

Geographic Notion
Vol. 23.Spring & Summer 2021
Zanjan University
No 163

اندیشه جغرافیایی
سال دوازدهم، شماره بیست و سوم، بهار و تابستان ۱۳۹۹
دانشگاه زنجان
مقاله شماره ۱۶۳

تحلیل عوامل مؤثر بر میزان رضایتمندی شغلی کارکنان بخش هتلداری

(مطالعه موردی: کارکنان هتل های استان مازندران)

ارسطو خیرالهی^۱، ابراهیم شریف زاده اقدام^۲

چکیده

در عصر حاضر، همه کشورها با توجه به رقابت پذیری در عرصه جذب گردشگر در محیطی رقابتی، به دنبال افزایش کیفیت خدمات خود و در نتیجه جذب مشتری بیشتر هستند. هتلداری به عنوان بخشی مهم، در تمامی ابعاد خود، می تواند به عنوان یکی از مهم ترین منابع برای اشتغال زایی در سطوح مختلف ملی، منطقه ای و محلی مطرح باشد. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر میزان رضایتمندی شغلی کارکنان بخش هتلداری در استان مازندران است. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق را نیز افراد شاغل در هتل های استان مازندران تشکیل می دهند. جهت تحلیل داده ها نیز از روش های تحلیل عاملی و تحلیل لیزرل استفاده شده است. نتایج تحلیل عاملی نشان می دهد که هفت عامل رضایتمندی از درآمد، رضایتمندی از محیط کار، رضایت از تعادل حجم کار، احترام متقابل، اعتماد، آموزش و رضایت از امکان ترقی، قادرند حدود ۶۷/۹۶ درصد واریانس متغیرهای تحقیق را تبیین کنند و توجه به این عوامل در میزان رضایت کارکنان ضروری به نظر می رسد؛ همچنین یافته های حاصل از تحلیل لیزرل حاکی از آن است که دو عامل رضایت از درآمد و رضایت از امکان ترقی این بخش دارای بیشترین میزان بار عاملی بر سطح میزان رضایتمندی نیروی انسانی است و به جز عامل کیفیت محیط کار، همه عوامل توسعه انسانی در بخش هتلداری در سطح منفی ارزیابی شده اند. به عبارت دیگر، سطح رضایتمندی میان کارکنان، به سمت نارضایتی کلی متمایل است.

واژگان کلیدی: رضایتمندی، کارکنان، هتلداری، استان مازندران، ایران

^۱ - کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه زنجان، ایران

^۲ - دانشجوی دکتری برنامه ریزی شهری، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران Email: eb.sharifzadehghdam@mail.um.ac.ir

مقدمه

گردشگری یک صنعت خدماتی است، پس درآمد حاصل از این صنعت، بخشی از تولید ناخالص ملی کشور میزبان بوده و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تأثیر می‌گذارد (ستوکویل^۱، ۲۰۱۸: ۳)، از این رو صنعت گردشگری می‌تواند راهکارهای مناسبی برای کسب درآمدهای ارزی سرشار برای کشورها و تولید ملی بالاتر باشد (پربینسن^۲، ۲۰۱۸: ۲۰). در سال ۲۰۱۶ گردشگری بین‌المللی حدود ۳ درصد از کل درآمدهای جهان و ۸۳ درصد از صادرات بخش خدمات را به خود اختصاص داده است (پوپ^۳ و همکاران^۳، ۲۰۱۶: ۵۸۴۳) همچنین بر اساس پیش‌بینی‌های رسمی سازمان جهانی گردشگری، درآمد حاصل از گردشگری در سطح جهان تا سال ۲۰۲۰ به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۶: ۴۲۳)

انگیزه اصلی در راه‌اندازی و شکوفایی گردشگری در هر منطقه‌ای به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، ارتقای معیارهای کیفیت زندگی و دستیابی به یک درآمد پایدار از طریق بخش‌های درگیر در این حوزه است (خوشکام، ۲۰۱۶)^۵ در این بین هتلداری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازمان‌های این بخش محسوب می‌شود که اساساً رفتارها، تلاش‌ها و خلاقیت کارکنان آن در حین ارائه خدمات به گردشگران، لازمه بقای آن است (ایمرگلو^۶، ۲۰۱۵: ۳۴۰). لویگنا^۷ معتقد است که شرکت‌هایی که بیشترین توجه را به دخالت دادن کارمندان در مدیریت و ارزش‌دهی به آن‌ها مبذول داشته‌اند، در سه فاکتور درآمد، رشد مالی و رشد سهام در بورس به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای (۴۳٪) موفق‌تر از شرکت‌های غیرفعال، از نظر

¹ Stockwell

² Prebensen,

³ Popov

⁴ WTO

⁵ Khoshkam

⁶ Emiroğlu

⁷ Lavigna,

سوددهی و بازدهی عمل کرده‌اند (کارپیتلا^۱، ۲۰۰۳: ۸). بسته به نوع و بخش هر صنعت، بین ۴۰-۸۰ درصد رضایتمندی مشتری و متعاقب آن، وفاداری وی به بنگاه اقتصادی، به رابطه‌ی بین رفتار افراد شاغل در بخش و متغیرهای مربوط به مشتری وابسته است (تحقیقات هزاره^۲، ۲۰۰۲)

کیفیت خدمات، دارای بیشترین اهمیت در صنایع مردم پایه مانند صنعت گردشگری و میزبانی است (رُز^۳، ۱۹۹۵: ۱۵) بنابراین کارکنان هتل‌ها تأثیر فراوانی بر هر دو بخش کیفیت ارائه‌ی خدمات و رضایتمندی مشتری می‌گذارند (سیولدج^۴، ۲۰۱۴: ۳) کارکنان بخش هتلداری در استان مازندران علی‌رغم مواجهه با تعداد زیادی گردشگر در ایام مختلف سال، ساعات بیشتری در هفته به کار مشغول هستند و متعاقب آن دارای شرایط ویژه‌تری هستند. در بخش هتلداری، کارکنان به دلیل ساعات کار زیاد^۵، نامرتب بودن ساعات کاری، حجم کار بالا، دستمزد پایین^۶ و انتظارات بالا و حساسیت مشتریان در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی با مشکلات عدیده‌ای روبرو هستند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها ناتوانی کارکنان در برقراری تعادل بین کار و زندگی شخصی است (ژائو و کوو^۷، ۲۰۱۲: ۲۷۹). در این تحقیق سعی شده است که با بررسی عوامل مؤثر بر رضایتمندی کارکنان هتل‌ها در شهرهای مختلف استان مازندران، وضعیت موجود به‌طور علمی مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد تا میزان رضایت کارکنان هتل‌های مورد مطالعه و نیز دلایل نارضایتی مشخص شده و در نهایت راهکارهایی در جهت بهبود وضعیت ارائه گردد. با مروری بر تحقیقات پیشین مشخص شد که این تحقیق

¹ Carpitella

² Guide Star Research,

³ Ross,

⁴ Civildage

^۵ ۸۳،۴ درصد از نمونه‌های این تحقیق بیشتر از ۸ ساعت در روز کار می‌کنند.

^۶ بر طبق آمار به‌دست‌آمده در این تحقیق ۷۱،۴ درصد از افراد نمونه کمتر از میانگین حداقل درآمد لازم برای

اداره یک زندگی معمولی در ایران (۳۱۰ میلیون ریال یا ۳۰۰۰ دلار در سال)، حقوق دریافت می‌کنند.

⁷ Zhao & Qu

باهدف و موضوع حاضر، جزو اولین تحقیقاتی است که در منطقه مورد مطالعه به انجام رسیده است. استان مازندران پرتعدادترین مقصد برای گردشگران داخلی ایران به حساب می آید. در فصل تابستان ۱۳۹۶ و بهار ۱۳۹۷ در مجموع بیش از ۳۱ میلیون گردشگر داخلی داشته است (مرکز آمار، بخش گردشگری، ۱۳۹۷) پس سنجش میزان رضایتمندی کارکنان بخش هتلداری در این استان می تواند کمک شایانی به بهبود وضعیت اقامت و هتلداری به عنوان زیربنای اصلی گردشگری در این استان بنماید. در تحقیق حاضر تلاش بر این است که به سؤالات زیر پاسخ داده شود:

- آیا کارمندان شاغل در هتل های استان مازندران از شرایط شغلی خود راضی هستند؟

- مهم ترین عوامل نارضایتی کارکنان بخش هتلداری استان مازندران کدامند؟

اهداف تحقیق

- شناسایی عوامل مؤثر بر رضایتمندی نارضایتی کارکنان بخش هتلداری استان مازندران

- شناسایی چالش ها و فرصت های فراروی بخش هتلداری در صنعت گردشگری

- معرفی راهبردهای قابل ارائه در خصوص بهبود وضعیت بخش هتلداری در استان مازندران به عنوان گردشگرپذیرترین منطقه کشور

- به حداکثر رساندن منافع اقتصادی، اجتماعی و محیطی برای ذینفعان در جامعه میهمان و میزبان

اهمیت و ضرورت پژوهش

یکی از مهم ترین زیرساخت های گردشگری که تضمین کننده رفاه گردشگران است، هتلداری است که در مباحث بازاریابی با عنوان هتلداری و فعالیت های خدماتی تعریف می شوند (سلیمانی، ۱۳۸۸: ۱۶۰). هتل ها در بسیاری از موارد، خود

نقش جاذبه گردشگری ایفا می‌کنند (سلیمانی، ۱۳۸۸: ۱۶۲) و علاوه بر این، آنچه هتل را از اهمیت بیشتری برخوردار می‌کند، کیفیت تعامل میان کارکنان هتل با مشتریان است اما فشارهای وارده بر کارکنان هتل‌ها و عواقب ناشی از آن که در محل کار خود را نشان می‌دهد، سالانه حدود ۸۰ میلیارد دلار زیان برای بخش به همراه دارد و چون هتل‌ها ساختارهایی هستند که کاملاً به وسیله نیروی انسانی اداره می‌شوند، در واقع مهم‌ترین منبع هتل‌ها، نیروی انسانی آنهاست (پتچاراک^۱، ۲۰۰۲) که ضرورت توجه به این امر را بیش از پیش نشان می‌دهد.

مبانی نظری

هتلداری و صنعت گردشگری

سیاست‌های دهه‌های اخیر به توسعه گردشگری به‌عنوان یکی از شیوه‌های اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد تأکید دارند که در فراسوی درگیرهای حاصل از تخصصی شدن و بهره‌وری بیشتر گردشگری، منابع انسانی و هتلداری در آن اهمیت بسیاری دارند (واسلیکی و زافیروپولوس^۲، ۲۰۰۶) صنعت هتلداری و میزبانی می‌تواند در تسریع روند شکوفایی گردشگری در یک کشور نقش به‌سزایی ایفا نماید (حکاکی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۵۰).

هتل‌ها ساختارهایی هستند که کاملاً به وسیله نیروی انسانی اداره می‌شوند؛ صنعت هتلداری در این کشور ۷۰ سال قدمت دارد، اما مسائلی مانند عدم توجه حکومت به گردشگری از اساس، ضعف در آموزش و مدیریت، اختلاف بین عرضه و تقاضا، فعالیت ناچیز بخش خصوصی، ورود اندک گردشگران خارجی به علت انزوای بین‌المللی و ناتوانی گردشگران داخلی برای اقامت در هتل‌های گران‌قیمت نیست به قدرت خرید ناچیز مردم، منجر به ابهام در آینده صنعت هتلداری ایران شده است (وارثی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۵). طبق گزارش مجمع جهانی اقتصاد در

¹ Petcharak

² Zafiroopoulos & Vasiliki

سال ۲۰۱۳، ایران از نظر پتانسیل‌های گردشگری و میزبانی در رتبه هفتم دنیا قرار دارد، اما شوربختانه، از نظر زیرساخت‌های گردشگری در بین ۱۴۰ کشور، رتبه‌ی ۱۳۳ را با امتیاز ۱,۴ کسب کرده است، همچنین از نظر ظرفیت هتل‌ها و نسبت اتاق‌های موجود به جمعیت گردشگر، رتبه‌ای بهتر از ۱۱۰ کسب نکرده است. این کشور در سال ۲۰۱۵ دارای ۱۱۰۰ هتل بوده است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۵)، این در حالی است که شهر دویبی و استانبول در مجاورت ایران هر کدام به‌نهایی و به ترتیب داری ۱۹۳۰^۱ و ۲۵۳۹ هتل ثبت‌شده و آمده رزرو بوده‌اند (سایت بوکینگ^۲)

رضایتمندی شغلی کارکنان

احساسی که کارکنان به‌طور عمومی و کلی نسبت به کار خوددارند، میزان رضایتمندی شغلی آن‌ها را مشخص می‌کند (ساگیر^۳ و همکاران، ۲۰۱۲: ۳۳) رضایتمندی شغلی را نحوه‌ی نگرش فرد شاغل به‌طور کلی به کار مربوطه می‌داند و آن را در ۵ مؤلفه خلاصه می‌کند: ۱- مزایای مالی ۲- نگرش فرد نسبت به همکاران ۳- نگرش فرد نسبت به شرایط کاری ۴- نگرش فرد نسبت به بنگاه مربوطه و درنهایت ۵- نحوه‌ی درک اهداف کلی بنگاه (فایانا^۴، ۲۰۰۲: ۳۵) رضایتمندی شغلی به ابراز احساس رضایت از طرف یک فرد در نتیجه ارزیابی کار خود به‌عنوان شغلی مفرح و لذت‌بخش و ارائه‌کننده‌ی تمام مزایای مورد انتظار از کار شاغل اطلاق می‌شود. (لاک^۵، ۱۹۶۹: ۳۱۵) مفهوم رضایتمندی شغلی یکی از متداول‌ترین موضوعات در مدیریت منابع انسانی است (به^۶، ۲۰۱۳: ۲۲۰) بر طبق نظرسنجی انجام‌شده توسط شورای سلامت آمریکا (۲۰۰۸)، ۴۰ درصد از

^۱ در فاصله تنها دو سال تعداد (۲۰۱۷-۲۰۱۹) تعداد هتل‌های دویبی از ۱۲۱۳ هتل به ۱۹۳۰ هتل رسیده است.

^۲ booking

^۳ Sageer

^۴ Fajana

^۵ loke

^۶ Yeh

کارکنانی که می‌دانند که در طول ۱۲ ماه آینده از شغل خود کنار گذاشته می‌شود، از شرایط کاری و شغلی خود ناراضی هستند. در این میان هم فقط ۴ درصد جامعه نمونه اذعان کرده است که به‌طور قطع بعد از اتمام قرارداد استعفا کرده و ادامه نخواهند داد. این افراد نیز سطح رضایتمندی پایینی دارند (شورای منابع انسانی^۱، ۲۰۰۸) در زمینه گردشگری نیز، در بسیاری از نقاطی که رونق فعالیت‌های اقتصادی سنتی کاهش یافته، مسئولین برای تقویت و تجدید قوای اقتصاد شهر از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای بازسازی و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و سرمایه‌گذاری استفاده می‌کنند (کُمبس و ایلج، ۱۹۷۹: ۲۰۵)^۲ رویکرد استراتژی توسعه گردشگری از طریق مکانیسم‌هایی مانند مشارکت کارکنان در بخش هتلداری شهر را به‌سوی شرایط توسعه پایدار را مدیریت می‌کند (شاو و ویلیامز^۳، ۲۰۱۱: ۲۰۸)

پیشینه تحقیق

به گفته محققان تا سال ۱۹۷۶ حدوداً ۳۳۰۰ مقاله در مورد موضوع رضایتمندی شغلی ارائه شده است، از همین سال تا سال ۲۰۰۰ میزان ۷۸۵۵ مقاله‌ی دیگر در این زمینه به چاپ رسیده است. (هارتر^۴ و دیگران، ۲۰۰۲: ۲۶۸) با بررسی تحقیقات انجام شده در این زمینه به‌راحتی می‌توان فهمید که ۸۰-۹۰ درصد مؤلفه‌های سنجش رضایتمندی مشابه‌اند. برای مثال موک و وون با بررسی دلایل ترک شغل، شش عامل را برای سنجش رضایتمندی کارکنان هتل‌ها در هنگ‌کنگ در نظر گرفته‌اند که شامل همکاران، دستمزد، ترفیع، مدیریت، محتوای کار و شغل به‌طور کلی می‌باشند (موک و وون؛ ۲۰۲۲: ۲۱)^۵ پن نیز از هفت عامل؛ ارزیابی

¹ Human Resources Council

² Combs & Elledge

³ Shaw & Williams

⁴ Harter

⁵ Mok & Woon

عملکرد و ترفیع، تعادل، محتوای کار، محیط کاری، روابط بین کارکنان، مدیریت و اعتماد کلی به کار در ارزیابی رضایتمندی کارکنان هتل‌ها در تایوان استفاده کرده است (پن^۱، ۲۰۱۵: ۹۰) لاندبرگ با پیاده کردن نظریه Herzberg تحت عنوان نظریه دو عاملی انگیزش کارکنان، دو عامل بلوغ و سلامتی^۲ را در انگیزش کارکنان مؤثر می‌داند که اولی شامل مسئولیت‌پذیری، قدرشناسی، آموزش و مهارت و اطلاعات بوده و عامل دوم نیز شامل سطح دستمزد، پاداش و روابط درون شخصیتی می‌شود (لاندبرگ^۳، ۲۰۰۹: ۸۹۵) پتروویچ اذعان می‌کند که کسب رضایتمندی کارکنان بومی و غیربومی متفاوت‌تر از همدیگر حاصل می‌شود (پتروویچ^۴ و همکاران، ۲۰۱۲) چونگ نیز با بررسی کارکنان هتل‌های صربستان به این نتیجه رسیده‌اند که میان فاکتورهای تأثیرگذار بر روی رضایتمندی کارکنان و مشتریان و گردشگران رابطه‌ای مستقیم و معنادار وجود دارد (جانگ^۵ و همکاران، ۲۰۱۳). پچاراک در تحقیقی باهدف ارزیابی زمینه‌های انگیزه‌بخش برای کارکنان هتل‌ها در منطقه‌ی سنت پل در ویسکانسین^۶ دلایل عمده‌ی روی آوردن کارکنان هتل‌ها به این شغل را کیفیت نوع شغل، جالب بودن آن، حقوق کافی و امنیت شغلی می‌داند (پچاراک^۷، ۲۰۰۲)، کنتیو^۸ با بررسی کارکنان هتلداری در ۱۳۹ کشور، لازمه انگیزش بیشتر کارکنان در هتل‌ها و اقامتگاه‌های گردشگری را علاوه بر انگیزش‌های مرسوم مالی و ترفیع، ارتباط دادن کار با فرهنگ بومی و استفاده از معیارهای فرهنگی و اخلاقی مرسوم در فرهنگ بومی کارکنان جهت عملکرد بهتر می‌داند. آراسلی^۹ و همکاران با بررسی کارکنان قسمت پذیرش در

¹ Pan

² Growth, Hygiene

³ Lundberg

⁴ Petrović

⁵ Jung

⁶ Saint Paul, Wisconsin, USA

⁷ Petcharak,

⁸ Contiu

⁹ Arasli,

درجه و ۳۵ دقیقه عرض شمالی و ۵۰ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ قرار گرفته است. (سجادیان، ۱۳۸۹) میانگین بارندگی سالانه در نوار ساحلی استان برابر با ۹۷۷ میلی‌متر است. این استان به دلیل خصوصیات آب و هوایی مناسب و موقعیت جغرافیایی خاص خود از گذشته تاکنون به‌عنوان یکی از گردشگرپذیرترین استان‌های ایران شناخته شده است (هنری^۱ و دیگران، ۲۰۱۲) خصوصیات و دارایی‌های طبیعی مانند دریای خزر، سواحل طولانی و مناسب، پوشش گیاهی متنوع، کوهستان‌های زیبا و خوش‌منظره مانند کوه دماوند، جنگل‌های انبوه، پارک‌های ملی، آبشارها و بسیاری از موهبت‌های طبیعی دیگر این استان راه به مقصدی مناسب برای گردشگران با کاربردهای متنوع گردشگری تبدیل کرده است. بیش از ۹۵ درصد از گردشگران این استان را گردشگران داخلی تشکیل می‌دهد. بر اساس آمارهای رسمی، مازندران به‌عنوان مهم‌ترین مقصد گردشگری داخلی کشور، سالانه میزبان حدود ۳۰ میلیون مسافر و گردشگر داخلی و خارجی است. گردشگری یکی از منابع اصلی درآمدی برای مردم این استان به حساب می‌آید. بر اساس آمار سایت اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و همچنین سایت مرجع هتلداری ایران، این استان دارای ۹۴ فقره هتل ۱ تا ۵ ستاره می‌باشد که میانگین اتاق و تخت عدد ۳۳۲۵ است؛ همچنین به‌طور میانگین به ازای هر اتاق ۳ تخت موجود است.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از حیث هدف، کاربردی و از حیث نحوه گردآوری اطلاعات و اجرای تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی با انجام پیمایش میدانی به بررسی میزان رضایتمندی شغلی کارکنان شاغل در هتل‌های استان مازندران پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارکنان شاغل در هتل‌های رسمی و دارای

^۱ Honari

مجوز ثبت شده در اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران می شود. طبق آمار ارائه شده از سوی این سازمان، تعداد ۹۴ هتل ثبت شده تا اواسط سال ۱۳۹۷ در مازندران فعال بوده اند که تعداد کارمندان و کارکنان آنها در سطوح مختلف حدود ۹۰۰ نفر^۱ برآورد شده است. نمونه آماری این تحقیق از طریق فرمول کوکران به دست آمده و شامل ۱۶۹ نفر از کارکنان این هتل ها بوده است. با توجه به جامعه آماری و تعداد نمونه احتمال آن می رود که نتایج، معتبر و قابل تعمیم به کل جامعه آماری در هتل های این استان باشد. روش نمونه گیری در تحقیق نیز در دو مرحله انجام شده است. به این نحو که هتل های برگزیده از طریق روش نمونه گیری هدفمند و کارکنان منتخب نیز از طریق نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. در این پژوهش داده های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه ای که حاصل ترکیب مؤلفه های مربوط به رضایتمندی شغلی در ادوار مختلف زمانی و اثبات شده به وسیله محققان و سازمان های مرتبط و متخصص مانند جامعه مدیریت انسانی^۲ (انجمن مدیریت منابع انسانی^۳، ۲۰۱۳) و پرسشنامه مرکز آمار جمهوری مقدونیه در مورد رضایتمندی شغلی (۲۰۰۹) تهیه شده است. این پرسشنامه دارای هفت شاخص اصلی با ۱۹ زیر متغیر، در چهارچوب ۱۱ سؤال عمومی است. پایایی و روایی پرسشنامه برای سؤالات اصلی به صورت جداگانه برای هر ساختار توسط آزمون آلفای کرون باخ و با نمره ی بالا ۰/۷۰۰ به طور میانگین، تأیید شده است. برای نمره دهی به پاسخ ها نیز از روش طیف پنج نمره ای لیکرت (خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، خیلی زیاد ۵) استفاده شده است. در نهایت نیز برای تحلیل داده ها از روش تحلیل عاملی اکتشافی (EFA) و مدل معادلات ساختاری و رگرسیون از نرم افزار SPSS و Lisrel استفاده شده است.

^۱ با توجه به تغییر فصل و شرایط های اقتصادی و ... دخیل در جذب گردشگر در طول سال، این رقم متغیر است

^۲ Society for Human Resources Management

^۳ SHRM

جدول شماره (۱) سهم متغیرها را در عامل‌ها بعد از ۱۰ بار تکرار چرخش نشان می‌دهد. بارهای عاملی با امتیاز بالاتر از (۰/۴۵ حداقل همبستگی)، در این جدول منعکس شده‌اند که در حقیقت به منزله ضرایب رگرسیونی در تحلیل رگرسیون هستند. هر متغیر در عاملی قرار می‌گیرند که با آن عامل، همبستگی بالای معنی‌داری داشته باشد. با توجه به نتیجه تحلیل عاملی روی ۱۹ گویه رضایتمندی شغلی در بین کارکنان هتل‌های رسمی استان مازندران، هفت عامل به‌عنوان عامل‌های اصلی شناسایی شد. هر کدام از متغیرهای ۱۹ گانه بر روی عاملی خاص و با ترتیبی که مورد انتظار محققان بود، تأثیر گذاشته و در یک دسته مشخص قرار می‌گیرند که در جدول (۱) آورده شده‌اند.

جدول (۱). عامل‌های اصلی و متغیرهای زیرگروه آن‌ها

میانگین	متغیر	عامل اصلی
۰,۸۱۸	رضایت از میزان دستمزد	رضایتمندی از درآمد
	رضایت از میزان دستمزد به ازای هر ساعت اضافه‌کاری	
۰,۷۳۶	میزان دسترسی به امکانات شغلی	رضایتمندی از محیط کاری
	دسترسی به امکانات بهداشتی و تفریحی	
	شاد و مفرح بودن محیط کاری	
۰,۷۴	رضایت از تناسب ساعات کاری	رضایت از تعادل حجم کار
	رضایت از حجم و فشار کاری	
	رضایت از میزان همکاری سایر همکاران با شخص	
۰,۸۸۵	رضایت از رفتار سرپرست بخش با کارکنان	احترام متقابل
	رضایت از مورد توجه قرار گرفتن نظرات و ایده‌های شخصی	
۰,۷۷۷	اعتماد به تصمیماتی که مدیریت در مورد کارکنان می‌گیرد	اعتماد
	رضایت از مدیریت نیروی انسانی	
۰,۹۱۱	رضایت از میزان دانش و آگاهی سرپرست	آموزش
	توجه کردن و حمایت از نوآوری‌ها و خلاقیت‌های کارکنان	
۰,۸۲۶	زمینه‌های ارتقا شغلی	رضایت از امکان ترقی
	رضایت از زمینه‌های افزایش دستمزد و مزایا	

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۷

جدول (۲). لیست هتل های رسمی موجود در این استان به تفکیک امتیاز

امتیاز	تعداد هتل	تعداد اتاق
۱ ستاره	۲۶	۳۱۳
۲ ستاره	۴۰	۱۲۷۶
۳ ستاره	۱۸	۹۷۶
۴ ستاره	۹	۶۶۰
۵ ستاره	۱	۱۰۰
جمع کل	۱۹۴	۳۳۲۵

منبع: اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران (۱۳۹۷)

در این روش ۱۹ متغیر در هفت دسته تحت عنوان مؤثرترین عوامل سنجش میزان رضایتمندی جایگذاری شده اند، به عبارتی دیگر، متغیرهای دارای تشابه و همبستگی، در یک گویه یا دسته عاملی قرار گرفته اند. پس از مرتب سازی داده ها برای سنجش روایی و پایایی داده های گردآوری شده از ضریب آلفای کرونباخ به طور جداگانه برای هر کدام از زیرمجموعه های هفت گانه استفاده شده است؛ به طور میانگین آلفای کرون باخ برای هر دسته حدود ۰,۷۰۰ بوده است که نشان از قابل قبول بودن پایایی و روایی پرسشنامه دارد. همچنین جهت آزمون کفایت نمونه گیری نیز از شاخص KMO استفاده شده است که نتیجه ی آن ۰,۵۲۰ بوده و حاکی از قابل قبول بودن آزمون می باشد. همچنین مقدار Sig در آزمون بارتلت^۱ نیز برابر با ۰,۰۰۰ بوده که نشان از وجود همبستگی بین گویه ها و تناسب روش تحلیل عاملی با داده های تحقیق دارد. در جدول ۲ نیز که نشان دهنده مقدار واریانس کلی متغیرها است، متغیرهایی که مقدار ویژه آن ها بیشتر از ۱ باشد در تحقیق مانده و متغیرهای کمتر از ۱ در صورت تشابه و داشتن بار عاملی بر روی هر کدام از عامل هایی که بار بیش از ۱ دارند، قرار می گیرند. (صالح نیا و همکاران، ۱۳۹۵). این مرحله در جدول ۳ مشخص شده است. بر اساس جدول ۴، ۸ عامل

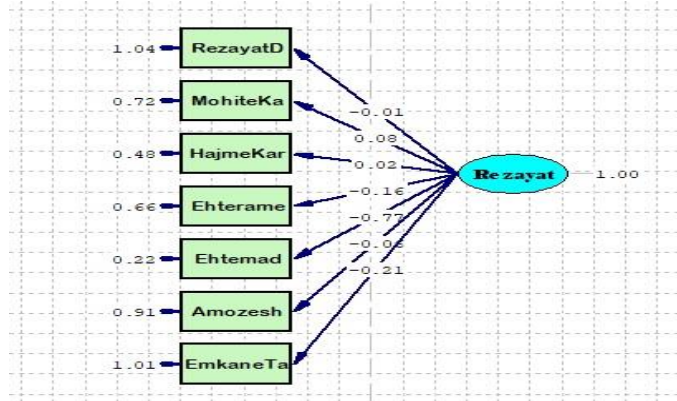
^۱ Bartlett

استخراج شده است که در مجموع ۶۷/۹۶ درصد از کل تغییرات را به خود اختصاص داده‌اند. یکی دیگر از ملاحظات^۱ی که در حین تصمیم‌گیری برای تعیین تعداد عوامل باید مورد توجه قرار گیرد، این است که امکان دارد یک متغیر با بیش از یک فاکتور ارتباط داشته باشد. چرخش عامل‌ها از ورود برخی متغیرها در عامل‌های مختلف جلوگیری می‌کند و ساختار عاملی مناسب و قابل تفسیرتری ارائه می‌دهد. برای تقسیم میزان تغییرات در این ۷ عامل با استفاده از چرخش داده‌ها، میزان سهم هر عامل متعادل‌تر شده است.

در ادامه برای بررسی روابط علی بین متغیرها، مدل معادلات ساختاری یا تحلیل چند متغیره با متغیرهای مکنون^۱ استفاده شده است. از این روش تحت عنوان مدل علی و تحلیل ساختار کوواریانس یاد شده است. از طریق این روش می‌توان قابل قبول بودن مدل‌های نظری را در نمونه‌گیری هدفمند پژوهش با استفاده از داده‌های همبستگی آزمود. فرضیه مورد بررسی در یک مدل معادلات ساختاری، یک ساختار علی خاص بین مجموعه‌ای از سازه‌های غیرقابل مشاهده است. این سازه‌ها از طریق مجموعه‌ای از متغیرهای نشانگر (قابل مشاهده) اندازه‌گیری می‌شود. یک مدل معادلات ساختاری کامل از دو مؤلفه تشکیل شده است: الف؛ یک مدل ساختاری که ساختار علی خاصی را بین متغیرهای مکنون و متغیرهای نشانگر (اندازه‌گیری شده) تعریف می‌کند. هنگامی که داده‌های به دست آمده از نمونه مورد بررسی به صورت ماتریس همبستگی یا کوواریانس درآید و توسط مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون تعریف شود، مدل را می‌توان با استفاده از نرم‌افزار Lisrel تحلیل کرد و برازش آن را برای جامعه‌ای که نمونه از آن استخراج شده است، آزمود. این تحلیل برآوردهایی از پارامترهای مدل و همچنین چند شاخص برای نکویی برازش فراهم می‌آورد. برآورد پارامترها و اطلاعات مربوط به نکویی برازش را می‌توان برای تغییرات احتمالی مدل و آزمودن مجدد مدل نظری، مورد

^۱ - Latent Variables

آزمون قرارداد (سرمد و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۰). عددی که با جهت‌نما از متغیر پنهان به سمت متغیر آشکار کشیده شده است، نشانگر آن است که هر متغیر آشکار در اندازه‌گیری متغیر مکنون چه میزان نقش دارد. هرچه این بار عاملی بالاتر باشد، نشانگر اعتبار بیشتری می‌باشد.



شکل (۲): میزان برازش و پایایی مدل شاخص رضایت‌مندی کارکنان^۱ (منبع: نگارندگان، ۱۳۹۷)

جدول (۳). میزان برازش و پایایی مدل در سطح کارکنان شاخص رضایت‌مندی کارکنان

RMSEA	P-value	Chi-Square	GFI	df	(PGFI)	AGFI	شاخص	
۰/۰۰۰	۰/۹۸۳۰۲	۳۴/۹۰	۰/۹۹	۱۴	۰/۴۹	۰/۹۸	رضایت‌مندی کارکنان	عوامل مؤثر نیروی انسانی در هتلداری
این شاخص شامل ۱۴ سؤال در قالب گویه عوامل مؤثر نیروی انسانی آورده شده است که سؤالات به ترتیب در جدول ۳ و ۴ مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است								

یافته‌های پژوهش: ۱۳۹۷

شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند که مدل از سطحی بالا از برازش یا روایی برخوردار است. RMSEA میزان این شاخص (۰/۰۰۰) تقریباً به آنچه گارسون می‌گوید یعنی (RMSEA ۰/۰۸) خیلی کمتر است و اگر گفته هومن را در مورد این ملاک بپذیریم، می‌توان گفت که مدل مطرح‌شده چون کمتر از ۰/۱۰ است،

^۱ در محیط نرم‌افزار امکان نوشتن به خط الرسم فارسی مقدور نمی‌باشد به همین دلیل شاخص‌ها به خط انگلیسی نوشته شده است.

بنابراین دارای برازش خیلی خوبی است. همچنین GFI این شاخص هرچقدر به یک نزدیک تر باشد، بیانگر برازش بهتر مدل است (چلبی، ۱۳۸۵: ۲۸۰) که در مدل حاضر این شاخص، ۰/۹۹ می باشد؛ بنابراین می توان گفت مدل دارای برازش بسیار مطلوبی است. شاخص های دیگر AGFI و NFI از مقدار اعلام شده بالاتر می باشد؛ پس در نتیجه، مدل فوق (شکل ۲) دارای روایی بالایی می باشد. بر اساس خروجی های به دست آمده معناداری ضرایب و پارامترهای به دست آمده مدل اندازه گیری در شاخص های دو متغیر مستقل و وابسته در تحلیل عوامل مؤثر بر میزان رضایتمندی شغلی کارکنان بخش هتلداری در استان مازندران به طوری است که معنی داری ضرایب و پارامترهای به دست آمده مدل بر میزان رضایتمندی شغلی کارکنان بخش هتلداری عدد، ۱/۰۰ می باشد که در عین حال معنی دار است، زیرا مقدار آزمون معنی داری آن ها نزدیک عدد ۲ و از عدد ۲- کوچک تر نیست و نشان از تأثیر زیاد و معنی دار میزان رضایتمندی شغلی کارکنان بخش هتلداری دارد. در ادامه، آزمون رگرسیون چند متغیره آمده است که آن نیز، استدلالی بر این واقعیت می باشد. بر اساس شکل (۲) وضعیت موجود میزان رضایتمندی شغلی کارکنان بخش هتلداری با استفاده از مدل معادلات ساختاری نشان داده شده است. شاخص مدل. مقدار GFI و AGFI باید برابر یا بزرگ تر از ۰/۹۰ هستند (جدول شماره ۵)؛ شاخص نرم شده برازندگی (NFI) که مستلزم مفروضه های مجذور کی دو نیست، چون دامنه NFI بین صفر و یک قرار دارد، یک مدل مطلوب به حساب می آید؛ اما عددی که با جهت نما از متغیر پنهان به سمت متغیر آشکار کشیده شده نشانگر آن است که هر متغیر آشکار در وضعیت موجود نمونه مورد مطالعه چه نقشی دارد. هرچه این بار عاملی بالاتر باشد، میزان تأثیر گذاری نیز بالاتر است؛ که در پژوهش حاضر شاخص های میزان رضایت از درآمد با (۱/۴) و شاخص رضایت از امکان ترفیع با (۱/۰۱) در رتبه دوم دارای بیشترین بار عاملی می باشند و بیشترین تأثیر را بر میزان رضایتمندی داشته اند اما آن چنان که قابل مشاهده است به جز متغیرهای

محیط کار و حجم کار همه متغیرهای دیگر با نمره منفی در سطح پایین نشان داده شده است که نشان از میزان توجه کم به زیر شاخص‌های عامل انسانی در روند اداره هتل‌ها است.

حال این سؤالات مطرح است که هر یک از گوی‌های شاخص سطح رضایت کارکنان بر اداره هتل و ترکیب آن‌ها، چگونه توسعه جذب گردشگر را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟ و کدام یک تأثیر معنی‌داری بر گسترش توسعه دارد؟ کدام یک تأثیر بیشتری دارد؟ برای پاسخ به چنین سؤالاتی از آزمون رگرسیون چند متغیره به شیوه هم‌زمان استفاده شده است. با توجه به معنی‌داری آماره F ، می‌توان نتیجه گرفت که در مدل رگرسیونی، سطح رضایت کارکنان هتل به گونه معنی‌داری توسعه این بخش گردشگری را تبیین می‌کند. ضرایب رگرسیونی گزارش شده در جدول ۵، نشان می‌دهند که شاخص‌های میزان رضایت از لحاظ تأثیرگذاری در توسعه بخش هتل‌داری از تأثیر بالایی برخوردار می‌باشند. از طرف دیگر، آماره‌های کلی مدل نشان می‌دهند مجموع شش گویه در بین کارکنان، حدود ۴۲ درصد واریانس متغیر پایداری را تبیین کرده‌اند. همان‌طور که در جدول (۵) ملاحظه می‌شود یافته‌ها در رگرسیون چند متغیره بیانگر این نکته است که هر چه T و $BETA$ به دست آمده بزرگ‌تر باشد و سطح معناداری کوچک‌تر باشد؛ بدین معنی است که متغیر مستقل تأثیر زیادی بر متغیر وابسته دارد، با توجه به نتایج رگرسیونی بین دو متغیر که (معناداری = ۰,۰۰) می‌باشد و میزان آلفا کمتر از ۰,۰۵ است و با توجه به مقداری (R^2) می‌توان گفت که متغیر وابسته متأثر از متغیر مستقل می‌باشد. ضریب $BETA$ نیز نشان‌دهنده‌ی ارتباط مستقیم بین دو متغیر اصلی تحقیق است. در نتیجه از طریق تحلیل رگرسیون چند متغیره می‌توان نتیجه گرفت که علاوه بر بخش هتلداری عامل‌های توسعه انسانی دیگر نیز در این بخش می‌تواند برافزایش جذب گردشگر بی‌افزایند.

جدول شماره (۵): رگرسیون چند متغیره شاخص‌ها

F	R	R square	سطح معناداری	ضریب B	آماره T	ضریب B	متغیر
۲۸,۶۴۸	۰/۴۱۵	۰/۱۷۲	۰/۰۰۰	-۱/۳۷۴	-۱/۶۴۵	۷۴-۰/۰۲۱	مستقل
				۱/۴۰۴	۵/۳۵۲	۰/۴۱۵	وابسته

نتیجه‌گیری

اگرچه میزان رضایتمندی شاغلان به‌طور مستقیم و معنادار بر روی میزان وفاداری مشتری به بنگاه اقتصادی تأثیر نمی‌گذارد، اما بر کسی پوشیده نیست که هر میزان رضایتمندی مشتری بالاتر باشد، میزان وفاداری وی نیز به بنگاه مطبوعه بیشتر می‌شود. از آن گذشته حتی اگر رضایتمندی مشتریان را در نظر نگیریم، کارکنان بخش هتلداری استحقاق این رادارند که حق و حقوقشان هرچه بیشتر و بهتر، مورد توجه و قدردانی قرار گرفته و مدیران مجموعه‌های آن‌ها، در بهبود شرایط کاری، درآمدی و زیستی کارکنان تلاش کنند. از آن گذشته با توجه به تغییرات سریع و روزافزون در بخش گردشگری و پیچیدگی فرایند کسب رضایتمندی گردشگران بایستی در این راستا، به یکی از پیش شرط‌های اصلی موفقیت در کسب رضایت مشتریان و گردشگران، یعنی کسب رضایت شاغلان هتلداری و میزبانی، توجه ویژه مبذول گردد. توجه به نیازهای افراد شاغل توسط مدیران و کارفرمایان، به‌خودی‌خود یکی از بهترین روش‌های غیرمستقیم کسب رضایت و وفاداری مشتری به حساب می‌آید. در واقع کارفرمایان با خدمت به شاغلین زیردست خود، به خود و کسب و کارشان خدمت می‌کنند. نتایج حاصله از تحلیل دقیق داده‌ها و نیز تحقیقات انجام‌شده‌ی قبلی در این زمینه نشان می‌دهد که کارکنان این بخش از شرایط شغلی خود رضایت چندانی ندارند. کم بودن میزان درآمد، بالا بودن ساعات کاری، جذاب نبودن محیط کاری و کم بود آموزش از مهم‌ترین دلایل نارضایتی کارکنان شاغل در بخش هتلداری استان مازندران است؛ بنابراین توجه به میزان درآمد، مزایا، دستمزد اضافه کاری، ایجاد کردن زمینه متناسب برای آموزش،

ترقی و ترفیع و همچنین نحوه‌ی برخورد کارفرمایان و سرپرستان با کارمندان و در نظر گرفتن ایده‌های آن‌ها و رعایت احترام متقابل نقشی به سزا در میزان رضایتمندی کارکنان دارد. همواره مسئله درآمد و مزایای مالی به‌عنوان مهم‌ترین عامل برای کسب رضایت کارکنان هر بخش در نظر گرفته‌شده است. تحقیق حاضر از نظر نتایج حاصله با تحقیقات در پیشینه پژوهش ذکر شد، همسویی و همخوانی دارد. از آنجا که محصول هتل‌ها خدمات است، پس کارکنان به‌عنوان مهم‌ترین اهرم تولید خدمات در هتل‌ها بایستی از نظر مؤلفه‌های مذکور راضی و تأمین باشند تا بتوانند با خیال آسوده کار خود را انجام دهند. و نتایج تجربی پژوهش نیز استدلالی بر این ادعا بود به‌طوری که تحلیل‌های نرم‌افزاری لیزرل و مدل معادلات ساختاری نشان داد که شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند که مدل از سطحی بالا از برازش یا روایی برخوردار است. RMSEA میزان این شاخص (۰/۰۰۰) دارای برازش خیلی خوبی است. اما عددی از متغیر پنهان به - سمت متغیر آشکار کشیده شده نشانگر آن است که هر متغیر آشکار در وضعیت موجود نمونه مورد مطالعه چه نقشی دارد. میزان تأثیرگذاری بالاتر است؛ که در پژوهش حاضر شاخص‌های میزان رضایت از درآمد با (۱/۴) و شاخص رضایت از امکان ترفیع با (۱/۰۱) در رتبه دوم دارای بیشترین بار عاملی می‌باشند و بیشترین تأثیر را بر میزان رضایتمندی داشته‌اند اما آن‌چنان که قابل مشاهده است به‌جز متغیرهای محیط کار و حجم کار همه متغیرهای دیگر با نمره منفی در سطح پایین نشان داده‌شده است با توجه به نتایج رگرسیونی بین دو متغیر که (معناداری = ۰,۰۰) می‌باشد و میزان آلفا کمتر از ۰,۰۵ است و با توجه به مقداری (R^2) می‌توان گفت که متغیر وابسته متأثر از متغیر مستقل می‌باشد. و میزان رضایتمندی کارکنان در توسعه خدمات هتلداری و جذب گردشگر بسیار مؤثر است. در راستای نتایج تحقیق حاضر پیشنهادهای زیر توصیه می‌شود که:

پیشنهادات:

- مدیران و صاحبان هتل‌ها سعی کنند زمینه افزایش درآمد را برای کارکنان بخش تحت مدیریت خود فراهم آورند. و با توجه به سابقه کاری، استعداد کارکنان و توانایی‌های آن‌ها زمینه ارتقا شغلی و درآمدی برای آن‌ها فراهم گردد
- برخورد مدیران و سرپرستان بخش‌ها با کارکنان بر اساس معیارهای کاری و شایسته‌سالاری صورت گیرد.
- به ایده‌ها و نظرات کارکنان در مدیریت هتل‌ها و مخصوصاً بخشی که در آن کار می‌کنند، اهمیت و اعتبار داده شود.
- میزان آموزش کارکنان هتل‌ها در برخورد با گردشگران بایستی ارتقا پیدا کرده و دوره‌های آموزشی مدنظر قرار گیرد.
- همچنین شایسته است که در آینده تحقیقی با همین مضمون در هتل‌های استان مازندران صورت گیرد تا نتایج آن با این تحقیق مورد مقایسه قرار گرفته و میزان پیشرفت یا احیاناً پسرفت نسبت به زمان حاضر مشخص گردد.

منابع

- ۱- اکبری، م. (۱۳۸۳). رابطه‌ی صفات شخصی با مشتری‌گرایی و ارزیابی عملکرد کارکنان خدماتی. فصلنامه مطالعات جهانگردی. شماره ۵: ۱۱۳-۱۳۴
- ۲- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، (۱۳۹۴). نتایج بررسی بودجه در مناطق شهری ایران در سال ۱۳۹۳. قابل دسترسی در سایت www.Cbi.ir
- ۳- سرمد، زهره. (۱۳۷۶). تشریح مؤلفه‌های یک مقاله مبتنی بر تحقیقات تجربی. فصلنامه دانش مدیریت (منتشر نمی‌شود)، ۳۷.
- ۴- سلیمانی، ع.ق. (۱۳۸۸). اولویت‌بندی عوامل مؤثر در بازاریابی صنعت هتلداری استان گیلان. فصلنامه چشم‌انداز جغرافیایی (علمی-پژوهشی). سال ۴(۸): ۱۵۷-۱۷۸

- ۵- حکاکی، س.م. س. اردکانی، س. رضایی، ا. صدقی، ا؛ و ک. منفرد، ع. (۱۳۹۴). تعیین کارایی و اولویت‌بندی هتل‌ها با روش تحلیل پوششی داده‌ها. مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری. سال ۲(۱): ۱۴۵-۱۵۵
- ۶- درخشیده، ح. و کاظمی، ع. (۱۳۹۲). تأثیر مشارکت شغلی و تعهد سازمانی بر رضایت و عملکرد شغلی کارکنان در صنعت هتلداری شهر مشهد با استفاده از مدل معادلات ساختاری. مجله جامعه‌شناسی کاربردی. سال ۲۵. شماره پیاپی ۵۵(۳): ۸۹-۱۰۱
- ۷- شیرینی، ا.، د.سلطانی، م.، س.بناوندی، ا.، فارسی زاده، ح. (۱۳۹۴). تأثیر کار هیجانی بر رضایتمندی مشتری در صنعت هتلداری. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری.
- ۸- صالح نیا، م.، حیاتی، ب. ا.، و مولائی، م. (۱۳۹۵). شناسایی عوامل مؤثر در رفتارهای محیط زیستی ساکنین حوضه دریاچه ارومیه: کاربرد روش تحلیل عاملی. مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. دوره ۲-۴۷(۲): ۳۴۳-۳۵۴
- ۹- وارثی، ح.ر.، تقوایی، م.، و شاهبوندی، ا. (۱۳۹۰). تحلیلی بر وضعیت زیرساخت‌های گردشگری در شهر اصفهان (با تأکید بر هتل‌ها). مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی.
- ۱۰- مرکز ملی آمار ایران. (۱۳۹۳). گزارش آمارگیری از گردشگران داخلی. بهار ۱۳۹۳
- 11- Araslı, H., & Baradarani, S. (2014). Role of job satisfaction in the relationship of business excellence and OCB: Procedia-Social and Behavioral Sciences, 109, 1406-1415.
- 12- Pan, F. C. (2015). Practical application of importance-performance analysis in determining critical job satisfaction factors of a tourist hotel. *Tourism Management*, 46, 84-91.
- 13- Combs, J. P., & Elledge, B. W. (1979). Effects of a room tax on resort hotel/motels. *National Tax Journal*, 203
- 14- Carpitella, B. (2003). Make residential construction the industry of choice [Electronic version]. *Professional Builder*, Oct.20-8
- 15- Civilidag, A. (2014). Hotel Employees' mobbing, Burnout, Job Satisfaction and Perceived Organizational Support: A Research on Hospitality in Turkey. *European Scientific Journal*, 10(35).-2
- 16- Conțiu, L. C., Gabor, M. R., & Oltean, F. D. (2012). Employee's Motivation from a Cultural Perspective—A Key Element of the Hospitality Industry. *Procedia Economics and Finance*, 3, 981-986.
- 17- Emiroğlu, B. D., Akova, O., & Tanrıverdi, H. (2015). The relationship between turnover intention and demographic

- factors in hotel businesses: A study at five star hotels in Istanbul. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 385-397.
- 18- Employee job satisfaction and engagement, the road to economic recovery. (2013). Reported by society for human resources management (SHRM). page 9. Table 3
 - 19- Employee satisfaction survey. (2009). Basic survey information. state statistical office. republic of Macedonia. 100
 - 20- Fajana, S. (2002). Human resource management: An introduction. *Lagos: Labofin and Company*.
 - 21- Ross, G. F. (1995). Management-employee divergences among hospitality industry employee service quality ideals. *International Journal of Hospitality Management*, 14(1), 11-24.
 - 22- Guide star research for better business relationships. February, 2015
 - 23- Harter, J. K., Schmidt, F. L., & Hayes, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta-analysis.
 - 24- Kara, D., Uysal, M., Sirgy, M. J., & Lee, G. (2013). The effects of leadership style on employee well-being in hospitality. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 9-18.
 - 25- The Travel & Tourism Competitiveness Report. 2013. World Economic Forum. Also available at: www.weforum.org/ttcr.
 - 26- Lavigna, B. (2010). Driving performance by building employee satisfaction... *Government Finance Review*, 26(1), 51-53.
 - 27- Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction?. *Organizational behavior and human performance*, 4(4), 309-336.
 - 28- Lundberg, C., Gudmundson, A., & Andersson, T. D. (2009). Herzberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism. *Tourism management*, 30(6), 890-899.
 - 29- Mok, C., & Woon, C. C. (1987). Research report on causes of employee turnover: An analytical investigation in Hong Kong. Hong Kong.
 - 30- Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. (Eds.). (2018). *Creating experience value in tourism*. Cabi.
 - 31- Popov, L. A., Nikolskaya, E. Y., Kosheleva, A. I., Kobayak, M. V., & Lepeshkin, V. A. (2016). Trends in the development of

- hotel business in the world and the Russian Federation. *International journal of applied business and economic research*, 14(9), 5843
- Yeh, C. M. (2013). Tourism involvement, work engagement and job satisfaction among frontline hotel employees. *Annals of Tourism Research*, 42, 214-239.
- 32- Qu, H., & Zhao, X. R. (2012). Employees' work-family conflict moderating life and job satisfaction. *Journal of Business Research*.
- 33- Rahman, F. S., Sayeda, T., & Bari, E. (2015). Economics of improving hospitality management in Bangladesh through employee satisfaction. *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences (JETEMS)*, 6(4), 276-284.
- 34- Shaw, G., Bailey, A., & Williams, A. (2011). Aspects of service-dominant logic and its implications for tourism management: *Tourism management*, 32(2), 207-214.
- 35- Stockwell, A. J. (2018). Early tourism in Malaya. In *Tourism in South-East Asia* (pp. 276-288). Do employees' satisfied customers respond with an satisfactory relationship? The effects of employees' *International Journal of Hospitality Management*, 34, 1-8.
- 36- Wang, C. J., Tsai, H. T., & Tsai, M. T. (2014). Linking transformational leadership and employee creativity in the hospitality industry: The influences of creative role identity, creative self-efficacy, and job complexity. *Tourism Management*, 40, 79-89.
- 37- Zopiatis, A., Constanti, P., & Theocharous, A. L. (2014). Job involvement, commitment, satisfaction and turnover: Evidence from hotel employees in Cyprus. *Tourism Management*, 41, 129-140.
- 38- Zafiroopoulos, Costas, and Vasiliki Vrana. 4 (2006): "A framework for the evaluation of hotel websites: The case of Greece." *Information Technology & Tourism* 8, no. 3-4 (2006): 239-254.
- 39- <http://www.mchto.ir/content/view/154>
- 40- <http://www.yjc.ir/fa/news/5203513>