

Analysis and Prioritization of Service Quality of 5-Star Hotels in Kish Island (Case Study of the Project for 2022)

Amir Mohsen Madani^{1*}, Leila Bagheri Nezamabad² and Javad Jamali³

1. Assistant Professor of Industrial Design Department. Islamic Azad University, Imam Khomeini Memorial Branch, Shahreri, Tehran, Iran. (Corresponding Author) Email: Am.Madani@iausr.ac.ir
2. Assistant Professor of Industrial Design Group. Islamic Azad University, West Tehran Branch, Tehran, Iran.
3. Instructor of Tourism Management Group. PhD in Cultural Management and Planning, Islamic Azad University, West Tehran Branch, Tehran, Iran.

Received: 18/3/2022; Accepted: 21/6/2022

DOI: [10.30495/msds.2022.1959224.1051](https://doi.org/10.30495/msds.2022.1959224.1051)

Extended Abstract

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the quality of the top hotels of Kish Island to examine the influential factors and to prioritize hotel services qualitatively-quantitatively; For this purpose, while interviewing experts and university professors, important and effective indicators were identified, and content analysis was extracted using multi-criteria MCDM decision-making methods and using Expert choice software. The research findings showed that the services provided by 5-star hotels in Kish are not in a good condition compared to the price paid; Also, by analyzing the content and prioritizing the effective criteria, it was found that the hotel's physical design style index is in the first place, the scope and variety of services are in the second place, and creativity and service innovation are in the third place; Finally, before any activity, hotel buildings should be repaired, renovated and renovated based on scientific plans and ideas, and industry managers, with the aim of customer satisfaction and durability, while continuously evaluating service quality strategies, should seek to correct and adapt their traditional views to those

of tourists. To identify and attract customers by using new technologies to focus on improving the quality of service activities as well as interaction with the new generation of young tourists and seek to eliminate and improve the weaknesses of their services.

Introduction

New inventions and innovations have become one of the main factors in changing the way of providing services in the world and advanced technologies have changed the way of providing customer service in many service organizations (Qiu et al., 2019; Suoniemi et al., 2021). Organizations are interested in evaluating their service quality strategies with the aim of customer satisfaction and sustainability (Sakyi, 2020; Wang et al., 2021), which is why the customer is a key indicator. Quality of service is a strategic tool for success in competitive situations (Jenaabadi et al., 2011). Hotels are the most well-known form of accommodation and play an important role in generating added value and employment around the world. Therefore, in order to achieve competition and retain customers, improving the quality of services is considered important and the probability of returning satisfied hotel customers is higher than customers who are somehow dissatisfied; However, in spite of taking some measures, in competition with other countries due to the low quality of services, the satisfaction of Iranian hotel guests is less important. According to the 2022 FIFA World Cup games, with the aim of attracting the spectators of this sporting event in Iran, the "2022 direction" project has been keyed. The audience lasts two weeks and the average age is 17 to 34 years and costs \$ 1,800 to \$ 2,000, which is emotional in terms of behavioral type; Therefore, Qatar is small and unattractive, and due to limited accommodation capacity, they will also travel to Iran. In the meantime, Kish will be one of the tourist destinations as a flight center and no visa is required. Therefore, according to the main purpose of the research, measuring and prioritizing the factors affecting the services of 5-star hotels in Kish in attracting spectators to this sporting event.

Case Study

The method of the present study is qualitative-quantitative and is based on the AHP method. First, the factors affecting the quality of services were identified by reviewing the literature and interviewing experts, and the results were analyzed by AHP method.

Theoretical framework

Quality is a set of activities, processes, and interactions that provide solutions to problems (Vargas & Lusch, 2004). Quality has various interpretations, such as the degree of quality (Wang et al., 2021). There are approaches to quality: the philosophical approach synonymous with inherent superiority, the technical approach, the degree of compliance with standards, and the customer-centered approach (Kheng et al., 2015). First-class luxury hotels like a dream palaces provide services that anticipate and meet guests' needs in good faith. Large, luxurious, luxurious rooms, impressive decor, all-cotton linens and beds, swimming pool, sauna, Jacuzzi equipped with fitness center, well-equipped restaurants and lounges, concierge, 24-hour room service.

(Bahari & Bahari, 2021) The relationship between service quality and customer satisfaction, loyalty, and trust, was performed in Enghelab and Laleh hotels in Tehran. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty. (Qiu et al., 2019) conducted a study entitled The Effects of Genuine Leadership on Leadership Trust, Organizational Citizenship Behavior, and Service Quality in the Chinese Hospitality Industry. The results showed that genuine leadership affects the quality of China's hotel services.

Methodology

In this research, in the qualitative part, while interviewing experts and university professors, important and effective indicators were identified. Targeted sampling was used to select experts, which includes 14 people and the selection criteria, the relevance of the field of study (at least postgraduate), and understanding of the concept of service quality. According to the method of Lavoshe, to create content validity in the questionnaire, after reviewing the literature, the content range and items of the questionnaire were compiled. The statistical population in the quantitative method includes 10 selected middle and senior managers of Kish Hotel Management with experience and executive expertise of at least 15 years, with at least a bachelor's degree.

Research Findings

Multi-criteria decision models and Ahp model in Expert choice software have been used to identify the priority of indicators. In this study, 9 five-star hotels were selected. The hierarchical analysis technique has been used to determine the weight of the

indicators. The results showed that the design style of the hotel with a normalized weight of 0.292 was one of the highest priorities and criteria for the variety of services with a weight of 0.235.

Keywords: Design Style, Service Quality, Five-Star Hotel, Creativity.

واکاوی و الویت‌بندی کیفیت خدمات هتل‌های ۵ ستاره جزیره کیش (مطالعه موردی پروژه جهت ۲۰۲۲)

امیر محسن مدنی^{۱*}، لیلا باقری نظام آباد^۲، جواد جمالی^۳

چکیده: عملکرد کیفی و جایگاه خدماتی هتل، از نظر ماهیت بازتاب دهنده سلیقه بازار و بیانگر فرهنگ جامعه میزبان است. از آنجایی که در صنعت گردشگری، اقامت در هتل از جذابیت‌های سفر محسوب می‌شود، لزوم بهره‌مندی از خلاقیت در ارائه خدمات پویا، اجتناب ناپذیر است؛ لذا کسب امتیاز رتبه‌بندی خدمات و امتیاز طبقه‌بندی فیزیکی ساختمان هتل‌ها که در مجموع درجه‌بندی نامیده می‌شود، از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی مورد انتظار در صنعت میهمان‌نوازی است. بدین لحاظ، پژوهش حاضر با هدف ارزیابی و سنجش کیفیت هتل‌های برتر جزیره کیش به بررسی عوامل تأثیرگذار و الویت‌بندی خدمات هتل به صورت کیفی - کمی می‌پردازد. به این منظور، ضمن مصاحبه با خبرگان و استادان دانشگاهی، شاخص‌های مهم و اثرگذار شناسایی شدند و با استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره MCDM و بهره‌مندی از نرم‌افزار Expert Choice تحلیل محتوا استخراج گردید. یافته‌های تحقیق نشان داد خدمات ارائه شده هتل‌های ۵ ستاره کیش در مقایسه با بهای پرداختی، وضعیت مطلوبی ندارند. همچنین، با تحلیل محتوی و اولویت‌بندی معیارهای اثرگذار، مشخص شد شاخص سبک طراحی فیزیکی ظاهری هتل در رتبه نخست، گستره و تنوع خدمات در رتبه دوم، خلاقیت و نوآوری خدمات در رتبه سوم قرار دارند. نهایتاً، پیش از هر فعالیتی ساختمان هتل‌ها باید بر پایه طرح‌ها و ایده‌های علمی تعمیر، بازسازی و مرمت شوند و مدیران این صنعت با هدف رضایت مشتری و دوام خود ضمن ارزیابی مستمر استراتژی‌های کیفیت خدمات باید به دنبال اصلاح و تطبیق دیدگاه‌های سنتی خود با آراء میهمانان و گردشگران باشند و برای شناخت و جذب مشتریان با بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین بر ارتقاء فعالیت‌های کیفی خدمات و همچنین تعامل با نسل جدید گردشگران جوان تمرکز نمایند و به دنبال رفع و بهبود نقاط ضعف خدمات خود باشند.

واژگان کلیدی: سبک طراحی، کیفیت خدمات، هتل پنج ستاره، خلاقیت.

-
۱. نویسنده مسئول - استادیار گروه طراحی صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری. تهران، ایران. Email: Am.Madani@iausr.ac.ir
 ۲. استادیار گروه طراحی صنعتی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب. تهران، ایران.
 ۳. مربی گروه مدیریت جهانگردی. دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب. تهران، ایران.

مقدمه

ابداعات و اختراعات جدید یکی از عوامل اصلی تغییر در شیوه ارائه خدمات در دنیا شده و فن‌آوری‌های پیشرفته، روش ارائه خدمت به مشتری را در بسیاری از سازمان‌های خدماتی تغییر داده‌اند (Qiu et al., 2019; Suoniemi et al., 2021). سازمان‌ها با هدف رضایت مشتری و دوام خود علاقمند به ارزیابی استراتژی‌های کیفیت خدمات خود هستند (Sakyi, 2020; Vargas & Lusch, 2004); به همین دلیل مشتری به‌عنوان شاخص کلیدی است. کیفیت خدمات یک ابزار راهبردی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی است (Jenaabadi et al., 2011). پرداختن به مسائلی که مربوط به درک انسان‌ها و سازمان‌ها از یکدیگر می‌باشند، امری اجتناب‌ناپذیر است؛ زیرا ارائه خدمات مستلزم برقراری ارتباط و تعامل با مشتری است (Gkiotsalitis, 2021; Shen & Yahya, 2021) و رضایت مشتریان نیز مبتنی بر چگونگی رویارویی و تجربه آنان از سازمان‌هاست. رضایت مشتری و کیفیت موضوعات جهانی هستند که سازمان‌ها را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند (Jung et al., 2021). در صنعت هتل‌داری ارزیابی کیفیت خدمات حین فرایند ارائه خدمات انجام می‌گیرد (Kheng et al., 2015). در واقع هتل مکانی برای برقراری روابط اجتماعی، خوردن و نوشیدن گواراترین نوشیدنی‌ها و غذاهای لذیذ با مزه‌های استثنایی است. هتل‌ها شناخته شده‌ترین اشکال اقامتگاه هستند و دارای نقشی مهم در تولید ارزش افزوده و اشتغال‌زایی در سراسر جهان می‌باشند. از این رو، به منظور دستیابی رقابت و حفظ مشتریان، بهبود کیفیت خدمات مهم تلقی شده و احتمال مراجعه مجدد مشتریان راضی هتل نسبت به مشتریانی که به نحوی ناخشنود شده باشند بیشتر شده (Ghafari et al., 2022) اما، به رغم انجام برخی اقدامات، در رقابت با دیگر کشورها به دلیل کیفیت پایین خدمات، رضایت میهمانان هتل‌های ایران کمتر مورد توجه است. در این راستا با توجه به بازی‌های جام جهانی فوتبال ۲۰۲۲ با هدف جذب تماشاگران این رویداد ورزشی در ایران، پروژه «جهت ۲۰۲۲» کلید خورده است. فرصت‌هایی که این رویداد برای هتل‌داری ایران دارد شامل دو محور مهم است:

- معرفی جاذبه‌ها و ظرفیت‌های گردشگری ایران؛
 - کاهش ایران هراسی و جذب تماشاگران جام جهانی به ایران.
- طبق گزارش‌ها، ابراز علاقه تماشاچیان برای حضور در این رخداد ورزشی زیاد و بیشترین تقاضا به ترتیب از کشورهای قطر، آرژانتین، برزیل، انگلیس، فرانسه و ایالات متحده است. ماندگاری تماشاچیان دو هفته و میانگین سنی ۱۷ الی ۳۴ سال و هزینه کرد ۱۸۰۰ تا ۲۰۰۰ دلار است که از نظر تیپ رفتاری هیجانی هستند. از این رو قطر کوچک و کم جذابیت است و با توجه به محدودیت ظرفیت اقامت، به ایران نیز سفر خواهند داشت. در این میان کیش به‌عنوان مرکز پروازی و عدم نیاز به ویزا یکی از مقاصد گردشگران خواهد بود. بنابراین با توجه به هدف اصلی پژوهش، سنجش و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر خدمات هتل‌های ۵ ستاره کیش در جذب تماشاچیان این رویداد ورزشی می‌باشد.

مبانی نظری پژوهش

کیفیت خدمات

کیفیت، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، فرایندها و تعاملاتی است که برای رفع مشکلات ارائه می‌شود (Vargas & Lusch, 2004). کیفیت، دارای تعابیر گوناگونی همچون درجه مرغوبیت می‌باشد (Wang et al., 2021). رویکردهایی در قبال کیفیت وجود دارد: رویکرد فلسفی مترادف با برتری ذاتی، رویکرد فنی، میزان تطابق با استانداردها و رویکرد مشتری-محور (Kheng et al., 2015). تعاریف بسیاری برای خدمات ارائه شده است. اما همه آنها مفاهیم مشترکی همچون ناملموس بودن خدمات و مصرف آن‌ها را در بر می‌گیرند (Haghighi Kafash & Bagheri, 2013). کیفیت به میزان تطابق انتظارات از خدمات با ادراک از خدمات ارائه شده اشاره دارد (Chen et al., 2014). خدمات در کل چهار ویژگی دارند:

- ۱- ناملموس بودن (Kundu & Datta, 2015)؛ ۲- نامشابه بودن (Sakyi, 2020)؛ ۳-
- تفکیک ناپذیری؛ ۴- غیرقابل ذخیره بودن (Rusta et al., 2021). خدمات از مهم‌ترین

عناوین تحقیقاتی در بازاریابی است؛ زیرا با هزینه، عملکرد مالی، رضایت، حفظ و وفاداری مشتریان در ارتباط است (Kundu & Datta, 2015).

خلاقیت

خلاقیت و نوآوری، فرآیند بکارگیری تکنولوژی‌های جدید و عامل رشد استعدادها و خود شکوفایی است. در حقیقت، خلاقیت عامل موفقیت‌های فردی، شغلی و اجتماعی است (Baqari Nizamabad, 2013). خلاقیت را توانایی هستی بخشیدن به پدیده‌های تازه و به‌عنوان فرایند روانشناختی که از طریق آنها محصولات جدید و ارزشمند خلق می‌شوند تعریف کرده‌اند.

درجه‌بندی

هتل‌ها بر حسب وضعیت ساختمانی و تجهیزاتی و کیفیت ارائه خدمات بر اساس مقررات ویژه به ۵ درجه لوکس ۵ ستاره، ۴ ستاره، ۳ ستاره، ۲ ستاره و ۱ ستاره تفکیک می‌شوند (Modarressi, 2007).

هتل ۵ ستاره

هتل لوکس تراز اول^۱ و همانند کاخ رؤیایی در ارائه خدمات که نیازمندی‌های میهمانان را پیش بینی و با حسن نیت برآورده می‌سازد. اتاق‌های بزرگ، با شکوه، مجلل، دکورهای چشمگیر، ملافه‌ها و لباس‌های زیر تمام پنبه، استخر، سونا و جکوزی مجهز تناسب اندام، رستوران‌ها و تالارهای مجهز، کانسییرج،^۲ روم سرویس ۲۴ ساعته از ویژگی‌های این هتل است. قرارگیری در عالی‌ترین نقاط با ترانسفر به مراکز مهم است. بیشترین توجه به تزئینات، مبلمان^۳، چیدمان و طراحی داخلی و خدمات حرفه‌ای است. کارکنان هتل در عالی‌ترین سطح از مهارت، آگاهی، هوش، شعور و تکلم به حداقل ۳ زبان زنده دنیا هستند. این نوع هتل معمولاً مورد استفاده مقامات و سازمان‌های بین‌المللی و دارای مراکز تجاری، صرافی و خدمات پزشکی و آرایشی است. آشپزخانه دارای کامل‌ترین تجهیزات و

¹ First class

² Concierge

³ Furniture

مغرب‌ترین سرآشپزها^۱ و آشپزها در عالی‌ترین سطح از مهارت و متنوع‌ترین خوراک‌ها با طعم استثنایی است. ظروف استفاده شده در عین زیبایی در فرم و رنگ دارای بالاترین حد از استانداردهای روز دنیا است. به این ترتیب همانگونه که دریافت عالی‌ترین نشان‌های نطانی مستلزم دارا بودن شاخص‌ترین ویژگی‌هاست، دریافت نشان و درجه ستاره پنجم هتل نیز دارای همین شرایط است (Madani, 2013).

سبک طراحی هتل

استراحت و اقامت در هتل بخشی از جذابیت‌های سفر می‌باشد؛ بنابراین عواملی که بر شیوه طراحی و اجرای فیزیک ظاهری و معماری یک سازمان خدماتی همچون هتل تأثیر می‌گذارند شامل: ماهیت و اهداف سازمان خدماتی، وجود زمین و فضای لازم و کافی، انعطاف پذیری، عوامل زیبایی‌شناسی، جامعه و محیط است (Fitz Simmons & Fitz, 2008).

سبک^۲ معماری را از لحاظ مصالح، ظاهر، اجرا و منطقه احداث تقسیم می‌کند. برخی از سبک‌های طراحی شامل: کلاسیک، نئوکلاسیک، گوتیک، باروک، روکوکو، چینی، هندی، ایرانی، باهاوس، شیکاگو، مدرن، لوکوروبوزیه، پست مدرن، ارگانیک، تندیس‌گرا، های‌تک و دیگر طراحی‌های خلاقانه و پویا می‌باشند (Madani, 2013).

منطقه آزاد کیش

در میان جزایر ایرانی، پرسابقه‌ترین کانون گردشگری، منطقه آزاد کیش است. در این منطقه، ورود کالا، سرمایه و خدمات خارج از قوانین محدود کننده است (Eghtaei, 2014). جمعیت کیش ۳۹۸۵۳ نفر است. ۳۲/۸٪ مسافران زمستانی، ۲۶/۲٪ بهار، ۲۵/۴٪ پاییز و ۱۵/۶٪ تابستان که ۹۲٪ با پرواز و ۸٪ از دریا وارد جزیره می‌شوند. متوسط اقامت ۲ شبانه روز و میانگین سنی ۳۲ سال می‌باشند. نکات جذاب شامل: تمیزی و زیبایی، آرامش، طبیعت و آب و هوای جزیره است. کیش تا آذر ۱۴۰۰ دارای ۵۳ اقامتگاه فعال با ۱۳ هتل

¹ Master Chef

² Style

لوکس می‌باشد (Organization, 2022). به این لحاظ ضمن مطالعات اسنادی و رأی خبرگان تعداد ۹ هتل مورد سنجش و اولویت‌بندی قرار گرفته است.

پیشینه پژوهش

بهاری و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی برای بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت، وفاداری و اعتماد مشتری، در هتل‌های انقلاب و لاله شهر تهران انجام دادند. نتایج حاکی است که کیفیت خدمات بر رضایت مشتری، اعتماد مشتری و وفاداری مشتری تأثیر مثبت و معناداری دارد (Bahari & Bahari, 2021).

کیو و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان تأثیرات رهبری اصیل بر اعتماد به رهبران، رفتار شهروندی سازمانی و کیفیت خدمات در صنعت هلتداری چین انجام دادند. نتایج نشان داد رهبری اصیل بر کیفیت خدمات هتل‌داری چین تأثیر دارد (Qiu et al., 2019). یومش گونارائن (۲۰۱۴) ارتباط بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری هتل‌داری سریلانکا را بررسی و نتایج حاکی از رابطه مثبت و معناداری بین ابعاد خدمات (ملموس بودن، قابلیت اطمینان، پاسخگویی) با رضایت مشتری هتل‌داری سریلانکا است (Umesh Gunarathne, 2014).

خنگ و همکاران (۲۰۱۵) پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و وفاداری مشتریان انجام دادند. نتایج نشان داد بهبود کیفیت خدمات باعث افزایش وفاداری مشتریان و همچنین، اعتماد، همدلی و قابلیت اطمینان کیفیت خدمات در افزایش وفاداری مشتریان نقش دارند (Kheng et al., 2015).

کاندا و داتا (۲۰۱۵) پژوهشی تحت عنوان تأثیر اعتماد مشتری بر روی رابطه کیفیت خدمات الکترونیک و رضایتمندی مشتری انجام دادند. یافته‌ها نشان داد کیفیت خدمات الکترونیک با رضایتمندی مشتری ارتباط دارد (Kundu & Datta, 2015).

اسعدی و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان سنجش و تحلیل کیفیت خدمات هتل‌های سنتی منتخب استان یزد از دیدگاه گردشگران داخلی انجام دادند. نتایج نشان داد

که ۷ عامل امکانات فیزیکی هتل، تسهیلات ورزشی و تفریحی، اغذیه و نوشیدنی‌های سنتی، رفتار کارکنان، بهداشتی، فضای سنتی داخل هتل و اتاق‌ها و سیستم پاسخگویی و ارائه خدمات به‌عنوان عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات هتل‌های سنتی به‌شمار می‌روند. همچنین، نتایج تحلیل اهمیت و عملکردها نشان داد که در ۴ عامل تسهیلات ورزشی و تفریحی، اغذیه و نوشیدنی‌های سنتی، رفتار کارکنان و سیستم پاسخگویی شکاف معناداری بین اهمیت و ادراک گردشگران وجود دارد (Asadi et al., 2017).

کروبی و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی با هدف بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری به برند در هتل‌های ۵ ستاره انجام داده‌اند. نتایج نشان داد ابعاد کیفیت خدمات (ملموس بودن، قابلیت اطمینان، پاسخگویی، تضمین و همدلی) بر وفاداری به برند تأثیر معناداری دارد (Karroubi et al., 2019).

روش پژوهش

پژوهش حاضر، مبتنی بر روش AHP است. ابتدا عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات با مرور ادبیات و مصاحبه با خبرگان شناسایی و نتایج به روش AHP، تجزیه و تحلیل شدند. برای انتخاب خبرگان از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده که شامل تعداد ۱۴ تن و معیار انتخاب، ارتباط رشته تحصیلی (حداقل فوق لیسانس) و درک مفهوم کیفیت خدمات می‌باشد.

روایی محتوا

بر اساس روش لاوشه، برای ایجاد روایی محتوایی در پرسش‌نامه، پس از مرور ادبیات، دامنه محتوا و آیتم‌های ساخت پرسش‌نامه تدوین می‌شود؛ سپس از اعضای پانل خواسته می‌شود به میزان مناسب بودن هر آیتم با انتخاب یکی از سه گزینه «ضروری»، «مفید اما نه ضروری» و «غیر لازم» پاسخ‌دهند. با توجه به رابطه زیر نسبت روایی محتوا محاسبه شده و باتوجه به سطح موردنیاز برای معناداری آماری ($P < 0.05$)، باید حداقل مقدار $CVR = 0.75$ برای هر آیتم جهت پذیرش آن آیتم به‌دست‌آید:

$$CVR = \frac{N_e - N/2}{N/2}$$

N_e = تعداد اعضای که گزینه «ضروری» را برای آیتم مورد نظر انتخاب کرده‌اند.

N = تعداد کل اعضای پانل

پس از تکمیل پرسش‌نامه، روایی محتوا (CVR) تعیین شده عوامل مؤثر بر کیفیت ارائه خدمات هتل ضروری دانسته شد.

پایایی

برای سنجش پایایی پرسش‌نامه تحلیل سلسله مراتبی از روش آزمون مجدد استفاده شده است. لذا پرسش‌نامه مزبور برای سه نفر از خبرگان که دسترسی مجدد به آن‌ها امکان پذیر بوده؛ دو بار و به فاصله سه هفته از هم ارسال و همبستگی بین پاسخ‌ها در مرحله اول و دوم برابر با ۰/۹۱، ۰/۸۷، و ۰/۸۱ به دست آمد که می‌توان گفت پایایی پرسش‌نامه قابل قبول است.

تحلیل سلسله مراتبی

تحلیل سلسله مراتبی (AHP) از روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره MCDM است. جامعه آماری شامل ۱۰ نفر از مدیران میانی و ارشد منتخب هتل‌داری کیش با سابقه و تخصص اجرایی حداقل ۱۵ سال با تحصیلات حداقل کارشناسی می‌باشند. برای شناسایی تعیین اولویت شاخص‌ها از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره و مدل AHP در نرم افزار Expert Choice استفاده شده است.

فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) در ۳ گام صورت می‌گیرد که شامل موارد زیر است: ۱- ترسیم طرح سلسله مراتبی، ۲- محاسبه وزن‌ها، ۳- محاسبه نرخ سازگاری سیستم.

یافته‌های پژوهش

عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات

مطالعات نشان می‌دهد چه عواملی بر کیفیت خدمات هتل تأثیر گذار هستند. بر اساس تحلیل محتوا، عوامل مندرج بعد از تأیید خبرگان در جدول شماره ۱ به‌عنوان عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات استخراج شدند. هدف غایی اولویت‌بندی عوامل با روش AHP است.

جدول ۱. عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات هتل

ردیف	عوامل مؤثر
۱	سبک طراحی فیزیکی هتل
۲	گستره و تنوع خدمات هتل
۳	عملکرد و رفتار کارکنان هتل
۴	مدیریت هتل
۵	خلاقیت و نوآوری در خدمات

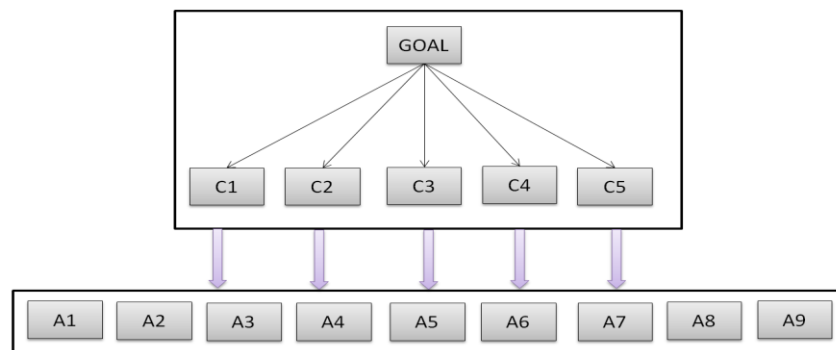
از مرور ادبیات تحقیق بر می‌آید حوزه کیفیت ارائه خدمات هتل‌های پنج ستاره کیش و عوامل مؤثر با استفاده از روش‌های تحلیل محتوا و خبره محور نیست. در مجموع خلاء بنیادی در حوزه مطالعات کیفیت خدمات هتل‌ها به ویژه کیش مشاهده می‌شود. همچنین با مرور سوابق، پژوهشی که سنجش و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر کیفیت خدمات هتل‌های پنج ستاره کیش داشته باشد، یافت نشد. لذا با توجه به حساسیت پروژه «جهت ۲۰۲۰» در جذب تماشاچیان، پژوهش حاضر که از روش AHP برای اولویت‌بندی عوامل تأثیر گذار بر کیفیت خدمات هتل‌های پنج ستاره می‌پردازد، از نوآوری قابل اتکائی برخوردار می‌باشد.

برای تعیین اولویت عناصر مدل با استفاده از تکنیک AHP، در گام نخست معیارهای اصلی انتخاب شد که عبارتند از: سبک طراحی، تنوع خدمات، رفتار کارکنان، مدیریت، خلاقیت و نوآوری در هتل می‌باشند. در این تحقیق ۹ هتل پنج ستاره انتخاب شد. معیارها و گزینه‌های تحقیق با اندیس عددی به صورت جدول ۲ نامگذاری شدند تا در روند تحقیق قابل بررسی باشد. برای تعیین وزن شاخص‌ها از تکنیک تحلیل سلسه‌مراتبی استفاده شده

است. الگوی سلسله‌مراتبی مدل با استفاده از تکنیک AHP در شکل شماره ۱ ترسیم شده است.

جدول ۲. معیارها و گزینه‌ها

نماد	گزینه	نماد	معیار
A1	هتل کوروش کیش	C1	سبک طراحی فیزیکی هتل
A2	هتل آرامیس پلاس	C2	گستره و تنوع خدمات هتل
A3	هتل ترنج	C3	رفتار و عملکرد کارکنان
A4	هتل ویدا	C4	مدیریت هتل
A5	هتل مارینا پارک	C5	خلاقیت و نوآوری مدیریت
A6	هتل ایران کیش		
A7	هتل پانوراما		
A8	هتل داریوش کیش		
A9	هتل میراژ		



شکل ۱. معیارها و گزینه‌های تحقیق

محاسبه وزن‌ها

برای انجام تحلیل سلسله‌مراتبی، نخست معیارهای اصلی براساس هدف به‌صورت تکنیک AHP زوجی رتبه‌بندی و مقایسه شده‌اند. بر این اساس عناصر هر خوشه دو به دو مقایسه می‌شوند. اگر در یک خوشه n عنصر موجود باشد $\frac{n(n-1)}{2}$ صورت خواهد گرفت. چون ۵ معیار وجود دارد بنابراین تعداد مقایسه‌های انجام شده برابر است با:

$$\frac{n(N - 1)}{2} = \frac{5(5 - 1)}{2} = 10$$

بنابراین ۱۰ مقایسه زوجی از دیدگاه ۱۰ نفر از خبرگان انجام و با استفاده از تکنیک میانگین هندسی دیدگاه خبرگان تجمیع گردید. ماتریس مقایسه زوجی حاصل از تجمیع دیدگاه خبرگان در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. ماتریس مقایسه زوجی معیارهای اصلی

C1	C2	C3	C4	C5
	1.39	1.67	1.09	3.38
		1.62	1.45	1.78
			1.47	1.41
				1.76
Incon: 0.02				

گام دوم، محاسبه میانگین هندسی هر سطر برای تعیین وزن معیارها است. سپس، مجموع میانگین هندسی سطرها محاسبه می‌شود. با تقسیم میانگین هر سطر بر مجموع میانگین هندسی مقدار وزن نرمال بدست می‌آید که به آن بردار ویژه نیز گفته می‌شود. با وارد کردن میانگین هندسی در برنامه Expert Choice معیارها وزن دهی و نمودار اولویت‌بندی استخراج می‌شود. بردار ویژه اولویت معیارهای اصلی به صورت W_1 خواهد بود.

$$W_1 = \begin{pmatrix} 0.292 \\ 0.235 \\ 0.181 \\ 0.182 \\ 0.110 \end{pmatrix}$$



شکل ۲. نمایش گرافیکی اولویت معیارهای اصلی

براساس بُردار ویژه بدست آمده:

- معیار سبک طراحی فیزیکی هتل با وزن نرمال شده ۰/۲۹۲ از بیشترین اولویت برخوردار است.
 - معیار گستره و تنوع خدمات هتل با وزن مشابه ۰/۲۳۵ در اولویت دوم قرار دارد.
 - معیار مدیریت هتل با وزن نرمال ۰/۱۸۲ در اولویت سوم قرار دارد.
 - معیار برخورد کارکنان با وزن نرمال ۰/۱۸۱ در اولویت چهارم قرار دارد.
 - معیار خلاقیت و نوآوری با وزن نرمال ۰/۱۱۰ در اولویت پنجم قرار دارد.
- گام سوم: نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۲ است که کوچکتر از ۰/۱ می‌باشد. بنابراین می‌توان به محاسبات اعتماد کرد.

مقایسه و تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیارها

نتایج مقایسه زوجی هتل‌ها در نرم افزار به تفکیک ارائه شده است. محاسبات انجام شده برای تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیار سبک طراحی هتل در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس سبک طراحی هتل

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	
A1			1.62	2.67	2.45	2.74	2.61	3.14	2.15	1.47
A2				2.36	2.71	1.56	1.34	1.22	3.36	2.1
A3					1.52	1.84	1.61	1.47	1.12	2.36
A4						1.29	2.52	1.41	1.62	1.81
A5							2.3	2.51	2.36	1.54
A6								2.14	1.51	2.37
A7									2.34	2.33
A8										1.17
A9	Incon: 0.06									



شکل ۳. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس سبک طراحی هتل

بر اساس شکل ۳ هتل بزرگ داریوش با وزن ۰,۲۰۹ در اولویت اول قرار گرفته است. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۹ است که کوچکتر از ۰/۱ می‌باشد. بنابراین می‌توان به محاسبات اعتماد کرد.

تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس گستره و تنوع خدمات هتل

محاسبات انجام شده برای تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس گستره و تنوع خدمات هتل ارائه شده است.

جدول ۵. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس گستره و تنوع خدمات هتل

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9
A1		2.1	2.54	2.17	1.64	1.34	1.28	1.51	2.66
A2			1.36	1.21	1.51	1.39	1.8	1.42	2.34
A3				2.31	1.38	2.52	2.37	1.26	1.37
A4					2.64	2.34	1.58	3.47	2.36
A5						2.35	1.58	2.97	2.36
A6							2.34	2.69	2.34
A7								1.28	1.42
A8									1.52
A9	Incon: 0.07								



شکل ۴. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس گستره و تنوع خدمات هتل

بر اساس شکل ۴ هتل آرامیس پلاس با وزن ۰,۱۵۹ در اولویت اول قرار گرفته است. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۹ است که کوچکتر از ۰,۱ می‌باشد. بنابراین می‌توان به محاسبات اعتماد کرد.

محاسبات انجام شده برای تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس برخورد کارکنان هتل در جدول شماره ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. تعیین اولویت هتل ها بر اساس برخورد کارکنان هتل

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9
A1		1.25	2.36	2.37	1.34	1.59	1.28	1.22	3.27
A2			1.28	2.37	1.24	1.27	1.26	2.34	1.25
A3				1.25	2.36	2.58	2.54	1.26	2.31
A4					2.31	2.39	1.25	2.55	2.17
A5						2.34	1.27	1.24	2.14
A6							3.26	2.15	2.67
A7								1.36	3.21
A8									2.18
A9	Incon: 0.08								



شکل ۵. تعیین اولویت هتل ها بر اساس کارکنان هتل

بر اساس شکل ۵ هتل مارینا کیش با وزن ۰,۱۴۸ در اولویت اول قرار گرفته است. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۸ است که کوچکتر از ۰/۱ می‌باشد. بنابراین می‌توان به محاسبه انجام شده اعتماد کرد. محاسبات انجام شده برای تعیین اولویت هتل ها بر اساس معیار مدیریت هتل در جدول شماره ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیار مدیریت هتل

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9
A1		1.23	1.28	2.37	1.45	2.37	1.36	2.25	2.29
A2			2.34	2.37	1.37	1.26	1.45	2.35	2.37
A3				1.34	2.36	1.28	2.14	2.37	2.14
A4					2.36	1.28	2.55	1.26	2.37
A5						2.36	2.38	1.25	2.16
A6							3.14	2.39	2.17
A7								2.33	2.51
A8									2.18
A9	Incon: 0.06								



شکل ۶. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیار مدیریت

بر اساس شکل ۶ هتل ویدا با وزن ۰,۱۳۳ در اولویت اول قرار گرفته است. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۷ است که کوچکتر از ۰/۱ بوده؛ بنابراین می‌توان به محاسبات انجام شده اعتماد کرد.

تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیار خلاقیت و نوآوری

محاسبات انجام شده برای تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیار خلاقیت مدیریت در جدول شماره ۸ ارائه شده است.

جدول ۸. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیار خلاقیت و نوآوری

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9
A1		1.39	2.34	1.11	2.35	2.31	1.17	1.12	2.36
A2			2.69	2.64	2.31	3.1	2.51	2.17	3.18
A3				2.36	2.59	2.34	1.28	2.47	2.5
A4					3.17	2.1	1.28	1.26	2.3
A5						2.58	1.48	1.91	2.1
A6							2.3	1.1	1.24
A7								2.61	2.4
A8									2.81
A9	Incon: 0.07								



شکل ۷. تعیین اولویت هتل‌ها بر اساس معیار خلاقیت و نوآوری مدیریت

بر اساس شکل ۷، هتل ترنج با وزن ۰,۱۴۹ در اولویت اول قرار گرفته است. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰/۰۹ بدست آمده است که کوچکتر از ۰/۱ می‌باشد. بنابراین، قابل اعتماد است.

اولویت نهایی گزینه‌ها با تکنیک AHP

در این مرحله اولویت نهائی محاسبه می‌شود. نتایج مقایسه زیرمعیارهای تحقیق و اوزان مربوط به آنها ماتریس W_2 را تشکیل می‌دهد. برای تعیین اولویت نهائی گزینه‌ها با تکنیک AHP کافیست وزن شاخص‌ها براساس هر معیار (W_2) در وزن معیارهای اصلی (W_1) ضرب

شود. با در دست داشتن وزن هریک از معیارهای اصلی (W_1) و زیرمعیارها (W_2) وزن هریک از گزینه ها محاسبه می شود. در اینجا با وارد کردن میانگین هندسی مربوط به هر شاخص، عملیات فوق در نرم افزار Expert choice انجام شده و نتایج محاسبات انجام شده و اوزان مربوط به هر گزینه در شکل ۸ آمده است.



شکل ۸. تعیین اولویت نهائی هتل ها در اکسپرت چویس

جدول ۹. تعیین اولویت نهائی هتل ها در اکسپرت چویس

۱. هتل کوروش کیش	با وزن ۰,۱۴۳ در اولویت اول قرار دارد.
۲. هتل آرامیس پلاس	با وزن ۰,۱۳۷ در اولویت دوم قرار دارد.
۳. هتل ترنج کیش	با وزن ۰,۱۲۹ در اولویت سوم قرار دارد.
۴. هتل ویدا کیش	با وزن ۰,۱۲۵ در اولویت چهارم قرار دارد.
۵. هتل مارینا پارک	با وزن ۰,۱۰۶ در اولویت پنجم قرار دارد.
۶. هتل ایران کیش	با وزن ۰,۰۹۸ در اولویت ششم قرار دارد.
۷. هتل پانوراما	با وزن ۰,۰۹۴ در اولویت هفتم قرار دارد.
۸. هتل داریوش کیش	با وزن ۰,۰۹۲ در اولویت هشتم قرار دارد.
۹. هتل میراژ کیش	با وزن ۰,۰۹۷ در اولویت نهم قرار دارد.

بر اساس نتایج بدست آمده، هتل کوروش، آرامیس پلاس، ترنج، ویدا و مارینا پارک به ترتیب رتبه های اول تا پنجم را با توجه به معیارهای موثر بر کیفیت خدمات بدست آوردند،

بنابراین به نظر می‌رسد هتل‌های دیگر باید تلاش کنند تا کیفیت ارائه خدمات خود را بهبود بخشند.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به هدف پروژه «جهت ۲۰۲۲» رویکرد اصلی این پژوهش، شناسایی عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات هتل است. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد عوامل مؤثر بر کیفیت عبارتند از: سبک طراحی، تنوع خدمات، رفتار کارکنان هتل، مدیریت، و نهایتاً خلاقیت و نوآوری. نتایج تا حدودی با نتایج سایر مطالعات ژانگ و همکاران (۲۰۲۱)، کیو و همکاران (۲۰۱۹)، بهاری و همکاران (۱۴۰۰)، کروی و همکاران (۱۳۹۷) و اسعدی و همکاران (۱۳۹۶) که برخی این عوامل را به‌عنوان عوامل مؤثر بر کیفیت ارائه خدمات برگزیده بودند، مطابقت دارد. بر اساس نتایج، سبک طراحی هتل با وزن نرمال شده ۰/۲۹۲ از بیشترین اولویت و معیار تنوع خدمات با وزن ۰/۲۳۵ در اولویت دوم و معیار مدیریت هتل با وزن نرمال ۰/۱۸۲ در رتبه سوم قرار گرفت. با توجه به نتایج و کسب رتبه اول عامل سبک طراحی هتل، لازم است در روند طراحی دکوراسیون هتل‌های پنج ستاره مورد نظر، از طرح نما تا نورپردازی‌ها، تابلوها و حتی روتختی داخل اتاق‌ها هارمونیک باشند و متناسب با اصول زیبایی‌شناسی پدیدار باشند. حتی جزئی‌ترین نکات در همسو کردن فضای هتل مؤثر است. در رتبه دوم، تنوع خدمات ارائه شده بسیار مهم است؛ چراکه تضمین‌کننده استاندارد یکسان ارائه خدمات مداوم به میهمان است. بنابراین، هتل‌ها دارای برنامه اعلام جزئیات فرآیند خدمات هستند. تصویب روش‌های استاندارد، مدیریت دقیق کیفیت خدمات و استانداردهای بالای آموزش‌های بروز شده، اتوماسیون و بازاریابی به این فرآیند کمک می‌کند. در نتیجه مدیریت هتل در بُعد رتبه‌بندی و سبک طراحی در بُعد طبقه‌بندی است، مدیر باید با درک میهمان‌نوازی هتل را به خوبی اداره کند و مراجعین را خشنود و راضی

بازگرداند. کیفیت‌ها نشانه‌هایی از مهارت و تجربه مدیران هستند و باید مدیر هتل به تمام ریزه کاری‌ها، زمینه‌های شغلی و حرفه‌ای هتل خود آگاه باشد. برخورداری از مهارت در اداره امور و بکارگیری خلاقیت‌های ابتکاری و شیوه‌های خاص از سوی مدیران می‌تواند با مدیریت‌های مشابه تفاوت ایجاد کند و این موضوع را با توجه به کیفیت‌های ارائه شده می‌توان به خوبی تشخیص داد. با توجه به اینکه سطوح انتظارات مشتریان از خدمات ارائه شده در هتل‌ها بالاتر از ادراک مدیران از خدماتی است که برای مشتریان خود فراهم می‌کنند، قرار دارد، در نتیجه مدیران هتل‌ها باید بر انتظارات مشتریان خود تمرکز نمایند. آنها باید اطلاعاتی را در زمینه نگرش‌های مشتریان به دست آورند و به دنبال بهبود نقاط ضعف خدمات خود باشند و برای شناخت، جذب بیشتر مشتریان، بر فعالیت‌های مدیریت ارتباط با مشتری تمرکز نمایند. مدیران هتل‌ها باید با حساسیت بالا نسبت به پوشش ظاهری، عملکردهای رفتاری، گویشی و همچنین بهداشت و سلامت کارکنان خود توجه ویژه‌ای داشته باشند، لذا پیش از هر فعالیتی ضروری است که ضمن تأکید بر رعایت اصول حرفه‌ای، استحمام روزانه، استفاده از خشبوکننده، لوازم بهداشتی مورد نیاز مانند دستکش، الکل و ماسک استفاده شود و به‌صورت مداوم کارکنان را رصد کرده و از سلامت آنها مطمئن شود. همچنین به‌طور کامل و مداوم بر ضدعفونی و نظافت محیط هتل نظارت کنند.

بنابراین با توجه به اینکه این تحقیق پروژه «جهت ۲۰۲۲» را هدف خود قرار داده، نکات تکمیلی زیر به‌عنوان راهکار عملیاتی می‌بایست مورد توجه ویژه قرار گیرد:

- سرعت در برنامه‌ریزی عملیاتی جهت ارزیابی، درجه‌بندی و آماده‌سازی هتل‌های کیش با نظارت جامعه هتلداران؛
- اتخاذ سیاست تشویقی و دینفع نمودن بومیان کیش در فرآیند پروژه «جهت ۲۰۲۲» با نظارت معاونت گردشگری؛
- اتخاذ سیاست‌های تشویقی مناسب و هدایت جریان‌های گردشگری به مناطق بومی نشین مانند منطقه میرمهنا؛

- تشویق در احیاء و نماسازی خانه‌های سنتی بومیان در منطقه میرمهنّا به سبک معماری مناطق ساحلی و جزیره‌ای؛
- بالا بردن سطح مهارت‌های رفتاری رانندگان تاکسی و حتی جامعه بومی از طریق دوره‌های آموزش تصویری؛
- رصد مداوم رعایت پروتکل‌های بهداشتی هتل‌ها و واحدهای غیررسمی (خانه‌های استیجاری بومیان)؛
- اتخاذ سیاست تشویقی و برنامه‌ریزی در جهت اعمال نظارت دقیق‌تر بر کیفیت مواد اولیه، پخت و آماده‌سازی غذا؛
- برنامه‌ریزی در جهت ارائه سرویس‌های پذیرایی اعم از رستوران‌ها، فست فودها، قهوه‌خانه‌های سنتی و کافی شاپ‌ها؛
- آگاه‌سازی بومیان و گردشگران جهت محافظت بیشتر از جنبه‌های زیست‌محیطی و کاهش اثرات منفی تولید زباله؛
- آگاه نمودن گردشگران در هنگام ورود به جزیره در خصوص فرهنگ و ارزش‌های مذهبی، باورها و اعتقادات بومیان؛
- برنامه‌ریزی گسترش حمل و نقل سبز مانند کالسکه سواری و بازسازی مسیرهای پیاده روی مابین مراکز گردشگری؛
- از رده خارج نمودن قایق‌های موتوری آلوده‌کننده اطراف اسکله و به‌حداقل رساندن اثرات منفی زیست محیطی ورزش‌های دریایی.

References

1. Asadi, M., Azar, A., & Naghavi, S. (2017). Evaluation and Analysis of Traditional Hotels Quality of Services (QoS) Using Importance-Performance Analysis Tool from Domestic Tourists' perspective (Case Study: Selected Traditional Hotels of Yazd Province). *Tourism Management Studies*, 12(39), 1-26. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.14822.1421> (In Persian)
2. Bahari, j., & Bahari, S. (2021). Investigating the Relationship between Service Quality and Customer's Satisfaction, Loyalty, and Trust: A Case Study of Tehran's Enghelab and Laleh Hotels *Social Studies in Tourism*, 18, 143-183. (Springer, Boston, MA.) (In Persian)

- 3 . Baqari Nizamabad, L. (2013). *Designing a cultural-artistic model of hospitality services in 4-star hotels in Iran with an industrial design approach* [Ph.D. Thesis, Islamic Azad university. North Tehran Branch.]. (In Persian)
- 4 . Chen, C. M., Lee, H. T., Chen, S. H., & Tsai, T. H. (2014). The police satisfaction between police staff and citizens. *Policing: An International Journal of Police Strategies and Management*, 37(3), 521-542.
- 5 . Eghtaei, B. (2014). *Planning and development of tourism in Kish Island (with emphasis on Nowruz travelers)* [Master Thesis, Islamic Azad university, Garmsar Branch]. (In Persian)
- 6 . Fitz Simmons, J. E., & Fitz Simmons, M. (2008). *Management of services, strategy, operations and information technology* (S. M. Arabi & D. Izadi, Trans.; 1 ed.). Cultural Research Office, Tehran. (In Persian)
- 7 . Ghafari, M., Kiai, S. A., Abbasi, A., & Khoshrou, M. (2022). Develop a model for measuring the perceived quality of Tehran's tourism destination from the perspective of international tourists. *Quarterly Journal of Urban and Regional Development Planning*, 6(19), 137-164. <https://doi.org/10.22054/urdp.2022.62495.1364> (In Persian)
- 8 . Gkiotsalitis, K. (2021). A model for modifying the public transport service patterns to account for the imposed COVID-19 capacity. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2021.100336>
- 9 . Haghghi Kafash, M., & Bagheri, H. (2013). Service quality and customer loyalty in four-star hotels of Shiraz. *Tourism Management Studies*, 7(20), 1-29. <https://doi.org/10.22054/tms.2013.3979> (In Persian)
- 10 . Jenaabadi, H., Abili, K., Nastiezaie, N., & Yaghubi, N. M. (2011). The gap between perception and expectations of patients of quality of treatment centers in Zahedan by using the Servqual model. *Payesh*, 10(4), 449-457. <http://payeshjournal.ir/article-1-498-en.html> (In Persian)
- 11 . Jung, j. h., Yoo, j. j., & Arnold, t. j. (2021). The influence of a retail store manager in developing frontline employee brand relationship, service performance and customer loyalty. *Journal of Business Research*, 122, 362–372. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.010>
- 12 . Karroubi, M., Bahari, J., Mohammadi, S., Bazleh, M., & Bahari, S. (2019). The Impact of Service Quality on Customer Trust in the Hotel

- Industry (Case Study: Narenjestan Noor Five Star Hotel). *Geography and Human Relations*, 1(1), 80-97. (In Persian)
- 13 .Kheng, L. L., Mahamad, O., Ramayah, T., & Mosahab, R. (2015). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 57-66.
- 14 .Kundu, S., & Datta, S. K. (2015). Impact of trust on the relationship of e-service quality and customer satisfaction. *EuroMed Journal of Business*, 10(1), 21-46.
- 15 .Madani, A. M. (2013). *Designing a local model for ranking and classifying hotels in Iran* [Ph.D. Thesis, Islamic Azad University, Science and Research Branch]. Tehran (In Persian)
- 16 .Modarressi, M. (2007). *Descriptive dictionary of words*. Nika Press, Tehran (In Persian)
- 17 .Organization, K. F. Z. (2022). *Comprehensive statistical report on the performance of the Deputy Minister of Tourism of the Kish Free Zone Organization*. . (In Persian)
- 18 .Qiu, S., Alizadeha, A., Larry, M., & Dooleya, R. Z. (2019). The effects of authentic leadership on trust in leaders, organizational citizenship behavior, and service quality in the Chinese hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 77–87.
- 19 .Rusta, A., Venus, D., & Ebrahimi, A. H. (2021). *Marketing Management* (15 ed.). Side Publications, Tehran. (In Persian)
- 20 .Sakyi, D. (2020). A comparative analysis of service quality among ECOWAS seaports. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 6, 1-10.
- 21 .Shen, C., & Yahya, Y. (2021). The impact of service quality and price on passengers' loyalty towards low-cost airlines: The Southeast Asia perspective. *Journal of Air Transport Management*, 91, 1-12.
- 22 .Suoniemi, S., Terho, H., Zablah, A., Olkkonen, R., & Straub, D. W. (2021). The impact of firm-level and project-level it capabilities on CRM system quality and organizational productivity. *Journal of Business Research*, 127, 108–122. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.007>
- 23 .Umesh Gunarathne, W. H. D. P. (2014). Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Sri LanKan Hotel Industry. *International Journal of Scientific & Research Publications*, 4(11), 1-8.

- 24 .Vargas, S. I., & Lusch, R. F. (2004). The four service marketing myths-remnants of a goods- based manufacturing model. *Journal of Service Research*, 6, 324-333.
- 25 .Wang, X., Lu , J., Feng, Y., & Liu, L. (2021). Antecedents and mediating role of IT service climate in IT service quality: A mixed methods study. *International journal of information management*, 57, 1-10. www.qualityintourism.com/wp-content/.../Hotel-Standard-INT