

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه شیخ بهائی  
دانشکده مدیریت

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی - برنامه ریزی توسعه جهانگردی

بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتری (مورد مطالعه هتل

های منتخب شهر اصفهان: آسمان، پیروزی، عالی قاپو و کوثر): ۱۳۹۲

پژوهشگر

سیدرضا هاشم الحسینی

استاد راهنما

دکتر مجید رشید کابلی

استاد مشاور

دکتر منصوره پورمیری

بهمن ۱۳۹۲

باسمه تعالی



## دانشگاه شهید بهائی

دانشکده مدیریت

گروه مدیریت جهانگردی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی آقای سیدرضا هاشم الحسینی

تحت عنوان

بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتری (مورد مطالعه هتل‌های منتخب شهر

اصفهان: آسمان، پیروزی، عالی قاپو، کوثر): ۱۳۹۲

در تاریخ ۹۲/۱۱/۳۰ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه ..... به تصویب نهائی رسید.

امضاء	با مرتبه علمی استادیار	دکتر مجید رشید کابلی	۱- استاد راهنمای پایان نامه
امضاء	با مرتبه علمی مربی	منصوره پورمیری	۲- استاد مشاور پایان نامه
امضاء	با مرتبه علمی استاد	دکتر مصطفی عمادزاده	۳- استاد داور داخل گروه
امضاء	با مرتبه علمی استادیار	دکتر احمد موذنی	۴- استاد داور خارج گروه

دکتر سید محمدحسن فیض

مدیر تحصیلات تکمیلی

تقدیم به :

پدر و مادر عزیزم

و به تمام آزاد مردانی که نیک می اندیشند و عقل و منطق را پیشه خود نموده و جز رضای الهی و پیشرفت و سعادت جامعه، مدنی

ندارند.

## چکیده

با توجه به رقابتی شدن محیط کسب و کار، برای جلب رضایت مشتریان با هدف افزایش سودآوری، درآمد و افزایش وفاداری مشتریان لازم است به بررسی نقش نیروی انسانی و درک عوامل تاثیر گذار بر عملکرد کارکنان به واسطه نقشی که می تواند بر کیفیت خدمات ارائه شده و در نهایت ادراکات مشتریان از خدمات دریافت شده و میزان رضایت آنان داشته باشد، توجه شود. صنعت هتلداری نیز، به عنوان یک صنعت خدماتی و از زیرساختهای اصلی صنعت گردشگری از این قاعده مستثنی نیست. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان و همچنین بررسی عوامل تاثیر گذار بر رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان و در نهایت بررسی نقش ویژگیهای جمعیت شناختی در ارزیابی پاسخ دهندگان است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت تحقیق، از نوع پیمایشی است. جامعه مورد مطالعه هتل‌های منتخب شهر اصفهان (آسمان، پیروزی، عالی قاپو و کوثر) در سه ماه آبان، آذر و دی سال ۱۳۹۲ می باشد. در این مدت ۸۹ پرسشنامه رضایت شغلی و ۳۶۶ پرسشنامه رضایت مشتری در هتل‌های منتخب به طور کامل تکمیل شد. تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. نتایج پژوهش بیانگر عدم رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان در هتل‌های منتخب شهر اصفهان است. همچنین نتایج بیانگر سطح متوسط رضایت شغلی و رضایت مشتری و تفاوت معنادار بین انتظارات و کیفیت درک شده مشتریان می باشد. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که عوامل موثر بر رضایت مشتریان به ترتیب اهمیت و اولویت عبارتند از: ویژگی های کارکنان، قابلیت اطمینان، ویژگی های ملموس و فیزیکی خدمات و عوامل تاثیر گذار بر رضایت شغلی کارکنان به ترتیب اهمیت عبارتند از: سبک رهبری، نوع شغل، شرایط فیزیکی، نظام پرداخت جو سازمانی و فرصت پیشرفت.

**واژگان کلیدی:** رضایت شغلی - رضایت مشتری - کیفیت خدمات - هتل

## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

### فصل اول: کلیات پژوهش

۲.....	مقدمه
۳.....	۱-۱ بیان مسأله
۴.....	۱-۲ اهمیت، ضرورت و کاربرد نتایج پژوهش
۶.....	۱-۳ اهداف پژوهش
۷.....	۱-۳-۱ هدف اصلی
۷.....	۱-۳-۲ اهداف فرعی
۷.....	۱-۴ پرسشهای پژوهش
۷.....	۱-۴-۱ سؤال اصلی
۷.....	۱-۴-۲ سؤال های فرعی
۸.....	۱-۵ تعریف مفهومی واژگان کلیدی
۹.....	۱-۶ ساختار پژوهش

### فصل دوم: چارچوب، مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱۱.....	مقدمه
۱۲.....	۲-۱ مهمان داری
۱۲.....	۲-۱-۲ روند تاریخی
۱۳.....	۲-۱-۲-۱ روند تاریخی اقامتگاه های ایران
۱۴.....	۲-۱-۳ صنعت هتلداری
۱۴.....	۲-۱-۴ مهمانان هتل ها
۱۴.....	۲-۱-۴-۱ گردشگری داخلی

۱۵	۵-۱-۲ طبقه‌بندی هتلها.....
۱۵	۵-۱-۲ معیارهای درجه‌بندی هتل‌ها.....
۱۶	۲-۵-۱-۲ هتلهای چهار ستاره.....
۱۷	۶-۱-۲ نقش کارکنان هتل در کیفیت خدمات قابل ارائه به مشتری.....
۱۸	۲-۲ رضایت شغلی.....
۱۹	۱-۲-۲ مفهوم رضایت شغلی.....
۲۱	۲-۲-۲ اهمیت رضایت شغلی.....
۲۲	۳-۲-۲ تاریخچه و نظریه های رضایت شغلی.....
۲۴	۱-۳-۲-۲ مفهوم انگیزش.....
۲۵	۱-۳-۲-۲ تفاوت انگیزش و رضایت.....
۲۵	۲-۳-۲-۲ نظریه های انگیزش.....
۲۵	۱-۲-۳-۲-۲ نظریه‌های محتوایی.....
۳۱	۲-۲-۳-۲-۲ نظریه‌های نگرشی (فرآیندی).....
۳۳	۳-۲-۳-۲-۲ نظریه های کاربردی مرتبط با رضایت شغلی.....
۳۶	۴-۲-۲ عوامل و متغیرهای موثر بر رضایت شغلی.....
۴۳	۱-۴-۲-۲ مدل ویژگیهای شغل.....
۴۳	۵-۲-۲ پیامدهای عدم رضایت شغلی:.....
۴۵	۶-۲-۲ سنجش رضایت شغلی.....
۴۷	۳-۲ رضایت مشتری.....
۴۸	۱-۳-۲ مفهوم رضایت مشتری.....
۴۹	۲-۳-۲ اهمیت رضایتمندی مشتری.....
۵۰	۳-۳-۲ انواع مشتری بر اساس میزان رضایت.....
۵۰	۴-۳-۲ الگوهای خرد و کلان رضایت مشتری.....

۵۱	۲-۳-۴-۱ الگوهای کلان
۵۳	۲-۳-۴-۲ الگوهای خرد
۵۵	۲-۳-۵ رابطه رضایت مشتری و کیفیت
۵۶	۲-۴-۴ خدمات
۵۶	۲-۴-۱ مفهوم خدمات
۵۶	۲-۴-۲ ماهیت، ویژگیها و تفاوت‌های کالا و خدمات
۵۸	۲-۴-۳ طبقه بندی خدمات
۵۹	۲-۵-۵ کیفیت خدمات
۵۹	۲-۵-۱ مفهوم کیفیت خدمات
۶۰	۲-۵-۲ اهمیت کیفیت خدمات
۶۱	۲-۵-۳ مدیریت کیفیت خدمات
۶۲	۲-۵-۳-۱ موانع رسیدن به مدیریت کیفیت خدمات
۶۲	۲-۵-۵ ارزیابی کیفیت خدمات
۶۳	۲-۵-۵-۱ روشهای کیفی ارزیابی کیفیت خدمات
۶۴	۲-۵-۵-۲ روشهای کمی ارزیابی کیفیت خدمات
۶۸	۲-۵-۵-۳ ارزیابی کیفیت خدمات در هتلداری
۷۰	۲-۶-۶ مروری بر پیشینه
۷۰	۲-۶-۱ پژوهش های داخلی
۷۳	۲-۶-۲ پژوهش های خارجی
۷۴	۲-۷-۷ خلاصه و جمع بندی
۷۵	۲-۷-۱ مدل مفهومی پژوهش

## فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۷۷	مقدمه
----	-------



- ۱-۳ هدف پژوهش..... ۷۸
- ۲-۳ فرآیند و روش پژوهش..... ۷۸
- ۱-۲-۳ روش انجام پژوهش..... ۷۸
- ۳-۳ تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش..... ۷۹
- ۴-۳ جامعه آماری پژوهش..... ۸۰
- ۱-۴-۳ نمونه آماری، روش نمونه گیری و اعتبار..... ۸۱
- ۵-۳ ابزار و روشهای گردآوری داده ها..... ۸۱
- ۱-۵-۳ رضایت شغلی..... ۸۲
- ۱-۵-۳-۱ چگونگی تعیین میزان رضایتمندی کارکنان..... ۸۲
- ۲-۵-۳ رضایت مشتری..... ۸۲
- ۱-۲-۵-۳ چگونگی تعیین میزان رضایتمندی مشتریان..... ۸۳
- ۶-۳ اعتبار و پایایی..... ۸۳
- ۷-۳ روش تجزیه و تحلیل داده ها..... ۸۵
- ۸-۳ قلمرو مکانی و زمانی پژوهش..... ۸۵
- ۱-۸-۳ قلمرو مکانی..... ۸۵
- ۲-۸-۳ قلمرو زمانی..... ۸۵
- ۹-۳ خلاصه و جمع بندی..... ۸۵

#### فصل چهارم: یافته های پژوهش

- ۱-۴ بررسی داده های جمعیت شناختی..... ۸۸
- ۱-۱-۴ بررسی داده های جمعیت شناختی جامعه کارکنان..... ۸۸
- ۱-۱-۴-۱ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب هتل های منتخب..... ۸۸
- ۱-۱-۴-۲ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب جنسیت..... ۸۹
- ۱-۱-۴-۳ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سن و جنسیت..... ۸۹

- ۴-۱-۱-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب وضعیت تاهل ..... ۹۰
- ۴-۱-۱-۵ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مقطع تحصیلی و جنسیت ..... ۹۱
- ۴-۱-۱-۶ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مدرک تحصیلی ..... ۹۳
- ۴-۱-۱-۷ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سابقه خدمت ..... ۹۴
- ۴-۱-۱-۸ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب نوع استخدام ..... ۹۵
- ۴-۱-۱-۹ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب وضعیت شغل ..... ۹۶
- ۴-۱-۲ بررسی داده های جمعیت شناختی جامعه نمونه مشتریان ..... ۹۷
- ۴-۱-۲-۱ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب هتل های منتخب ..... ۹۷
- ۴-۱-۲-۲ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب جنسیت ..... ۹۸
- ۴-۱-۲-۳ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب سن ..... ۹۹
- ۴-۱-۲-۴ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب نحوه اقامت ..... ۱۰۰
- ۴-۱-۲-۵ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب مقطع تحصیلی ..... ۱۰۱
- ۴-۱-۲-۶ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب تناوب اقامت ..... ۱۰۲
- ۴-۱-۲-۷ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب هدف از سفر ..... ۱۰۳
- ۴-۲ تحلیل توصیفی و استنباطی داده ها بر اساس سوالات پژوهش ..... ۱۰۴
- ۴-۲-۱ سوال اصلی ..... ۱۰۴
- ۴-۲-۲ سوالات فرعی ..... ۱۰۵
- ۴-۳ خلاصه و جمع بندی ..... ۱۱۷

## فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

- مقدمه ..... ۱۱۹
- ۵-۱ نتایج پژوهش ..... ۱۲۰
- ۵-۱-۱ تحلیل داده ها و یافته های جمعیت شناختی ..... ۱۲۰
- ۵-۱-۲ بررسی سوالات پژوهش ..... ۱۲۱

۱۲۶.....	۲-۵ محدودیت‌های پژوهش
۱۲۶.....	۱-۳-۵ پیشنهادهای کاربردی
۱۲۷.....	۲-۳-۵ پیشنهادهای پژوهش‌های آتی
۱۲۸.....	منابع
۱۳۷.....	پیوست ۱

## فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۲۵.....	نمودار ۱-۲ تفاوت انگیزش و رضایت.....
۲۹.....	نمودار ۲-۲ نحوه ارتباط نیازها در نظریه آلدرفر.....
۳۰.....	نمودار ۲-۳ رشد یافتگی - رشد نیافتگی.....
۳۴.....	نمودار ۲-۴ مدل انگیزش پورتر ولولر.....
۳۵.....	نمودار ۲-۵ نظریه هدف گذاری.....
۴۸.....	نمودار ۲-۶ مدل شکل گیری رضایت مشتری.....
۵۱.....	نمودار ۲-۷ ساختار کلان الگوی رضایت مشتری در سوئدی.....
۶۷.....	نمودار ۲-۸ مدل کانو.....
۶۸.....	نمودار ۲-۹ مدل فورنل.....
۷۵.....	نمودار ۲-۱۰ مدل مفهومی پژوهش.....
۷۹.....	نمودار ۳-۱ فرایند انجام روش توصیفی و همبستگی.....
۸۹.....	نمودار ۴-۲ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب جنسیت.....
۹۰.....	نمودار ۴-۳ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سن و جنسیت.....
۹۱.....	نمودار ۴-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب وضعیت تاهل.....
۹۲.....	نمودار ۴-۵ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مقطع تحصیلی و جنسیت.....
۹۳.....	نمودار ۴-۶ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مدرک تحصیلی.....
۹۵.....	نمودار ۴-۷ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سابقه خدمت.....
۹۶.....	نمودار ۴-۸ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب نوع استخدام.....
۹۷.....	نمودار ۴-۹ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب وضعیت شغل.....
۹۸.....	نمودار ۴-۱۰ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب هتل های منتخب.....

- نمودار ۴-۱۱ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب جنسیت ..... ۹۹
- نمودار ۴-۱۲ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب سن ..... ۱۰۰
- نمودار ۴-۱۳ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب نحوه اقامت ..... ۱۰۱
- نمودار ۴-۱۴ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب مقطع تحصیلی ..... ۱۰۲
- نمودار ۴-۱۵ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب تناوب اقامت ..... ۱۰۳
- نمودار ۴-۱۶ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب هدف از سفر ..... ۱۰۴
- نمودار ۴-۱۷ توزیع فراوانی میانگین عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان شاغل در هتل های منتخب ..... ۱۰۶

## فهرست جداول

صفحه	عنوان
۲۷.....	جدول ۱-۲ عوامل انگیزشی و بهداشتی
۶۵.....	جدول ۲-۲ ابعاد مدل سروکوال
۸۱.....	جدول ۱-۳ نمونه گیری تصادفی طبقه ای جامعه مشتریان هتل‌های منتخب
۸۴.....	جدول ۲-۳ ضریب آلفای کرونباخ بعدهای رضایت کارکنان
۸۴.....	جدول ۳-۳ ضریب آلفای کرونباخ بعد های رضایت مشتریان
۸۸.....	جدول ۱-۴ توزیع فراوانی کارکنان برحسب هتل
۸۹.....	جدول ۲-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب جنسیت
۹۰.....	جدول ۳-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سن و جنسیت
۹۱.....	جدول ۴-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب وضعیت تاهل
۹۲.....	جدول ۵-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مقطع تحصیلی و جنسیت
۹۳.....	جدول ۶-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب مدرک تحصیلی
۹۴.....	جدول ۷-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب سابقه خدمت
۹۵.....	جدول ۸-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب نوع استخدام
۹۶.....	جدول ۹-۴ توزیع فراوانی کارکنان بر حسب وضعیت شغل
۹۷.....	جدول ۱۰-۴ توزیع فراوانی مشتریان برحسب هتل های منتخب
۹۸.....	جدول ۱۱-۴ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب جنسیت
۹۹.....	جدول ۱۲-۴ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب سن
۱۰۰.....	جدول ۱۳-۴ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب نحوه اقامت
۱۰۱.....	جدول ۱۴-۴ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب مقطع تحصیلی
۱۰۲.....	جدول ۱۵-۴ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب تناوب اقامت

- جدول ۴-۱۶ توزیع فراوانی مشتریان بر حسب هدف از سفر ..... ۱۰۳
- جدول ۴-۱۷ آزمون رابطه رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان در هتل های منتخب شهر اصفهان ..... ۱۰۵
- جدول ۴-۱۸ توزیع فراوانی میانگین عوامل موثر بر رضایت شغلی کارکنان شاغل در هتل های منتخب ..... ۱۰۶
- جدول ۴-۱۹ میانگین رتبه های عوامل رضایت شغلی ..... ۱۰۷
- جدول ۴-۲۰ توزیع فراوانی میانگین رضایت شغلی کارکنان بر حسب ویژگیهای جمعیت شناختی ..... ۱۰۸
- جدول ۴-۲۱ آزمون تاثیر عوامل موثر بر رضایت مشتریان ..... ۱۱۰
- جدول ۴-۲۲ میانگین رتبه های عوامل موثر بر رضایت مشتریان ..... ۱۱۱
- جدول ۴-۲۳ تفاوت بین میانگین رضایت مشتریان در دو گروه زنان و مردان ..... ۱۱۲
- جدول ۴-۲۴ تفاوت رضایت مشتریان در گروه های مختلف ..... ۱۱۳
- جدول ۴-۲۵ تفاوت بین خدمات ارائه شده در هتل های منتخب با خدمات مورد انتظار از دیدگاه مشتریان ..... ۱۱۶

## چکیده

با توجه به رقابتی شدن محیط کسب و کار، برای جلب رضایت مشتریان با هدف افزایش سودآوری، درآمد و افزایش وفاداری مشتریان لازم است به بررسی نقش نیروی انسانی و درک عوامل تاثیر گذار بر عملکرد کارکنان به واسطه نقشی که می تواند بر کیفیت خدمات ارائه شده و در نهایت ادراکات مشتریان از خدمات دریافت شده و میزان رضایت آنان داشته باشد، توجه شود. صنعت هتلداری نیز، به عنوان یک صنعت خدماتی و از زیرساختهای اصلی صنعت گردشگری از این قاعده مستثنی نیست. هدف این پژوهش بررسی رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان و همچنین بررسی عوامل تاثیر گذار بر رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان و در نهایت بررسی نقش ویژگیهای جمعیت شناختی در ارزیابی پاسخ دهندگان است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت تحقیق، از نوع پیمایشی است. جامعه مورد مطالعه هتل‌های منتخب شهر اصفهان (آسمان، پیروزی، عالی قاپو و کوثر) در سه ماه آبان، آذر و دی سال ۱۳۹۲ می باشد. در این مدت ۸۹ پرسشنامه رضایت شغلی و ۳۶۶ پرسشنامه رضایت مشتری در هتل‌های منتخب به طور کامل تکمیل شد. تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. نتایج پژوهش بیانگر عدم رابطه بین رضایت شغلی کارکنان و رضایت مشتریان در هتل‌های منتخب شهر اصفهان است. همچنین نتایج بیانگر سطح متوسط رضایت شغلی و رضایت مشتری و تفاوت معنادار بین انتظارات و کیفیت درک شده مشتریان می باشد. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که عوامل موثر بر رضایت مشتریان به ترتیب اهمیت و اولویت عبارتند از: ویژگی های کارکنان، قابلیت اطمینان، ویژگی های ملموس و فیزیکی خدمات و عوامل تاثیر گذار بر رضایت شغلی کارکنان به ترتیب اهمیت عبارتند از: سبک رهبری، نوع شغل، شرایط فیزیکی، نظام پرداخت جو سازمانی و فرصت پیشرفت.

**واژگان کلیدی:** رضایت شغلی - رضایت مشتری - کیفیت خدمات - هتل



فصل اول

کلیات پژوهش

## مقدمه

صنعت گردشگری در اقتصاد جهانی رشد چشمگیری داشته است و بخش مهمی از منابع درآمدی کشورهای توسعه یافته و بعضاً در حال توسعه را تشکیل می دهد. در حالی که صنعت گردشگری در جهان فراگیر شده و تحولات جهانی شدن در این صنعت رو به افزایش است، کشورهای در حال توسعه از جمله ایران باید خود را برای تحولات سریع در ارتباط با خدمات گردشگری جهت کسب منافع حاصل از آن از جمله درآمدهای ارزی، افزایش صادرات، ایجاد اشتغال و... آماده کنند. یکی از بسترهای ضروری جهت رشد و توسعه گردشگری ایجاد تسهیلات اقامتی مناسب برای گردشگران است، از جمله هتلها که از مهم ترین نوع تسهیلات در این زمینه می باشد. لذا لازم است مدیران و برنامه ریزان این صنعت توجه ویژه ای را به این بخش داشته باشند. از سوی دیگر در بخش خدمات بطور کلی اهمیت مشتری به مراتب بیشتر از بخش تولید می باشد. از جمله دلایل این امر تعامل و مشارکت مشتریان در فرآیند تحویل خدمت بخصوص ارتباط مستقیم مشتریان با کارکنان این حوزه می باشد. با توجه به اهمیت روزافزون مشتریان برای سازمانها همزمان با رقابتی شدن محیط کسب و کار، جلب رضایت مشتریان با هدف افزایش سودآوری و درآمد و از طرف دیگر افزایش وفاداری مشتریان لازم است به نقش نیروی انسانی در راستای رسیدن به این اهداف و درک عوامل تاثیر گذار بر عملکرد کارکنان به واسطه نقشی که می تواند بر کیفیت خدمات ارایه شده و در نهایت ادراکات مشتریان از خدمات دریافت شده و میزان رضایت آنان داشته باشد، توجه شود. صنعت هتلداری نیز به عنوان یک صنعت خدماتی و از زیرساختهای اصلی صنعت گردشگری از این قاعده مستثنی نیست، بلکه این مسائل به دلیل طیف وسیع مشتریان از لحاظ انتظارات، خواسته ها در بسترهای فرهنگی، ملیتی، جنسیتی و شخصیتی متنوع، از پیچیدگی دوجندانی برخوردار است. با توجه به این مقدمه لازم است به ماهیت و نقش روابط بین کارکنان و مشتریان و کیفیت خدمات به عنوان بستر بروز و ظهور این رابطه پرداخته شود.

## ۱-۱ بیان مسأله

صنعت خدمات<sup>۱</sup> یک پدیده پیچیده است. در مدیریت بازرگانی خدمات از نظر نحوه استفاده، نوع ساختار و ابعاد گوناگون به شیوه های مختلف تقسیم بندی شده است (زهرر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹). تحقیقات مختلف در زمینه خدمات نشان داده است که کیفیت خدمات<sup>۳</sup> می تواند منجر به رضایت مشتری<sup>۴</sup>، به دنبال آن وفاداری مشتریان<sup>۵</sup> و همچنین جذب مشتریان جدید شود و در این صورت بنگاه های خدماتی می توانند با اثربخشی بیشتری به ادامه ی فعالیت پردازند (کروبی و یوسفی، ۱۳۸۹). علاوه بر این اندازه گیری عینی کیفیت خدمات در مقایسه با کیفیت کالا بسیار دشوار تر است. بخشی از این مشکل به خاطر ویژگیها و ماهیت خدمات از جمله: نامحسوس بودن، عدم تجانس، همزمانی تولید و مصرف و غیر قابل ذخیره بودن می باشد (برزینا و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲).

رضایت مشتری یک مفهوم چند بعدی است که متغیر مهمی در رفتار مصرف کننده می باشد و وابسته به عوامل بسیاری از جمله: میزان ملموس بودن امکانات، پاسخ دهی، همدلی کارکنان با نیازهای مشتری، تضمین کیفیت خدمات، دقت و صحت اطلاعات ارائه شده از سوی ارائه دهنده خدمات است. یک فاصله کوچک بین انتظارات مشتری<sup>۷</sup> و ادراکات مشتری<sup>۸</sup> باعث افزایش کیفیت خدمات در نظر مشتری و افزایش رضایت و در نتیجه افزایش تعداد مشتریان می شود (پرسبوری و شاپمن<sup>۹</sup>، ۲۰۰۵).

در سیستم های خدماتی عامل انسانی مهم ترین نقش را در کیفیت ارائه خدمات دارد و علی رغم مکانیزه و یا اتوماسیون شدن ارائه خدمات، از اهمیت عامل انسانی در این زمینه کاسته نشده است (رنجریان و زاهدی، ۱۳۸۸). از عوامل مهم در تعیین کیفیت خدمات، وجود کارکنانی است که از شغل خود راضی هستند (مالوترا و موکرگی<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۴). مطالعات انجام شده نشان دهنده آن است که حفظ مشتری راضی و وفادار بدون داشتن کارکنان راضی و وفادار غیر ممکن است و از سوی دیگر، بهبود نگرش کارکنان نیز تاثیر قابل توجهی بر رضایت مشتریان دارد (ویلارس و کولهو<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۳). از جمله عوامل موثر بر رضایت شغلی<sup>۱۲</sup> عبارتند از: حقوق، نوع کار،

<sup>1</sup> Service Industry

<sup>2</sup> Zehrer

<sup>3</sup> Quality of Service

<sup>4</sup> Customer Satisfaction

<sup>5</sup> Customer loyalty

<sup>6</sup> Berezina & etal

<sup>7</sup> Customer expectations

<sup>8</sup> Customer perceptions

<sup>9</sup> Presbury & Chapman

<sup>10</sup> Malhotra & Mukherjee

<sup>11</sup> Vilares & Coelho

<sup>12</sup> Job Satisfaction

شرایط فیزیکی، روابط با همکاران، امنیت، فرصت‌های ارتقاء، توانمندی، وضعیت مالی و روانی، پاداش، آموزش، ارتباطات، فعالیتهای اجتماعی، سیاست و مدیریت سازمان می باشد (آکوسا و آکتاس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). در صنعت هتلداری نیز مانده سایر صنایع کیفیت خدمات<sup>۲</sup> یک عامل مهم در موفقیت در کسب و کار است. روند موجود مدیریت کیفیت در صنعت هتلداری تضمین کننده دستیابی هتلها به مزیت رقابتی می باشد (گرزینک<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). صنعت گردشگری و مهمان نوازی نیز به عنوان صنعتی خدماتی تاکید زیادی بر ارائه خدمات به مشتریان دارد. موفقیت یک شرکت مهمان نوازی بطور چشمگیری به توانایی کارکنان آن به ارائه خدمات با کیفیت و مستمر بستگی دارد. اگرچه مدیریت مسئول تدوین خط مشی کلی سازمان است، اما این کارکنان هستند که استراتژیها و برنامه های عملیاتی مدیریت را اجرا می کنند (دهدشتی و فیاضی، ۱۳۹۰). یکی از مسئله های مطرح در صنعت هتلداری، تماس مستقیم بین کارکنان و مصرف کنندگان است که به ناچار منجر به اشتباهاتی می شود که به راحتی می تواند به سقوط سیستم کمک کند. اگر بپذیریم این اشتباهات اجتناب نا پذیر است پس باید هدف به حداقل رساندن آنها باشد (اوران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰).

از آنجا که تا به حال در صنعت هتلداری ایران به نقش نیروی انسانی و تاثیری که ممکن است رضایت شغلی بعنوان یک نگرش بر رضایت مشتری بگذارد، کمتر مورد توجه واقع شده است، لذا این پژوهش بر آن است تا با ارزیابی و بررسی روابط بین متغیرهای مرتبط با رضایت شغلی کارکنان بخش هتلداری و همچنین رابطه این متغیرها با رضایت مشتریان، نقش و عملکرد هر یک از این متغیرها را تبیین نماید و در نهایت به ارائه راهکارها و پیشنهادات کاربردی در جهت بهتر شدن سیستم های خدمات رسانی و بهبود ساختار خدماتی هتلها منتخب دست یابد. بدین منظور هتلهای چهارستاره شهر اصفهان (آسمان، پیروزی، عالی قاپو، کوثر) به عنوان جامعه مورد مطالعه انتخاب شده اند.

## ۱-۲ اهمیت، ضرورت و کاربرد نتایج پژوهش

بطور کلی، نرخ جابجایی کارکنان در صنعت مهمان پذیری در مقایسه با سایر صنایع، بسیار بالاتر است. دستمزد پایین در برابر مسئولیتها و عدم پیشرفت شغلی در این صنعت مشاهده می شود و نرخ بالای جابجایی تاثیر منفی بر کل سازمان می گذارد (دهدشتی شاهرخ و فیاضی، ۱۳۹۰: ۴۲). در سازمانهای خدماتی مانند هتلها، رستورانها و ... رفتار کارکنان از اهمیت ویژه ای برخوردار است. اگر یک مشتری با نیروی کاری روبرو شود که از مهارت لازم برخوردار نیست و یا توانایی ارائه خدمات با کیفیت را ندارد، در آن صورت همه تلاش ها و کوشش های سازمان

<sup>1</sup> Aksu & Aktas

<sup>2</sup> Hospitality Industry

<sup>3</sup> Gržinić

<sup>4</sup> Uran