

به نام خدا



## مطالعات هتلداری و میزبانی

سال یکم

شماره ۱

بهار و تابستان ۱۳۹۵

شماره پیاپی ۱

شماره استاندارد بین‌المللی:

مطالعات هتلداری و میزبانی

شماره: نخست

سال: یکم

فصل: بهار و تابستان ۱۳۹۵

ناشر: مؤسسه آموزشی فراگردش گستر (میزبان)

ویراستار: دکتر مسعود روحانی

ویراستار انگلیسی: دکتر محمود مرادی عباس آبادی

حروف چینی و صفحه آرایی: حمید اکبری

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۰۰۰۰ ریال

نشانی: مازندران، بابلسر، کمربندی غربی، کیلومتر ۳،

مؤسسه آموزشی میزبان

نشانی الکترونیکی: [jhhs.mizbanfgg-uast.ac.ir](http://jhhs.mizbanfgg-uast.ac.ir)

<p>سال یکم شماره ۱ بهار و تابستان ۱۳۹۵</p>	<p>مطالعات هتلداری و میزبانی شماره استاندارد بین‌المللی:</p>
<p><b>صاحب‌امتیاز: مؤسسه آموزشی فراگردش‌گستر (میزبان)</b> مدیرمسئول: آرزیتا اسفندیان سر دبیر: دکتر صادق صالحی مدیر اجرایی: حمید اکبری</p>	
<p><b>اعضای هیأت تحریریه به ترتیب الفبا</b></p>	
<p>دانشیار دانشگاه تهران دانشیار دانشگاه تهران استاد دانشگاه مازندران استادیار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استاد اقتصاد دانشگاه لیوبلیانا مدرس دانشگاه علامه طباطبایی دانشیار دانشگاه تبریز استادیار دانشگاه مازندران دانشیار دانشکده وزارت خارجه دانشیار دانشگاه مازندران دانشیار دانشگاه استرچ کلاید انگلستان دانشیار علوم پزشکی بابل دانشیار دانشگاه تهران استاد دانشگاه مازندران دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی</p>	<p>ابراهیم صالحی عمران ابوالحسن شاکری احمد جعفری صمیمی بهار بیشمی تانجا میهالیچ جلال نصیریان رحیم حیدری چپانه سیدامین میرحسینی محمد رضا دهشیری صادق صالحی علی اکبر جعفری فرزان خیرخواه محمد تقی رهنمایی محمد رضا رضوانی محمود ضیایی مهدی کروی</p>

## اسامی داوران

استاد دانشگاه مازندران	ابراهیم صالحی عمران
دانشیار دانشگاه تهران	ابراهیم فیاض
دانشیار دانشگاه پیام نور	امیر ملکی
دانشیار دانشگاه کردستان	جمال محمدی
استادیار دانشگاه شهید بهشتی	حسین محمودی
استادیار دانشگاه اصفهان	رضا همتی
استادیار دانشگاه شیراز	سعید نگهبان
استادیار دانشگاه پیام نور	سیّدحسن حسینی
دانشیار دانشگاه مازندران	صادق صالحی
دانشیار دانشگاه تهران	عبدالحسین کلانتری
دانشیار دانشگاه استر تکلاید اسکاتلند	علی اکبر جعفری
استادیار دانشگاه علامه طباطبایی	مجتبی محمودزاده
استاد دانشگاه تهران	محمد رضا رضوانی
استادیار دانشگاه گیلان	مریم جعفری مهرآبادی
استادیار دانشگاه تهران	مهدی فتوره چی
استاد دانشگاه شهید چمران اهواز	یدا... مهرعلیزاده

فرم اشتراک  
مطالعات هتلداری و میزبانی

اینجانب:

دانشگاه / مؤسسه / دانشکده:

به نشانی:

استان:

شهر:

خیابان:

کوچه:

پلاک:

کد پستی:

صندوق پستی:

تلفن / همراه:

تقاضای اشتراک مجله را به مدت ماه سال دارم.

شرایط اشتراک

- تکمیل و ارسال فرم اشتراک

- واریز وجه اشتراک و ارسال آن به دفتر مجله

- بهای هر شماره ۳۰۰۰۰ ریال به حساب جاری ۰۱۰۶۳۵۲۸۳۵۰۰۰۸ به نام

درآمدهای اختصاصی مؤسسه فراگردش گستر (میزبان) نزد بانک ملی کد شعبه

- آدرس مجله: مازندران، بابلسر، کمربندی غربی، کیلومتر ۳، مؤسسه آموزشی

میزبان، دفتر مجله مطالعات هتلداری و میزبان

- صندوق پستی: ۴۱۷

- پست الکترونیکی: [jhhs@mizbanfgg-uast.ac.ir](mailto:jhhs@mizbanfgg-uast.ac.ir)

## سخن سردبیر:

صنعت هتلداری و میزبانی، همانند سایر پدیده‌های نوظهور، با تفاسیر و بالتبع برخوردهای متفاوتی از سوی جامعه مواجه شده است. چه آنان که معتقدند هتل شکل پیشرفته‌ای است از همان کاروان‌سراها و مهمان‌خانه‌هایی که به واسطه مهمان‌نوازی ایرانی در دوران صفویه ساخته شده بود و بسیاری هم قدمت این مهمان‌نوازی را منسوب می‌دانند به عصر هخامنشیان، و چه آنان که تصور می‌کنند این پدیده، اساساً، پدیده‌ای مدرن است که ریشه در جهان مدرن داشته و لذا الزامات خاص خود را به همراه دارد. اما، بدون ورود به این مجادلات فکری و اندیشه‌ای که در جای خود مهم و درخور توجه است، نکته بارز و برجسته در زمینه صنعت هتلداری و میزبانی در ایران، فقدان تولید مستمر اندیشه‌ها و انعکاس یافته‌ها و تحقیقات علمی برای کاربردهای عملی است. البته، در حال حاضر، نشریات و مجلات علمی معدودی وجود دارند که در سطح مراکز علمی- پژوهشی کشور که غالباً جوان و نوپا هستند، منتشر می‌شوند، اما هیچ‌یک از نشریات مذکور تمرکز فعالیت‌هایشان بر روی مباحث هتلداری و میزبانی به صورت خاص نبوده و در اکثر مقالات منتشره و پیشین آن‌ها، غلبه طرح مباحث گردشگری در قالب سفر بر جنبه‌های هتلداری و میزبانی کاملاً نمایان است. گویی، مباحث هتلداری و میزبانی به خاطر التزام بر خورداری از تجربیات کاری و عملی و نیز فقدان مباحث نظری و تجربی پیشین در داخل کشور، کار را بر محققان و صاحب‌نظران این عرصه سخت‌تر کرده است. تحت چنین شرایطی است که صنعت هتلداری و میزبانی، با اندک پشتوانه علمی و تحقیقی، خرامان‌خرامان به فعالیت‌های خود ادامه می‌دهد. در واقع، ویژگی یا الزام خاص کاربردی و عینی و ملموس بودن یافته‌های حوزه این صنعت، امری سخت برای تدوین مقالات علمی در صنعت هتلداری و میزبانی برای خیل عظیم علاقمندان ایرانی است که به سبب عادت دانشگاهی و سنت پژوهشی با مباحث نظری بیش‌تر خو گرفته‌اند و سهل‌تر و راحت‌تر به انتشار یافته‌های خود می‌پردازند.

از دیگر الزامات صنعت هتلداری و میزبانی، شناخت نظرات و تصورات ذی‌نفعان است. شکی نیست که صنعت پذیرایی و میهمانی، برای پیشرفت و توسعه، به نظرات مردم نیازمند است و این که در برخی مواقع، محققان می‌گویند که متأسفانه در خصوص نظرسنجی‌های انجام شده در هتل‌ها مردم خیلی با ما همکاری نمی‌کنند و بی‌توجه از برگه‌های نظرسنجی می‌گذرند، وضعیت نامطلوبی است که باید مرتفع شود. فقدان نظرسنجی‌های معتبر و مستمر مانع از انعکاس نظرات، نیازها و خواسته و انتظارات مشتریان به میزبانان شده که در نتیجه این امر، شاهد نوعی عدم شناخت میزبانان نسبت به میهمانان شده و در نهایت، سازو کار مؤثر و علمی مناسب برای برقراری ارتباط بین ذی‌نفعان فراهم نمی‌شود. بدیهی است، در فضای بدون پشتوانه علمی و مباحث اندیشه‌ای، شناخت نسبت به ابعاد یک پدیده‌ی مهم چون هتل و رستوران و... پایین خواهد بود و تبعات نامطلوب چنین امری را به انحاء مختلف می‌توان مشاهده نمود. عدم کاربردهای تحقیقات و نیز فقدان تحقیقات مؤثر و یا نظرات کاربردی موجب شده است تا غالب ما فکر کنیم که درآمد اصلی هتل‌ها، کرایه اتاق‌ها است. در حالی که در

جهان امروز، درآمد اصلی هتل‌ها از کرایه اتاق‌هایشان نیست، بلکه درآمدهای جانبی دارند. مثلاً می‌توانند از محل کافه یا از محل‌های سرگرمی برای مشتریان سود به دست می‌آورند. و همین‌طور، مثلاً از فضای زیبای رستوران‌های هتل استفاده کنند و مشتری جذب کنند.

مسئله آموزش نیروی انسانی در صنعت هتلداری و میزبانی، از ملزومات اساسی این حرفه است. البته در طرح مشکلات جاری، معمولاً، مشکلاتی نظیر مشکلات نرم افزاری و مدیریتی در قدم اول نمایان است. اما در عین حال، مشکلات دیگری نیز مطرح است. مثلاً، در حالی که مجموعه کارکنان هتل‌های بزرگ دنیا از آموزش‌های لازم بهره برده‌اند، این موضوع در ایران از بزرگ‌ترین نقاط ضعف هتلداری شناخته می‌شود. در بحث استانداردسازی تلاش می‌شود تا به این موضوع پرداخته شود که تا چه اندازه به استاندارد کردن نیروهای انسانی با کمک بازآموزی و حتی جذب نیروهای تازه نفس توجه شده است.

همکاری و ارتباط متقابل بین مردم، دولت و هتلداران را می‌توان اجزای چرخه‌ای دانست که هتلداری بر آن می‌چرخد. در حالی که شناخت علمی نسبت به نظرات مردم و توجه به تقاضاهای آن‌ها، می‌بایست مورد توجه قرار گیرد که چرا برخی از افراد، مثلاً به دلیل هزینه‌ها، سعی می‌کنند به جای استفاده از هتل از چادر استفاده کنند. دولت می‌تواند سیاست‌هایی تعیین کند که با ایجاد رقابت و بالابردن کیفیت و در عین حال تعیین قیمتی معقول، همه بتوانند از هتلداری استفاده کنند و از آن سود ببرند. این هم نیز مورد توجه هتلداران و صاحبان رستوران‌ها و تالارها خواهد بود چرا که در نهایت، چرخه‌ی گردشگری به سود آن‌ها خواهد چرخید.

مسائل قابل توجه فوق و نیز توجهات مشابه، مؤسسه آموزشی میزبان وابسته به مجتمع توریستی-تفریحی میزبان واقع در بابلسر را بر آن داشت تا در این زمینه نقشی ایفاء کند و در هیأت یک واسط بین صاحب نظران، اندیشمندان و محققان از یک سو و صاحبان هتل‌ها و رستوران‌ها و کارآموزان این حرف از سوی دیگر، ظاهر شود و بدین ترتیب، فصلنامه "مطالعات هتلداری و میزبانی" را منتشر نماید. مقاله‌ی اول، تحت عنوان تأثیر محیط فیزیکی بر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات در صنعت هتلداری، به بررسی تأثیر محیط فیزیکی بر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات در صنعت هتلداری می‌پردازد. همان‌طور که می‌دانیم، امروزه رضایت مشتری و کیفیت خدمات به عنوان مسایل حیاتی در اغلب صنایع خدماتی به شمار می‌روند و تحقیقات نشان می‌دهد که محیط فیزیکی بر رضایت نهایی مشتری از خدمات تأثیر خواهد گذاشت. نتایج این تحقیق با تأکید بر هتل‌های منتخب شهر تهران، جالب توجه است.

مقاله دوم، نقش ارتباطات انسانی در حوزه صنعت هتلداری را مورد بررسی قرار داده است. ارتباطات انسانی در قالب ابزار زبان، ایماء، اشاره و زبان جسمانی در صنعت هتلداری و میهمان‌نوازی صورت می‌پذیرد و مؤلفان در این مقاله سعی کردند تا این مسئله را در مورد کارکنان هتل‌های سه تا پنج کلانشهر مشهد مورد بررسی قرار دهند.

غذا نقش مهمی در ساخت اماکن و مقاصد گردشگری دارد و به عنوان پتانسیلی بزرگ و جاذبه‌ای مهم در گردشگری محسوب می‌شود. رفتن به رستوران‌ها امروزه به عنوان یکی از جذاب‌ترین و مردمی‌ترین گونه‌های تفریح و فراغت به شمار می‌آید. در این راستا، مقاله سوم عوامل مؤثر بر جذب گردشگران غذا را مورد توجه قرار داده و در آن محققان تلاش نموده‌اند تا با مطالعه تجربی در رستوران‌های سنتی شهرستان رامسر، این موضوع را مورد کنکاش علمی قرار دهند.

موضوع مقاله‌ی چهارم، مطالعه و شناخت جنبه‌های مردم‌شناختی غذا است. از دیدگاه مردم‌شناسی، نظام تغذیه انسان، ریشه در تار و پود فرهنگ جوامع انسانی داشته و تنوع و غنای آن در گستره فرهنگ و جوامع، بستگی به محیط و شرایط و تغییرات و تحولات زیستی انسان دارد. این مقاله با هدف بررسی جنبه‌های مردم‌شناسی تغذیه‌ای با توجه به عادات تغذیه مردم غرب استانی مازندران تدوین شده است.

بررسی عوامل مؤثر بر جذب مشتری در واحدهای پذیرایی و گردشگری، پنجمین مقاله‌ای است که نتایج یک تحقیق میدانی در یکی از رستوران‌های استان مازندران یعنی رستوران میزبان در بابلسر ارائه داده است. در این مقاله‌ی تحقیق، تأثیر متغیرهایی نظیر کیفیت مواد غذایی، کیفیت خدمات، محیط فیزیکی، شهرت، قیمت و آسودگی و راحتی بر قصد رفتاری مشتریان در یک رستوران مطمح نظر قرار گرفته است.

در مقاله ششم، موضوع پخت نان و فاکتورهای مؤثر بر حفظ کیفیت آن مورد بررسی قرار گرفته است. نان مهم‌ترین ماده غذایی است که نقش ویژه‌ای را در رژیم غذایی روزانه ایفاء می‌نماید. با توجه به این واقعیت که همه روزه مقدار زیادی از نان در کشور به دلیل پخت نامطلوب، شرایط فرآوری نامناسب و بیاتی به هدر می‌رود و در نتیجه، زیان‌های اقتصادی جبران‌ناپذیری را بر کشور وارد می‌سازد، مسأله‌ی کیفیت نان از لحاظ طعم، مزه و ظاهر بر پذیرش نهایی از سوی مصرف‌کننده تأثیرگذار می‌باشد.

امروزه، واحدهای گردشگری نیز در مسیر توسعه، در کنار دیگر سرمایه‌ها، نیازمند سرمایه‌های اجتماعی هستند. مسأله سرمایه اجتماعی در واحدهای خدمات گردشگری، موضوع هفتمین مقاله در مجموعه حاضر است. این مقاله تحقیقی، در مورد واحدهای گردشگری در استان گلستان به عنوان یکی از استان‌های مقصد گردشگری می‌باشد و میزان سرمایه اجتماعی و ابعاد آن در واحدهای خدمات گردشگری (اقامتی، پذیرایی و تفریحی) این استان را نشان می‌دهد.

سنجش و اولویت‌بندی ظرفیت انواع حوزه‌های گردشگری موضوع مقاله‌ی هشتم می‌باشد که مؤلفان با انجام تحقیق میدانی در سطح مناطق شمالی کشور یعنی در استان‌های مازندران، گیلان و گلستان، توانستند نتایج قابل توجهی به دست بیاورند. یافته‌های این مقاله‌ی تحقیق، ظرفیت گردشگرپذیری حوزه‌های مختلف در محدوده‌ی گردشگری تجاری، مکان‌های تاریخی، ماجراجویانه، فرهنگی، ورزشی، سیاه، درمانی، مکان‌های مذهبی و اکوتوریسم را اولویت‌بندی نموده است.



شهر بابلسر با بهره‌مندی از جذابیت‌های مختلف در زمینه گردشگری، دارای رستوران‌های مختلف جهت پذیرایی از گردشگران می‌باشد. مقاله‌ی نهم به واکاوی عوامل مؤثر بر انتخاب رستوران از دیدگاه گردشگران پرداخته و در آن، نقش عوامل مختلف در انتخاب رستوران‌های مجتمع تفریحی توریستی میزبان را مورد بررسی تجربی قرار داده است. در این مقاله، نقش عوامل مختلف نظیر وضعیت کیفیت محصول، کیفیت خدمات، کیفیت محیط و قیمت خدمات از دیدگاه گردشگران، تبیین شده است. مدیریت سبز و ایجاد اکو-هتل از شاخص‌های مهم در توسعه گردشگری پایدار می‌باشد. آخرین مقاله در مجموعه حاضر به بررسی آگاهی زیست محیطی کارکنان هتل از مدیریت سبز در صنعت هتلداری در شهر اصفهان پرداخته است. در این مقاله تحقیقی، ارتباط بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مثل سن، جنسیت، میزان تحصیلات، دوره‌های آموزشی و ستاره‌های هتل با میزان آگاهی زیست محیطی کارکنان هتل‌ها از مدیریت سبز مورد بررسی و کنکاش علمی قرار گرفته است. امید است تولید و انتشار یافته‌های نظری و تحقیقاتی در نشریه جدید "مطالعات هتلداری و میزبانی"، بتواند عرصه و محمل مناسبی را برای رشد و تعالی فعالیت‌های هتلداری و میزبانی فراهم نماید.

دکترصادق صالحی

سردبیر مجله

## راهنمای تدوین مقالات

تدوین مقالات مطابق راهنما موجب تسریع در داوری و انتشار به موقع مجله است.

۱. مقالات ارسالی می‌بایست نتیجه تحقیقات شخصی نویسنده یا نویسندگان بوده و قبلاً در هیچ نشریه‌ی داخلی و خارجی و یا مجموعه مقالات دیگری منتشر نشده باشد. همچنین نباید مقاله هم‌زمان برای نشریه دیگری برای داوری ارسال شده باشد.
۲. مسؤلیت کامل نوشتارها به عهده‌ی نویسنده یا نویسندگان محترم می‌باشد و مجله در این راستا هیچ‌گونه مسؤلیتی را عهده‌دار نمی‌گردد.
۳. حجم مقاله نباید از حدود ۱۲۵۰۰ کلمه و یا حداکثر ۲۰ صفحه چاپی به قطع نشریه تجاوز کند و یا از ۱۰ صفحه کم‌تر باشد (با در نظر گرفتن محل جدول‌ها، شکل‌ها و فهرست منابع).
۴. مقالات باید با فاصله بین خطوط ۱/۱۵ سانتی‌متر تحت نرم‌افزار Word 2007 & 2013 تهیه گردد. همچنین مقالات باید روی کاغذ A<sup>4</sup> (با حاشیه از بالا و پایین ۴ از راست و چپ ۳/۵ سانتی‌متر) تنظیم و تایپ گردد.
۵. عنوان اصلی فارسی مقالات با قلم BNazanin 14 (ضخیم)، اسامی نویسنده یا نویسندگان و عنوان علمی یا شغلی آن‌ها با قلم BNazanin 10 (ضخیم) در یک خط ذکر شود. ضمناً آدرس الکترونیکی و شماره تلفن نویسنده مسؤل مکاتبات در پاورقی آورده شود با فونت (BNazanin 10) (ضخیم)
۶. چکیده فارسی مقالات و واژه‌های کلیدی زیر اسامی نویسندگان در صفحه‌ای جداگانه با قلم BNazanin 10 (ضخیم) نگارش شود. همچنین چکیده‌ی انگلیسی در انتهای مقاله با قلم Times new Roman 12 (ضخیم) و عنوان آن با قلم Times new Roman 13 (ضخیم) و اسامی نویسندگان و عنوان علمی یا شغلی Times new Roman 10 (ضخیم) نگاشته شود.
۷. متن فارسی مقالات با قلم BNazanin 13 نازک و عبارات لاتین با قلم Times new Roman 13 نازک و تیتراها با قلم BNazanin 13 (ضخیم) نگاشته شود.
۸. جدول‌ها و شکل‌های مقاله دارای کیفیت مطلوب و به صورت سیاه و سفید باشند. عناوین جداول و اشکال با قلم BNazanin 11 ضخیم و در بالای آن‌ها نگاشته شود.
۹. ساختار مقاله شامل عناصر ذیل می‌باشد:
  - ۹- ۱: **صفحه عنوان:** در صفحه اول عنوان مقاله، نام و نام خانوادگی نویسنده (نویسنده‌گان) و درجه علمی ذکر گردد. در این صفحه همچنین پست الکترونیکی، شماره تلفن و آدرس دقیق نویسنده مسؤل، به همراه تاریخ ارسال مقاله جهت انجام مکاتبات ذکر گردد. نویسنده مسؤل مکاتبات با درج علامت \* مشخص شود.
  - ۹- ۲: **چکیده:** در صفحه دوم، چکیده شامل چکیده فارسی و واژه‌های کلیدی‌ها (۳ تا ۶ کلمه) ذکر گردد. چکیده فارسی مقاله از ۳۰۰ کلمه تجاوز نکند و بیانگر خلاصه‌ای از مقدمه، روش تحقیق، یافته‌ها و نتیجه‌گیری باشد چکیده انگلیسی در آخر مقاله آورده شود.
  - ۹- ۳: **مقدمه:** متضمن اطلاعات زمینه‌ای، ضرورت انجام پژوهش، سؤالات بی‌پاسخ و نحوه‌ی پاسخ‌دهی مقاله به آن‌ها در خصوص موضوعات مقاله، مروری بر ادبیات موضوع و هدف تحقیق.

۹ - ۴: مبانی نظری و پیشینه تحقیق: متضمن تعاریف علمی، آخرین نظریه‌ها و مباحث علمی مرتبط با موضوع مقاله دیدگاه صاحب‌نظران برجسته و پیشینه و در نهایت مدل مفهومی.

۹ - ۵: روش‌شناسی تحقیق: متضمن طراحی تحقیق، محدوده‌ی مورد مطالعه، نمونه‌های مورد بررسی، روش نمونه‌گیری، نحوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات، ابزار اندازه‌گیری و روش تحلیل کمی و کیفی مورد استفاده.

۹ - ۶: یافته‌ها: ارائه نتایج دقیق و مهم با رعایت اصول علمی و با استفاده‌ی از جدول‌ها و نمودارهای لازم.

۹ - ۷: بحث و نتیجه‌گیری: متضمن آثار و اهمیت یافته‌های پژوهش‌های مشابه دیگر با تأکید بر مغایرت‌ها و علل آن، توضیح قابلیت تعمیم‌پذیری و کاربرد علمی یافته‌ها و ارائه رهنمودهای لازم برای ادامه پژوهش‌های مرتبط با موضوع، نتیجه‌گیری، توصیه‌ها و پیشنهادهای احتمالی.

۱۰. نحوه استناد: فهرست منابع و مآخذ باید به صورت درون‌متنی و هم‌چنین در پایان مقاله ذکر شود.

۱۱. ارجاعات در متن مقاله باید به شیوه استاندارد مجلات علمی - پژوهشی باشد، به گونه‌ای که ابتدا نام مؤلف یا مؤلفان، سال انتشار و صفحه ذکر شود. شایان ذکر است که ارجاع به آثار چاپ‌شده به همان زبان اصلی (فارسی و انگلیسی) باشد. به عنوان نمونه: (سعیدی، ۱۳۹۰: ۸۰) یا (Janson, 2012: 10 - 15).

۱۲. در پایان مقاله، منابع مورد استفاده در متن مقاله، به ترتیب الفبایی نام خانوادگی نویسنده(منابع و مآخذ فارسی با قلم BNazanin 12 نازک و منابع و مآخذ انگلیسی Times new Roman 12 نازک، به شرح زیر آورده شود:

کتاب: نام خانوادگی مؤلف، نام مؤلف، سال چاپ، عنوان کتاب (با قلم ضخیم)، نوبت چاپ، ناشر، محل انتشار.

نمونه انگلیسی:

-Islam, R. and Hehui, J, 1994, **Rural Industrialization: An Engine of Prosperity in Postreform Rural China**, World development, VOL. 38, No 7, pp. 974 - 988.

در رابطه ارجاعاتی که به پایان‌نامه‌ها می‌شود ذکر استاد راهنما، گروه آموزشی، دانشکده و دانشگاه مزبور الزامی است.

در ارجاعات مربوط به مقالات چاپ‌شده در همایش‌ها، نوع همایش از جمله ملی یا بین‌المللی بودن و چندمین همایش از آن نوع ذکر گردد.

مجله حق رد یا قبول و نیز ویراستاری مقالات را برای خود محفوظ می‌دارد و مقالات مسترد نمی‌گردد.

مؤلفان می‌توانند مقالات را به آدرس پست الکترونیکی [jhhs@mizbanfgg-uast.ac.ir](mailto:jhhs@mizbanfgg-uast.ac.ir) ارسال نمایند.

## Content

<b>1.</b>	Mehdi Karoubi Morteza Fyyazi	The Impact of Physical Environment on the Customers' Perceived Service Quality in the Hotel Industry (A case study of Esteghlal, Enghelab and Kowsar Hotels)
<b>2.</b>	Ahmad Bokharaei Mohammad Hassan Sharbatiiyan	The Role of Human Communications in the Hotel Industry (A case study of 3-5 star hotels' staff in Mashhad)
<b>3.</b>	Ebrahim Fayyaz Syed Mirmohammad Taghian Mosavi	A Study of Factors Influencing the Attraction of Food Tourists (Empirical evidence from traditional restaurants in Ramsar)
<b>4.</b>	Marzieh Gorji Poshti Abedin Faghiih Nasiri Salar Reshadat	A Study of Anthropological Aspects of Food
<b>5.</b>	Sadegh Saleli Amir Moradi Asl	Investigating Factors Affecting the attraction of Customers to Catering and Tourism Units (A case study of Mizban Restaurant)
<b>6.</b>	Moharram Ali Poorebrahim Maedeh Kheradmandi Marjan Esmaeilzadeh	Baking Bread and the Factors Affecting its Quality
<b>7.</b>	Gholamreza Khoshfar Naser Fattahi Hossein Mousazadeh	Evaluating Social Capital in Tourist Service Units (A case study of Golestan province)
<b>8.</b>	Hassanali Aghajani Kazem Ravansetan Fatemeh Yahyatabar	Assessing and Prioritizing Areas of Tourism Based on their Capacities (Empirical Evidence from Mazandaran, Guilan and Golestan Provinces)
<b>9.</b>	Mostafa Mohmmadi Azita Esfandian	A Study of Factors Influencing Choice of Restaurants from the Perspective of Tourists (A case study of Mizban Tourist Complex in Babolsar)
<b>10.</b>	Syed Mohammad Shobeiri Seyedeh Zahra Shamsi Papkiade	A Survey of Hotel Staff's Environmental Awareness of Green Management in the Hotel Industry

**The Impact of Physical Environment on the Customers' Perceived  
Service Quality in the Hotel Industry  
(A case study of Esteghlal, Enghelab and Kowsar Hotels)**

Mehdi Karoubi<sup>1</sup>  
Morteza Fyyazi<sup>2</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

**Abstract**

One of the basic ways in which a company can gain a competitive advantage is ongoing presenting of services with higher quality in comparison with its competitors. In fact, today service quality and customer satisfaction are vital factors in most service industries. Many studies show that there is a positive relationship between service quality and the organization's financial performance. One of the dimensions of service quality in different models is physical environment. Research shows that physical environment affects customer satisfaction. The purpose of this study is to examine the impact of physical environment on the perceived service quality in the hotel industry. To this end, we used a standard questionnaire based on the "SERVQUAL" and Bitner-Baker's Servicescape Models and gave it to 384 customers of Enghelab, Esteghlal and Kowsar hotels. The results of the survey indicated that the effect of physical environment on the perceived service quality of customers was far greater than intangible factors. In addition, among the factors in the physical environment, decoration and design had the most effect followed by environmental conditions, signs and symbols.

**Key Words:** Service Quality, Hotel Industry, Physical Environment, Environmental conditions, Decoration and design, Signs and symbols.

---

<sup>1</sup>. Associate professor, of Allameh Tabatabaei University (E-mail: drkarobi@gamil.com)

<sup>2</sup>. Master's Student of Business Management/Marketing, Allameh Tabatabaei University

## **The Role of Human Communications in the Hotel Industry (A case study of 3-5 star hotels' staff in Mashhad)**

Ahmad Bokharai<sup>1</sup>  
Mohammad Hassan Sharbatian<sup>2</sup>

**Received: 16/06/2016**

**22/08/2016**

### **Abstract**

Human communications in the hotel industry and hospitality are carried out through verbal and non-verbal languages. In this study, face to face communication variables in the industry concerning the guests' staying in and re-visiting the hotel were examined using questionnaires and interviews. 836 participants were selected from the population under study including the front office staff, workers and managers of 3-5 star hotels in Mashhad in 1394. The results indicated that 65% of the respondents used both verbal and non-verbal communications simultaneously to interact with the guests when providing services and conveying meanings and messages to them. The use of eye movements, hands, facial expressions and other forms of gestures was indicative of the significance of the use of non-verbal communication along with the use of language in interacting with the guests. The results suggest that knowledge of hoteling, empathy with the guests, and observing Islamic and Iranian values on the part of the staff contributes to the expansion of human communication and its effective role in sustained development of the hospitality and hoteling industries.

**Key Words:** Human Communications, Advertisement, Message, Language, Hotel industry, Mashhad, Hospitality, Cultural Heritage.

---

<sup>1</sup>. Associate Professor of Sociology in the Social payam Noor University  
(Email:bokharai\_ah@yahoo.com)

<sup>2</sup>. Faculty Member of Social Sciences Department of Payam Noor University

## **A Study of Factors Influencing the Attraction of Food Tourists (Empirical evidence from traditional restaurants in Ramsar)**

Ebrahim Fayyaz<sup>1</sup>

Hamid Akbari, Master's student of social sciences

Mohammad Darziniya<sup>2</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

### **Abstract:**

Food plays a significant role in creating tourist sites and destinations and is considered a great potential and an important attraction in tourism. Today, going to restaurants is regarded as one of the most attractive and popular forms of leisure activity. Due to the intangibility, heterogeneity and inseparability of restaurant services, the study of the factors affecting the attraction of tourists to restaurants could contribute to achieving sustainable competitive advantage in the restaurant industry. This study aims at investigating such factors using the survey method with a questionnaire as the data collection instrument. Those tourists who went to traditional restaurants in Ramsar (Mazandaran) in 2015 comprised the study population from which 63 persons were sampled based on the initial sample variance estimation ( $S^2=0/0411$ ). 120 questionnaires were distributed among the respondents and the return rate was 85% (i.e. 102). Pearson as well as Regression statistics were used to analyze the data and to test the hypotheses. The results showed that all the hypotheses were confirmed i.e. all the variables including distinct style of cooking, variety of food, quality of food, advertisement, information, price and servers influenced attraction of the food tourists. Also regression analyses revealed the degree of the effect of the variables from the most influential to the least influential: advertisement, servers, variety of food, style of cooking and finally price.

**Key words:** Attracting tourists, Tourism industry, Restaurant industry, Survey, Ramsar.

---

<sup>1</sup>. Associate Professor of Tehran University (E-mail: afayyaz@social.ut.ac.ir)

<sup>2</sup>. Master's student of MBA

## **A Study of Anthropological Aspects of Food**

Marzieh Gorji Poshti<sup>1</sup>  
Abedin Faghieh Nasiri  
Salar Reshadat<sup>2</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

### **Abstract**

From the perspective of anthropology, human nutrition system serves as a basis for human culture. However, its diversity and richness in different cultures and societies depend on the environmental conditions and the human biological changes and developments. Today, with anthropological studies on different ethnic groups, health and food and their relationship with blood types have attracted a lot of attention. Research has shown what kind of food is appropriate for which blood type and type of climate. Food is considered as the language of symbols, the study of which could reveal a society's deepest thoughts. This study was conducted with the aim of examining the anthropological aspects of nutrition based on the eating habits of the people in the western part of Mazandaran Province. The results show that there is a direct relationship between customs, geographical and cultural conditions and eating habits. In this region, due to the geographical, seasonal and cultural conditions, the use of aromatic vegetables, rice and meat in daily meals as well as traditional and industrial medicine is common. In this study, we used ethnomethodology involving individual and group interviews which were undirected and open.

**Keywords:** Ethnology, Nutrition, Traditional medicine, West Mazandaran Province.

---

<sup>1</sup>. Assistant Professor of the Islamic Open University of Chalous (E-mail: margorji@yahoo.com)

<sup>2</sup>. General Practitioner



**Investigating Factors Affecting the attraction of Customers to Catering  
and Tourism Units  
(A case study of Mizban Restaurant)**

Sadegh Salehi<sup>1</sup>  
Amir Moradi Asl<sup>2</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

**Abstract**

Nowadays, the success or failure of a business including catering and hospitality services depends, to a large extent, on the customers' behavior. In competition with rival firms, retention of customers is considered more important than attraction of new customers and is likely to lead to the lowering of costs. With regard to the role of various factors in attracting and retaining customers, the main objective of this study was to investigate how the variables of food quality, service quality, physical environment, reputation, price, comfort and convenience might be related to the behavioral intentions of restaurant customers. This study used the survey method and the sample of the study consisted of 264 customers of Mizban restaurant in Babolsar, Mazandaran. A questionnaire with face validity and a reliability confirmed by Cronbach's alpha was used to collect the data. The results indicated that the variables of food quality and service quality had the greatest impact on the customers' behavioral intentions compared with other variables.

**Keywords:** Attracting Customers, Behavioral Intention, Mizban Restaurant, Survey.

---

<sup>1</sup>. Assistant professor of University of Mazandaran (E-mail:s.salehi@umz.ac.ir)

<sup>2</sup>. Master's student of University of Mazandaran.

## **Baking Bread and the Factors Affecting its Quality**

Moharram Ali Poorebrahim<sup>1</sup>

Maedeh Kheradmandi<sup>2</sup>

Marjan Esmailzadeh<sup>3</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

### **Abstract:**

Bread is the most important foodstuff that plays a significant role in our daily diet. Every day a large amount of bread is wasted due to improper baking, inadequate processing conditions and staleness, which imposes irreparable economic losses on the country. Obviously, the quality of bread in terms of flavor, taste and appearance affects the final choice of the consumer. Considering that baking is the last and the most important stage where a series of physical, chemical and biological changes such as evaporation, non-enzymatic browning reactions, starch gelatinization, crust formation, and protein denaturation happen, it is essential that factors such as heat, moisture level, and length of baking be correctly applied in order to transform dough to digestible product with appropriate taste, appearance, and retained nutritional value. The results of this research show that by transforming traditional bakery into industrial ones and establishing adequate conditions with invariable heat during baking and using modern methods such as producing half-baked bread, proper processing conditions and packing, it is possible to decrease wastes and staleness and increase the shelf life of bread.

**Keyword:** Baking, Bread, Bread ingredients, Baking reactions, Factors affecting baking.

---

<sup>1</sup>. Lecturer at Applied Sciences and Technology University

<sup>2</sup>. Master, of science, Mizban University of Applied Sciences and Technology  
(E-mail: m.kheradmandy@gmail.com)

<sup>3</sup>. Master, of science, Mizban University of Applied Sciences and Technology

## **Evaluating Social Capital in Tourist Service Units (A case study of Golestan province)**

Gholamreza Khoshfar<sup>1</sup>  
Naser Fattahi<sup>2</sup>  
Hossein Mousazadeh<sup>3</sup>

**Received: 16/08/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

### **Abstract**

Tourist units, as one of the most important parts of any country in the way of its development, require social capitals alongside other capitals. This is because in the absence of social capital, other capitals would lose their effectiveness and the paths of development and cultural and economic evolution would become rough and uneven. Golestan Province as a tourist destination has a variety of tourist units whose investors are faced with numerous problems and difficulties for various reasons including feeling of insecurity and lack of trust. The main objective of this study was to identify the amount of social capital and its dimensions in the tourist service units (accommodation, catering and entertainment units) of Golestan Province. In this research the survey method was utilized and a questionnaire developed by the researchers was used to collect the data. 139 questionnaires were distributed among the tourist service units of the province and the data was processed and analyzed by the SPSS software. The validity of the questionnaire (face validity) was established using expert opinions and the reliability turned out to be 0.867 using Cronbach's alpha. The results of the study showed that "trust in the family members" was the highest of all the components of inter-personal trust, and of the components of social trust "giving a cell phone to a stranger in times of need" had the highest mean rank (3.68). The results also showed that the most frequent social interaction was visiting close relatives and among the components of institutional trust the highest mean rank belonged to the highest source of judgment i.e. court of justice. However, types of trust and social capital were not related to the descriptive variables of the study i.e. age, education, income and stability of residence.

**Key Words:** Social capital, Social trust, Natural trust, Inter-personal trust, Tourist units, Golestan Province.

---

<sup>1</sup>. Assistant professor of Golestan University (E-mail:khoshfar@gmail. com)

<sup>2</sup>. MA in Tourism Planning

<sup>3</sup>. Master Student of Golestan University

## **Assessing and Prioritizing Areas of Tourism Based on their Capacities (Empirical Evidence from Mazandaran, Guilan and Golestan Provinces)**

Hassanali Aghajani<sup>1</sup>

Kazem Ravansetan<sup>2</sup>

Fatemeh Yahyatabar<sup>3</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

### **Abstract:**

In today's world, tourism is a clean industry and the third dynamic, thriving, and growing economic phenomenon that, except for the oil and automobile industries, has overtaken other global industries. The aim of the present study was to assess and prioritize the different areas of tourism based on their capacities in the three northern provinces of Iran. The study sample consisted of 11 experts on both theories and practice and the mathematical decision-making technique used in the study was the FAHP (Fuzzy Analytic Hierarchy Process). The results showed that the capacities of different areas of tourism from the highest to the lowest included commercial tourism, historical sites, adventure tourism, cultural tourism, sports, black, medical treatment, religious sites and ecotourism. The findings of the study can be a useful and practical guide for managers and planners working towards the development of the tourism industry in the country, particularly for those in the northern provinces.

**Keywords:** Assessment, Prioritizing, Tourism, Mazandaran, Guilan, Golestan.

---

<sup>1</sup>. Associate professor of the University of Mazandaran (E-mail: aghajani@umz.ac.ir)

<sup>2</sup>. PhD Student at the University of Mazandaran

<sup>3</sup>. MA in Business Administration

**A Study of Factors Influencing Choice of Restaurants from the  
Perspective of Tourists  
(A case study of Mizban Tourist Complex in Babolsar)**

Mostafa Mohammadi<sup>1</sup>  
Azita Esfandian<sup>2</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

**Abstract**

One of the issues discussed in tourism includes facilities for establishing sustainable tourism. The main objective of this study, therefore, was to investigate factors which might influence the choice of restaurants from the perspective of the tourists visiting the Tourist- Recreational Complex of Mizban in the city of Babolsar. The population of the study included all the tourists visiting the area, 385 of whom were sampled for this study based on “convenience sampling”. The validity of the questionnaire including face validity was established using expert opinions and the reliability was determined using Cronbach’s alpha. The reliability coefficient of all the variables and the entire questionnaire was 0.886, which is considered a very good index for reliability. The reliability values of the individual variables were 0.849 for product quality, 0.911 for service quality, 0.902 for environment quality and 0.881 for price, all of which are again considered very good indexes. The results showed that from the perspective of the tourists, the product quality, service quality, environment quality and price were reasonable. Finally, the tourists prioritized these factors from the most to the least important in their choice of Mizban Restaurant as: product quality, service quality, environment quality and price.

**Keywords:** Choice criteria, Tourists, Tourist-Recreational Complex of Mizban, Babolsar

---

<sup>1</sup> Assistant professor of University of Mazandaran  
(E-mail: m.mohammadi@umz.ac.ir)

<sup>2</sup> MA in Tourism Development, Mizban University of Applied Sciences

## **A Survey of Hotel Staff's Environmental Awareness of Green Management in the Hotel Industry**

Seyed Mohammad Shobeiri<sup>1</sup>  
Seyedeh Zahra Shamsi Papkiade<sup>2</sup>

**Received: 16/06/2016**

**Accepted: 22/08/2016**

### **Abstract**

In return for environmental pollution and the negative impact which focus on economic growth and tourism development have brought about, the concept of green management has been proposed. Earlier, this concept was very little or never used. The purpose of this study was to examine hotel staff's awareness of green management and of its advantages. The statistical population of the study included 160 hotel staff in Esfahan, District 1. 113 members of the staff were sampled for this study based on Morgan Table. In this study, a questionnaire was used to measure the variables. The reliability of the questionnaire using Cronbach's alpha was 0.81 and its validity was determined by environmental experts' opinions. The research hypotheses were tested using Spearman correlation coefficients and Mann-Whitney. The results indicated that there were significant relationships between age, gender, education, training and hotels' stars with the hotel staff's environmental awareness of green management. In contrast, environmental awareness had a negative relationship with economic status and work experience.

**Key words:** Environmental awareness, Green management, Hotel industry.

---

<sup>1</sup>, Associate professor of Payame-e Noor University  
(E-mail: shobeiri.sm@gmail.com)

<sup>2</sup> PhD Student of Payame-e Noor University