، ارزشهای مشترک، ساختار مناسب و آموزش و بهسازی مورد نیاز آنان در انجام کار» (۱۸). مدیریت هتل فعالیتی است که عملکرد کارکنان را به قصد بهبود مستمر کیفیت خدمات و رضایت میهمانان هتل هدایت می‌نماید. تعریف کلاسیک مدیریت در مفهوم کلی، همان تعریف هنری فایول است. «مدیریت برنامه ریزی، سازماندهی، ارزیابی، پیش بینی، فرماندهی و هماهنگی است».

امروزه اکثر محققان و متخصصان، مدیریت هتل را از پنج نوع فعالیت متشکل می‌دانند:

برنامه‌ریزی

سازماندهی

هماهنگ‌سازی

جهت‌دهی

نظارت و کنترل

«مدیریت به معنی فرآیند انجام کارها به طور اثربخش کارآمد توسط دیگران».

«هتلداری رشته‌ای کاربردی است که باید به تمام فنون میهمان‌نوازی تسلط داشته باشد. همچنین به زبان انگلیسی و یک

سبک معماری، معماری را از لحاظ مصالح به کار رفته، شکل و ظاهر، شیوه اجرا، دوران زمانی و منطقه احداث بنا و ... دسته بندی می‌کند. هرمان موتسیوس ۱ می‌گوید: معماری وسیله واقعی سنجش فرهنگ یک ملت است (۱۶). هر بنا به عنوان جزئی از فرهنگ معماری این وظیفه را دارد که یک اندیشه ذهنی را از طریق فرم ظاهری خود عینیت ببخشد و به این ترتیب نمودی خواهد بود برای سنجش این فرهنگ. آنچه که در این میان دارای اهمیت زیادی است، توجه به زیبایی در سبکهای معماری می‌باشد (۱۶). به این ترتیب، سبک طراحی ساختمان هتل، تحت تأثیر عواملی است که شامل:

فرهنگ، مد و سلیقه

مواد و مصالح

ملاحظات مربوط به موقعیت جغرافیایی (تابش آفتاب، آب و هوا) همسایگی‌ها، محدودیتهای توسعه

نیازهای مربوط به بازار و بهره‌بردار؛ امکانات، روش استفاده، محدوده استانداردسازی.

هزینه و زمان، کلاس هتل، محدودیتهای هزینه‌ای، نیازهای برنامه. گرایش کنونی در طراحی هتل، تأکید بر تکامل، با استفاده از فرم بیرونی بنا می‌باشد. نورپردازی و طراحی با نور، تبلیغات، امنیت و ایمنی، نماسازی و توجه به محوطه سازی، استفاده از نمادهای معماری قدیمی و جدید، نقش برجسته و مجسمه، توجه ویژه به ورودی اصلی، راه پله و... از عوامل تأثیر گذاری است که طی سالیان اخیر در دستور کار طراحان، معماران و شهرسازان قرار گرفته است. برخی از سبکهای این شیوه طراحی که بر آن اساس نمای ساختمانها را فرم می‌دهند، عبارتند از: معماری کلاسیک ۲، نئوکلاسیک ۳، گوتیک ۴، باروک ۵، روکوکو ۶، چینی ۷، هندی ۸، ایرانی، شیک‌اگو ۹، مدرن ۱۰، معماری لو کوربوزیه ۱۱، معماری پست مدرن ۱۲، معماری ارگانیک ۱۳، معماری تندیس‌گر ۱۴، سبک های تک ۱۵ و دیگر طراحیهای خلاقانه که ادامه دارا ست.

گستره و تنوع خدمات در هتل

دو گروه از افراد را پوشش می‌دهد: ۱- میهمان مقیم ۲- مشتریانی که از خدمات هتل استفاده کرده و در عین حال میهمان هتل نیستند. این موارد به شدت تحت تأثیر استانداردهای کیفی می‌باشند. شایان ذکر است هتل در کنار ارائه خدمات اقامتی و خوراکی تلاش دارد نیازهای معنوی، فرهنگی، جسمانی، اجتماعی و اقتصادی مسافران را

۹. Chicago school

۱۰. Modern Architecture

۱۱. Architecture Le Corbusier

۱۲. Post-Modern Architecture

۱۳. Organic architecture

۱۴. Statue-oriented architecture

۱۵. Hi-Tech Architecture

۱. Herman Mvtsyvs

۲. Classical architecture

۳. Neo-classical

۴. Gothic architectur

۵. Baroque Architecture

۶. Rococo Architecture

۷. Chinese Architecture

۸. Hindi Architecture

بر اثر فشار تکنولوژیک باشد از نوع رادیکالی است (۲۰). نوآوری، محیط داخل هتل را دستخوش تغییر و تحول می‌سازد. اما تغییر درون هتل به آسانی امکان پذیر نیست، چرا که ساختار داخلی غالباً پایدار بوده و این پایداری یکی از مهمترین عوامل بازدارنده نوآوری است که شامل:

ترس از تغییر

انکار اهمیت نوآوری

کمبود قابلیت مناسب برای پاسخ به محیط متحول و کمبود وسایل لازم برای ایجاد تغییرات

مدل تحقیق

متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق عبارتند از:

متغیر مستقل: سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات هتل، کارکنان هتل، مدیریت هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت هتل
متغیر وابسته: کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور

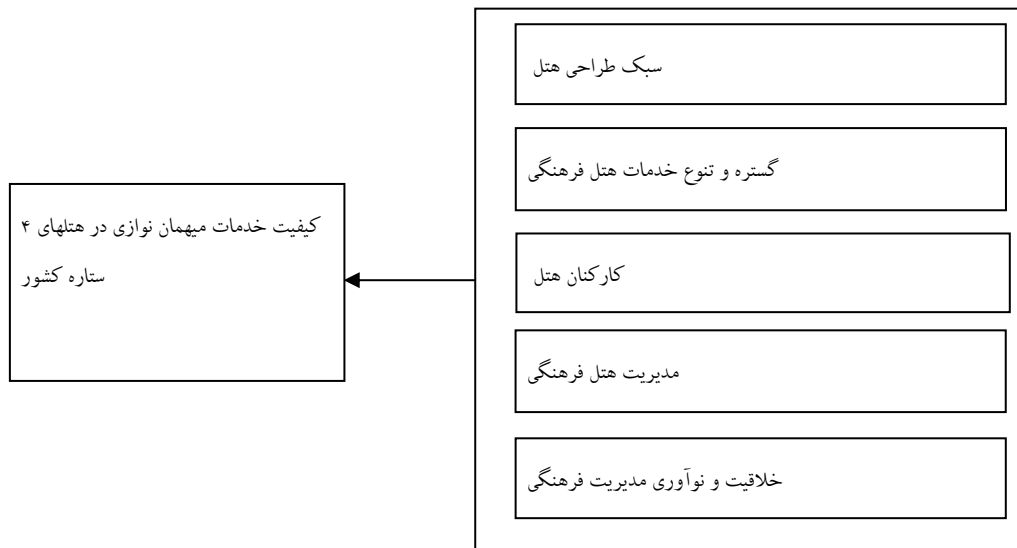
زبان پر کاربرد دیگر مسلط باشد و قادر به برقراری روابط اجتماعی خوبی باشند» (۱۹).

خلاقیت و نوآوری

بطور کلی دو فاکتور مهم در تعیین انواع خلاقیت و نوآوری وجود دارد:

درجه جدید بودن نوآوری؛

جدید بودن در تولید خدمت، محصول، فرایند و یا غیر از این موارد. نوآوری به دو دسته نوآوری‌های افزایشی و رادیکالی تقسیم می‌شود. منظور از نوآوری رادیکالی، تغییرات جدید در محصول، فرایند و یا ساختارها است و هر تغییری که توسط آن دانش جدیدی خلق شده و یا از دانش‌های موجود در تکنولوژی‌های جدید بهره گرفته شود، جزء نوآوری‌های رادیکالی است. برای مثال استفاده از لیزر در تجهیزات پزشکی اولین بار یک نوآوری رادیکالی در سطح جهان بود که توانست به کمک دانش موجود، تکنولوژی جدید را رواج دهد. نوآوری افزایشی به تغییرات در وضعیت موجود که منجر به کاربرد جدیدی شود را نوآوری افزایشی گویند. نوآوری اگر بر اساس کشش بازار ایجاد شده باشد، معمولاً از نوع افزایشی و اگر



نمودار ۱. مدل مفهومی تحقیق برگرفته از ادبیات تحقیق

مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشد.

خلاقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشد.

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نوع کاربردی می‌باشد زیرا هدف از انجام این تحقیق توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص، با هدف کاربرد نتایج یافته‌ها برای توسعه قابلیت اعتماد می‌باشد. همچنین در زمینه نحوه گردآوری داده‌ها نیز مطالعه حاضر مطالعه‌ای توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق کلیه کارکنان هتل‌های ۴ ستاره استان تهران که تعداد آنها ۱۲۰۰ نفر می‌باشد. از جامعه آماری مذکور با توجه به ضوابط نمونه‌گیری (بر اساس شیوه

فرضیه‌های تحقیق:

فرضیه اصلی:

سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات، کارکنان هتل، مدیریت هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشند.

فرضیه‌های فرعی

سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشد.

گستره و تنوع خدمات هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشد.

کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشند.

هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتلهای ۴ ستاره کشور وجود دارد و چون مقدار ضریب همبستگی $R = 0.735$ می باشد، با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و قوی می باشد.

برآزش مدل رگرسیون

جهت بررسی و ارائه مدل تاثیر سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات هتل، کارکنان هتل، مدیریت هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتلهای ۴ ستاره کشور پس از بررسی شاخصهای کفایت مدل که در جدول زیر آمده است به ارائه مدل برآزش یافته پرداخته میشود.

جدول ۲. خلاصه مدل فرضیه اصلی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین شده	انحراف معیار خطا	ضریب تعیین شده
۰/۷۳۵	۰/۶۱۰	۰/۳۸۹	۲/۰۴۶

تحلیل نتایج مدل رگرسیونی مربوط به فرض اصلی نشان می دهد سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات هتل، کارکنان هتل، مدیریت هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتلهای ۴ ستاره کشور در جامعه آماری مورد بحث با ضریب تعیین 0.610 تاثیر گذار بوده است و با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین - واتسون از مقدار استاندارد $1/5$ بزرگتر است در نتیجه استقلال باقیمانده ها را نتیجه می گیریم که با توجه به شاخصهای که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

نمونه گیری مندرج در جدول مورگان) تعداد ۱۲۴ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده اند. در این مطالعه به منظور تحلیل داده ها از دو رویکرد کلی آماری آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. آمار توصیفی به منظور توصیف ویژگی های جمعیت شناختی جامعه آماری در کنار سنجش شاخص های پراکندگی داده ها مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، آمار استنباطی و به کارگیری آزمون همبستگی ناپارامتری اسپیرمن برای بررسی معناداری تاثیر مفروض متغیرها بر یکدیگر مورد استفاده قرار گرفت. مطالعه حاضر دربردارنده یک فرضیه اصلی و ۵ فرضیه فرعی می باشد.

یافته ها

آزمون فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی

سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات هتل، کارکنان هتل، مدیریت هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتلهای ۴ ستاره کشور موثر می باشند.

جدول ۱. تاثیر سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتلهای ۴ ستاره کشور

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۲۹۱	۰/۷۳۵	۰/۰۰۰

جدول (۱) که تاثیر سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات هتل، کارکنان هتل، مدیریت هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتلهای ۴ ستاره کشور را نشان میدهد چون مقدار $sig = 0.000$ کمتر از مقدار معین $p = 0.05$ می باشد در نتیجه رابطه آماری معنی داری بین سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات هتل، کارکنان هتل، مدیریت

جدول ۳. آزمون (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۳۱/۲۳۰	۱	۳۱/۲۳۰		
باقیمانده	۱۹/۷۴۸	۲۹۰	۰/۱۵۲	۲۰۵/۵۸۵	۰,۰۰۰
کل	۵۰/۹۷۸	۲۹۱			

سازي فناوری اطلاعات با ضرایب استاندارد و غیر استاندارد، انحراف معیار، تی استیودنت و معنی داری آنها آمده است.

با توجه به جدول (۳) سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر $sig = 0.000$ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح خطای ۱٪ دارد. در جدول (۴) مراحل اجرای رگرسیون متغیر تجاری

جدول ۴. ضرایب مدل رگرسیون

متغیر وارد شده به مدل	ضرایب غیر استاندارد			آماره t	سطح معناداری
	B	Std. Error	Beta		
مقدار ثابت	۰/۶۹۶	۰/۱۹۴		۳/۵۸۵	۰,۰۰۰
سبک طراحی هتل و ...	۰/۷۷۹	۰/۰۵۴	۰/۷۳۵	۱۴/۳۳۸	۰,۰۰۰

نتایج تحلیل آزمون پارامترهای مدل رگرسیونی را نشان می‌دهد مدل رگرسیونی برازش شده عبارتست از :

$$Y = 0.696 + .779 X$$

بنابراین با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می‌توان بیان داشت که یک رابطه خطی معنی‌دار بین سبک طراحی هتل، گستره و تنوع خدمات هتل، کارکنان هتل، مدیریت هتل و خلاقیت و نوآوری مدیریت و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور وجود دارد یا به عبارتی تجاری سازی فناوری اطلاعات در امور بین الملل بر مزیت رقابتی تأثیر معنی‌داری دارد، چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد.

پیرسون ۲۹۱ ۰/۵۵۹ ۰/۰۰۰

جدول (۵) که تأثیر سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور را نشان می‌دهد چون مقدار $\text{sig} = ۰/۰۰۰$ کمتر از مقدار معین $p = ۰/۰۵$ می‌باشد در نتیجه رابطه آماری معنی‌داری بین سبک طراحی هتل و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور وجود دارد و چون مقدار ضریب همبستگی $R = ۰/۵۵۹$ می‌باشد، با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و در حد متوسط می‌باشد.

برازش مدل رگرسیون

جهت بررسی و ارائه مدل تأثیر سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور پس از بررسی شاخصهای کفایت مدل که در جدول زیر آمده است به ارائه مدل برازش یافته پرداخته میشود.

فرضیه فرعی اول

سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشد.

جدول ۵. تأثیر سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان

نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
-------	-------	--------------	--------------

جدول ۶. خلاصه مدل فرضیه فرعی اول

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین - واتسون
۰/۵۵۹	۰/۳۳۸	۰/۳۳۳	۰/۵۰۹	۱/۷۵۳

باقیمانده ها را نتیجه میگیریم که با توجه به شاخصهای که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

تحلیل نتایج مدل رگرسیونی مربوط به فرض فرعی اول نشان می‌دهد سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور در جامعه آماری مورد بحث با ضریب تعیین ۰/۳۳۸ تأثیر گذار بوده است و با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین - واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگتر است در نتیجه استقلال

جدول ۷. آزمون (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۱۷/۲۳۳	۱	۱۷/۲۳۳		
باقیمانده	۳۳/۷۴۵	۲۹۰	۰/۲۶۰	۶۶/۳۸۹	۰,۰۰۰
کل	۵۰/۹۷۸	۲۹۱			

مشهود با ضرایب استاندارد و غیر استاندارد، انحراف معیار، تی استیودنت و معنی‌داری آنها آمده است.

با توجه به جدول (۷) سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر $\text{Sig} = ۰/۰۰۰$ بوده و نشان از معنی‌دار بودن رگرسیون در سطح خطای ۱٪ دارد. در جدول (۸) مراحل اجرای رگرسیون متغیر مزیت

جدول ۸. ضرایب مدل رگرسیون

متغیر وارد شده به مدل	ضرایب غیر استاندارد		آماره t	سطح معناداری
	B	Std. Error		
مقدار ثابت	۱/۵۶۲	۰/۲۳۴	۶/۶۶۲	۰,۰۰۰
سبک طراحی هتل	۰/۵۱۰	۰/۰۶۳	۸/۱۴۸	۰,۰۰۰

$$Y = 1.562 + .510 X$$

نتایج تحلیل آزمون پارامترهای مدل رگرسیونی را نشان می‌دهد مدل رگرسیونی برازش شده عبارتست از :

پیرسون ۲۹۱ ۰/۵۷۹ ۰/۰۰۰

جدول (۹) که تاثیر گستره و تنوع خدمات هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور را نشان میدهد چون مقدار $sig=0/000$ کمتر از مقدار معین $p=0/05$ می باشد در نتیجه رابطه آماری معنی داری بین گستره و تنوع خدمات هتل و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور وجود دارد و چون مقدار ضریب همبستگی $R=0/579$ می باشد، با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و در حد متوسط می باشد.

برآزش مدل رگرسیون

جهت بررسی و ارائه مدل تاثیر گستره و تنوع خدمات هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور پس از بررسی شاخصهای کفایت مدل که در جدول زیر آمده است به ارائه مدل برآزش یافته پرداخته میشود.

بنابراین با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می توان بیان داشت که یک رابطه خطی معنی دار بین سبک طراحی هتل و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور وجود دارد یا به عبارتی سبک طراحی هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور تاثیر معنی داری دارد، چون علامت ضریب B مثبت است تاثیر مثبت دارد.

فرضیه فرعی دوم

گستره و تنوع خدمات هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور موثر می باشد.

جدول ۹. تاثیر گستره و تنوع خدمات هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
-------	-------	--------------	--------------

جدول ۱۰. خلاصه مدل فرضیه فرعی دوم

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین - واتسون
۰/۵۷۹	۰/۳۲۴	۰/۳۱۹	۰/۵۱۴	۱/۷۷۱

دوربین - واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگتر است در نتیجه استقلال باقیمانده ها را نتیجه می گیریم که با توجه به شاخصهای که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

تحلیل نتایج مدل رگرسیونی مربوط به فرض فرعی دوم نشان می دهد گستره و تنوع خدمات هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور در جامعه آماری مورد بحث با ضریب تعیین ۰/۳۲۴ تاثیر گذار بوده است و با توجه به اینکه مقدار آماره

جدول ۱۱. آزمون (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۱۶/۵۲۹	۱	۱۶/۵۲۹		
باقیمانده	۳۴/۴۴۹	۲۹۰	۰/۲۶۵	۶۲/۳۷۸	۰,۰۰۰
کل	۵۰/۹۷۸	۲۹۱			

مزیت پایدار با ضرایب استاندارد و غیر استاندارد، انحراف معیار، تی استیودنت و معنی داری آنها آمده است.

با توجه به جدول (۱۱) سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر $sig=0/000$ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح خطای ۱٪ دارد. در جدول (۱۲) مراحل اجرای رگرسیون متغیر

جدول ۱۲. ضرایب مدل رگرسیون

متغیر وارد شده به مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد		آماره t	سطح معناداری
	B	Std. Error	Beta			
مقدار ثابت	۱/۸۳۹	۰/۲۰۷			۸/۸۶۷	۰,۰۰۰
گستره و تنوع خدمات هتل	۰/۴۷۶	۰/۰۶۰	۰/۵۷۹		۰/۴۷۶	۰,۰۰۰

$$Y = 1.839 + .476 X$$

نتایج تحلیل آزمون پارامترهای مدل رگرسیونی را نشان می دهد مدل رگرسیونی برآزش شده عبارتست از :

همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و در حد متوسط می‌باشد.

برازش مدل رگرسیون

جهت بررسی و ارائه مدل تاثیر کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور پس از بررسی شاخصهای کفایت مدل که در جدول زیر آمده است به ارائه مدل برازش یافته پرداخته میشود.

جدول ۱۴. خلاصه مدل فرضیه فرعی سوم

ضریب همبستگی	ضریب تعیین شده	انحراف معیار خطا	دوربین - واتسون
۰/۵۸۵	۰/۳۷۵	۰/۴۹۵	۱/۸۴۹

تحلیل نتایج مدل رگرسیونی مربوط به فرض فرعی سوم نشان می‌دهد کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور در جامعه آماری مورد بحث با ضریب تعیین ۰/۳۷۵ تاثیر گذار بوده است و با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین - واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگتر است در نتیجه استقلال باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم که با توجه به شاخصهای که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۱۵. آزمون (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۱۹/۰۹۵	۱	۱۹/۰۹۵		
باقیمانده	۳۱/۸۸۳	۲۹۰	۰/۲۴۵	۷۷/۸۶۰	۰,۰۰۰
کل	۵۰/۹۷۸	۲۹۱			

مزیت پویا با ضرایب استاندارد و غیر استاندارد، انحراف معیار، تی استیودنت و معنی داری آنها آمده است.

جدول ۱۷. ضرایب مدل رگرسیون

متغیر وارد شده به مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	آماره t	سطح معناداری
	B	Std. Error			
مقدار ثابت	۱/۷۵۴	۰/۱۹۶		۸/۹۶۷	۰,۰۰۰
کارکنان هتل	۰/۴۷۰	۰/۰۵۳	۰/۵۸۵	۸/۸۲۴	۰,۰۰۰

نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور وجود دارد یا به عبارتی کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور تأثیر معنی داری دارد، چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد.

بنابراین با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می‌توان بیان داشت که یک رابطه خطی معنی‌دار بین گستره و تنوع خدمات هتل و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور وجود دارد یا به عبارتی گستره و تنوع خدمات هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور تأثیر معنی داری دارد، چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد.

فرضیه فرعی سوم

کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور موثر می‌باشند.

جدول ۱۳. تاثیر کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۲۹۱	۰/۵۸۵	۰/۰۰۰

جدول (۱۳) که تاثیر کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور را نشان می‌دهد چون مقدار $\text{sig} = 0/000$ کمتر از مقدار معین $p = 0/05$ می‌باشد در نتیجه رابطه آماری معنی داری بین کارکنان هتل و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور وجود دارد و چون مقدار ضریب همبستگی $R = 0/585$ می‌باشد، با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب

با توجه به جدول (۱۵) سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر $\text{sig} = 0/000$ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح خطای ۱٪ دارد. در جدول (۱۶) مراحل اجرای رگرسیون متغیر

نتایج تحلیل آزمون پارامترهای مدل رگرسیونی را نشان می‌دهد مدل رگرسیونی برازش شده عبارتست از:

$$Y = 1.754 + .470 X$$

بنابراین با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می‌توان بیان داشت که یک رابطه خطی معنی‌دار بین کارکنان هتل بر کیفیت خدمات میهمان

کمتر از مقدار معین $p=0/05$ می باشد در نتیجه رابطه آماری معنی داری بین مدیریت هتل و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور وجود دارد و چون مقدار ضریب همبستگی $R=0/543$ می باشد، با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و در حد متوسط می باشد.

برآزش مدل رگرسیون جهت بررسی و ارائه مدل تاثیر مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور پس از بررسی شاخص های کفایت مدل که در جدول زیر آمده است به ارائه مدل برآزش یافته پرداخته میشود.

فرضیه فرعی چهارم مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور موثر می باشد.

جدول ۱۷. تاثیر مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۲۹۱	۰/۵۴۳	۰/۰۰۰

جدول (۱۷) که تاثیر مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور را نشان میدهد چون مقدار $sig=0/000$

جدول ۱۸. خلاصه مدل فرضیه فرعی چهارم

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف معیار خطا	دوربین - واتسون
۰/۵۴۳	۰/۳۳۸	۰/۳۳۳	۰/۵۰۹	۲/۰۳۱

- واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگتر است در نتیجه استقلال باقیمانده ها را نتیجه می گیریم که با توجه به شاخص های که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

تحلیل نتایج مدل رگرسیونی مربوط به فرض فرعی چهارم نشان می دهد مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور در جامعه آماری مورد بحث با ضریب تعیین $0/338$ تاثیر گذار بوده است و با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین

جدول ۱۹. آزمون (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۱۷/۲۴۰	۱	۱۷/۲۴۰		
باقیمانده	۳۳/۷۳۸	۲۹۰	۰/۲۶۰	۶۶/۴۳۱	۰,۰۰۰
کل	۵۰/۹۷۸	۲۹۱			

مزیت متجانس با ضرایب استاندارد و غیر استاندارد، انحراف معیار، تی استیوندت و معنی داری آنها آمده است.

با توجه به جدول (۱۹) سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر $sig=0/000$ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح خطای ۱٪ دارد. در جدول (۲۰) مراحل اجرای رگرسیون متغیر

جدول ۲۰. ضرایب مدل رگرسیون

متغیر وارد شده به مدل	ضرایب غیر استاندارد		آماره t	سطح معناداری
	B	Std. Error		
مقدار ثابت	۱/۸۸۵	۰/۱۹۵	۹/۶۴۴	۰,۰۰۰
مدیریت هتل	۰/۴۶۷	۰/۰۵۷	۸/۱۵۰	۰,۰۰۰

فرضیه فرعی پنجم خلاقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور موثر می باشد.

نتایج تحلیل آزمون پارامترهای مدل رگرسیونی را نشان می دهد مدل رگرسیونی برآزش شده عبارتست از:

$$Y = 1.885 + .467 X$$

بنابراین با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می توان بیان داشت که یک رابطه خطی معنی دار بین مدیریت هتل و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور وجود دارد یا به عبارتی مدیریت هتل بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل های ۴ ستاره کشور تاثیر معنی داری دارد، چون علامت ضریب B مثبت است تاثیر مثبت دارد.

بررسی شاخصهای کفایت مدل که در جدول زیر آمده است به ارائه مدل برازش یافته پرداخته میشود.

جدول ۲۲. خلاصه مدل فرضیه فرعی پنجم

ضریب	ضریب تعیین	ضریب انحراف	ضریب همبستگی
۰/۴۹۴	۰/۴۴۳	۲/۱۵۹	۰/۶۶۲

تحلیل نتایج مدل رگرسیونی مربوط به فرض فرعی پنجم نشان می‌دهد خلایقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور در جامعه آماری مورد بحث با ضریب تعیین ۰/۴۹۸ تأثیر گذار بوده است و با توجه به اینکه مقدار آماره دوربین - واتسون از مقدار استاندارد ۱/۵ بزرگتر است در نتیجه استقلال باقیمانده‌ها را نتیجه می‌گیریم که با توجه به شاخصهایی که عنوان شد مدل از کفایت لازم برخوردار است.

جدول ۲۱. تأثیر خلایقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور

آزمون	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معناداری
پیرسون	۲۹۱	۰/۶۶۲	۰/۰۰۰

جدول (۲۱) که تأثیر خلایقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور را نشان میدهد چون مقدار $\text{sig}=0/000$ کمتر از مقدار معین $p=0/05$ می‌باشد در نتیجه رابطه آماری معنی داری بین خلایقیت و نوآوری مدیریت و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور وجود دارد و چون مقدار ضریب همبستگی $R=0/662$ می‌باشد، با توجه به مقدار و علامت مثبت ضریب همبستگی داده شده در جدول، این رابطه مستقیم و مثبت و در حد متوسط می‌باشد.

برازش مدل رگرسیونی جهت بررسی و ارائه مدل تأثیر خلایقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور پس از

جدول ۲۳. آزمون (آنالیز واریانس) جهت معنادار بودن رگرسیون

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مجموع مربعات	آماره F	sig
رگرسیون	۲۵/۳۶۸	۱	۲۵/۳۶۸		
باقیمانده	۲۵/۶۱۰	۲۹۰	۰/۱۹۷	۱۲۸/۷۷۵	۰,۰۰۰
کل	۵۰/۹۷۸	۲۹۱			

مزیت مرکب با ضرایب استاندارد و غیر استاندارد، انحراف معیار، تی استیودنت و معنی داری آنها آمده است.

با توجه به جدول (۲۳) سطح معناداری محاسبه شده برای این آماره برابر $\text{sig}=0/000$ بوده و نشان از معنی دار بودن رگرسیون در سطح خطای ۱٪ دارد. در جدول (۲۴) مراحل اجرای رگرسیون متغیر

جدول ۲۴. ضرایب مدل رگرسیونی

متغیر وارد شده به مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	آماره t	سطح معناداری
	B	Std. Error			
مقدار ثابت	۱/۴۴۴	۰/۱۸۰		۸/۰۳۰	۰,۰۰۰
خلایقیت و نوآوری مدیریت	۰/۵۵۵	۰/۰۴۹	۰/۶۶۲	۱۱/۳۴۸	۰,۰۰۰

امروزه کیفیت را خواسته مشتری تعریف می‌کنند و ادراکات و انتظارات مشتری را اصلی ترین عامل تعیین کننده کیفیت می‌دانند. کیفیت عبارت است از انطباق با مشخصات، انطباق با نیازمندیها، شایستگی جهت استفاده، ارزش، پرهیز از ضرر، برآوردن و یا فراتر رفتن از انتظارات مشتریان (۲۱).

بازل و گال اظهار می‌کنند که به دلیل اثر کیفیت بر ارزش درک شده از سوی مشتریان، کیفیت خدمات نه تنها با قابلیت سودآوری سازمان، بلکه با رشد سازمان نیز در ارتباط است. همچنین زیتامل و دیگران در تحقیقات خود دریافته‌اند که شرکت‌های خدماتی رهبر در آمریکا نسبت به کیفیت عالی و سواس دارند. در حقیقت، کیفیت عالی، کلیدی برای ممتاز بودن، بهره‌وری و کارایی است.

نتایج تحلیل آزمون پارامترهای مدل رگرسیونی را نشان می‌دهد مدل رگرسیونی برازش شده عبارتست از:

$$Y = 1.444 + .555 X$$

بنابراین با ضریب اطمینان ۹۹ درصد می‌توان بیان داشت که یک رابطه خطی معنی دار بین خلایقیت و نوآوری مدیریت و کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور وجود دارد یا به عبارتی خلایقیت و نوآوری مدیریت بر کیفیت خدمات میهمان نوازی در هتل‌های ۴ ستاره کشور تأثیر معنی داری دارد، چون علامت ضریب B مثبت است تأثیر مثبت دارد.

نتیجه‌گیری

- Aarabi. Cultural Research Office Publications
5. Ranjbaran, Bahram. Zahedi, Mohammad (1388). Tourism industry services. Isfahan: Chaharbagh.
 6. Abol Alaei, Behzad Ghaffari, Abbas (1385). Future managers Theoretical foundations and practical experiences of managers' talent search and succession programs. second edition. Tehran: Industrial Management Organization, Second Edition
 7. Fakhraee, Mohammad (1389). Privatization in Iran and its effects on the tourism industry. First Edition, Tehran: Noor Alam Publications
 8. Qayyumi, Abbas Ali Kavusi, Ismail. (1388). Cultural engineering at the level of Iranian organizations. First Edition. Office for the Development of Science Production. Vice Chancellor for Research, Islamic Azad University. Tehran: Kamil Publications.
 9. Papli Yazdi, Mohammad Hossein (2007). Tourism (Nature and Concepts) Tehran: Samat Publications, Second Edition of the Scientific Council, Saeedi, Abbas and others. (2008). "Encyclopedia of Urban and Rural Management", Tehran: Organization of Municipalities and Rural Affairs, First Edition.
 10. Ezkia, Mostafa (1989) Theories of Underdevelopment, Geographical Research Summer 1989 Issue 13
 11. Fitz Simmons, James E. And Monaghi., Fitz Simmons. (2003). "Service Management; Strategy, Information Technology Operations", translated by Dr. Seyed Mohammad Arabi and Davood Izadi, first edition, Tehran: Cultural Research Office.
 12. Shirian, Abbas (1386). Total quality management in hotel management. Tehran: Aftab Publishing House
 13. Johnson, M. D., and Nilsson, L. (2003), "The Importance of Reliability and

تحقیق‌گران برای پاسخ دادن به اثر کیفیت خدمات بر سود، بین اثرات تهاجمی (برای مثال، بدست آوردن سهم بازار بیشتر) و اثرات تدافعی (حفظ مشتریان، کاهش هزینه‌های ترفیعی) تمایز قائل شده اند. بهبود کیفیت خدمات منجر به جذب مشتریان جدید شده و همچنین سازمان را قادر می‌سازد تا مشتریان کنونی اش را حفظ نماید.

رضایت مشتری احساس یا نگرش مشتری نسبت به کالا یا خدمات است که به عنوان پل ارتباطی بین راه‌های مختلف رفتار خرید مصرف کننده عمل می‌کند. اگر مشتریان بوسیله خدمات یا کالای خاصی راضی شوند احتمالاً خرید خود را تکرار خواهند کرد مشتریان راضی با سایر افراد در باره تجارب مطلوب خود سخن می‌گویند و نتیجه این گفتگوها نوعی تبلیغات دهان به دهان مثبت برای شرکت است. آنچه بیش از هر چیز دارای اهمیت است سرمایه‌گذاری‌های عظیمی که سازمان‌ها در جهت تنوع در تولیدات و خدمات و بهبود کیفیت و ارائه خدمات مطلوب انجام می‌دهند همگی با هدف جلب رضایت مشتریان فعلی و جلوگیری از زوال مشتریان جدید می‌باشد (۲۲)

مدیران سازمان‌ها باید بدانند که کیفیت خدمات یک استراتژی سودآور برای سازمان می‌باشد. آنها باید به این باور برسند که سرمایه‌گذاری در کیفیت خدمات منجر به سودآوری سازمان می‌گردد. لیکن باید در نظر داشت که ارتباط بین کیفیت خدمات و سود یک رابطه ساده نیست.

یکی از راه‌های اساسی که مؤسسه خدماتی می‌تواند با توسل بدان خود را از سایر رقبا متمایز کند، ارائه دائمی کیفیت خدماتی برتر نسبت به آن‌ها است. بسیاری از شرکت‌ها به این نکته پی برده‌اند که ارائه خدماتی دارای کیفیت، می‌تواند مزیت رقابتی محکم و نیرومندی برای آنان به ارمغان آورد. بعضی از مؤسسات خدماتی به دلیل کیفیت عالی خدماتی که ارائه می‌کنند، تقریباً افسانه‌ای شده‌اند. برای حصول این هدف کافی است به انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات، پاسخ مناسبی داده شود یا از آن پیشی گرفته شود.

References

1. Madani, Amir Mohsen (1391). Designing a Indigenous Model of Hotel Ranking and Classification in Iran, PhD Thesis in Cultural Management, Islamic Azad University, Science and Research Branch
2. Muller, Hansreudi, (2006) .Der Tourismus vor gorbem Hera usforderungen, Forschungsinstitut der Universitat Bern
3. Vellas, Francois, (2005). International tourism an economic perspective
4. Chuck Way Gay. (1378). Tourism in a comprehensive perspective. Translated by Ali Parsaiyan and Seyed Mohammad

14. Karroubi, Mehdi Yousefi, Javad (1389). Comparison of perceptions and expectations of guests regarding five dimensions of service quality in the hotel industry (Case study of Hoday 2 Hotel in Mashhad). Quarterly Journal of Tourism Studies. No. 13. Allameh Tabataba'i University - Faculty of Management and Accounting.
15. Faizi.K, Tatar, s. (1383). "Improving the quality of services in the flights of the Islamic Republic of Iran Airlines (a survey based on the service quality model)", Quarterly Journal of Tourism Studies, 5, 60-53
16. Grotter, J .rg. (1375). Aesthetics in architecture. Translated by Jahanshah Pakzad and Abdolreza Homayoun. Tehran: Shahid Beheshti University Press
17. Danyadideh, Ali. (1389). Applied skills in hotel management. Tehran: Andisheh Aria Publications
18. Drucker, Peter. (1385). New theories of organization and management. Translated by Mohsen Ghadami and Massoud Niazmand. Tehran: Payam Farda
19. Radmehr, Ahsanullah (1390). Development of tourism industry. Tehran: Payam-e-Adalat Publications
20. Rezainejad, Abdul Reza (1389). Managers' Manual (Third Edition). Tehran: Rasa Cultural Services Institute.
21. Azerbaijani, Karim; Atafar, Ali; Abbasi, Saeed; Amirnejad, Bashir (2011), A Comparative Study of Patients and Nurses' Expectations of Nursing Services and Medical Care in Al-Zahra Teaching Hospital in Isfahan), Iranian Journal of Medical Education, Special Issue on Health Development and Education, No. 11, 9 , Pp. 1274-1281.
22. Shirvani A. 2011. Performance Management, Isfahan Pooyesh Andisheh Publications.