

شناسایی و بررسی کیفیت در زنجیره تأمین هتل‌های شهر اصفهان با استفاده از روش معادلات ساختاری

علیرضا دربان آستانه^۱

پژمان حاتمی فر^۲

محمد رضا رضوانی^۳

پذیرش نهایی: ۹۵/۹/۲۰

دریافت مقاله: ۹۵/۷/۱۶

چکیده

هتل‌ها، به عنوان یکی از ارائه دهندگان اصلی خدمات به گردشگران ناچارند به منظور بقاء در محیط بشدت رقابتی امروز محصولی با کیفیت بالا ارائه دهند تا بتوانند مزیت رقابتی خود را نسبت به رقبای حفظ کنند. در نتیجه با توجه به اهمیت این موضوع، این مقاله با هدف بررسی کیفیت در زنجیره تأمین هتل‌ها در شهر اصفهان انجام شد. بدین منظور در ابتدا با بررسی ادبیات کیفیت در زنجیره تأمین، هفت عامل تأثیرگذار کیفیت در زنجیره تأمین شناسایی شدند و فرضیات تحقیق بر مبنای این هفت عامل طرح ریزی شد. در این راستا پرسشنامه‌ای بین هتل‌های شهر اصفهان به تعداد ۵۶ هتل توزیع گردید. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی، استفاده گردید که نتایج حاکی از آن بود که وجود تمرکز بر مشتریان، رهبری کیفیت در زنجیره تأمین، وجود استراتژی‌های کیفیت در زنجیره تأمین، سیستم اطلاعات کیفیت در زنجیره تأمین و رویکرد فرآیندی موجب افزایش کیفیت زنجیره تأمین می‌شود و فرضیات در مورد دو عامل مدیریت تأمین کنندگان و توسعه نیروی انسانی در زنجیره تأمین رد شد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت زنجیره تأمین گردشگری، کیفیت، هتل‌ها، معادلات ساختاری، اصفهان.

^۱ نویسنده مسؤل: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران (astaneali@ut.ac.ir)

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه تهران

^۳ استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

مقدمه

گردشگری در طول ۶ دهه گذشته شاهد رشد و توسعه مداوم بوده و به یکی از بزرگترین و پیشروترین بخش‌های اقتصادی دنیا تبدیل شده است. تعداد گردشگران از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۸ میلیون در سال ۱۹۸۰، ۵۲۸ میلیون در سال ۱۹۹۵ و ۱۱۳۳ میلیون در سال ۲۰۱۴ رسیده است (UNWTO, 2014). طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری، درآمد حاصله از گردشگری ۹٪ از تولید ناخالص داخلی دنیا را شامل می‌شود همچنین براساس آمار شورای جهانی سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۴ میزان تولید ناخالص داخلی گردشگری ۳٫۵ درصد به نسبت سال گذشته رشد داشته است (WTTC, 2014). در نتیجه با توجه به اینکه بخش اعظمی از فعالیت گردشگری در شهرها اتفاق می‌افتد گردشگری می‌تواند نقش مهمی در اقتصاد شهرها داشته باشد (Rabbiosi, 2015). چراکه با افزایش روز افزون مقاصد و سرمایه‌گذاری در گردشگری این امکان بوجود آمده است تا صنعت گردشگری از طریق اشتغالزایی و ایجاد بنگاه‌های اقتصادی، توسعه زیرساخت‌ها و درآمد‌های حاصل از صادرات، به عنوان یک عامل اقتصادی-اجتماعی نقش کلیدی در فرآیند توسعه و رفاه جوامع ایفا کند (Mitchell, 2012). از آنجایی که با رشد فناوری‌های جدید، توسعه حمل و نقل، بهبود خدمات عرضه شده در مقاصد و افزایش اوقات فراغت شهرها با رشد قابل توجه تعداد بازدیدکنندگان روبرو شده‌اند و گردشگری توانسته سهم قابل توجهی از توسعه اقتصادی شهرها را به خود اختصاص دهد (Oh, Assaf, & Baloglu, 2016). در نتیجه مطالعه در خصوص عرضه کنندگان خدمات گردشگری به امری ضروری مبدل شده است که می‌توان با بررسی آن‌ها عملکرد اقتصادی و عملکرد کیفیت خدمات ارائه شده توسط آن‌ها را بهبود بخشید (Stank, Keller, & Daugherty, 2001)، اما امروزه کیفیت در زنجیره تأمین به عنوان یکی از استراتژی‌های افزایش مزیت رقابتی مطرح است. همچنین در پارادایم جدید مطرح در کسب و کار صحبت از آن است که مزیت رقابتی با برخورداری همزمان از سه فاکتور رقابتی کیفیت رقابتی، قیمت رقابتی و تحویل رقابتی تحقق می‌یابد و با توجه به اینکه کیفیت رقابتی در حوزه مدیریت کیفیت و تحویل رقابتی نیز در حوزه مدیریت زنجیره تأمین تبلور می‌یابد، یکپارچه سازی مدیریت کیفیت و مدیریت زنجیره تأمین کاملاً ضروری بنظر می‌رسد (Vanichchinchai & Igel, 2009). مدیریت کیفیت بدنبال انجام مجموعه اقداماتی است که منجر به رضایت مشتری می‌شود. همچنین مفهوم زنجیره تأمین با الهام از حوزه‌های بسیاری از جمله؛ انقلاب کیفیت، مدیریت مواد و منابع و لجستیک پایدار، علاقه روز افزون به رشد در بازارهای صنعتی و شبکه‌های تولیدکنندگان، مفهوم افزایش تمرکز و مطالعات مربوط به نفوذ در یک صنعت

خاص شکل گرفته است و مطالعه آن به طور کلی موجب افزایش مزیت رقابتی و ارائه خدمات و محصولات در کوتاه ترین زمان و با بالاترین کیفیت می شود (N. Li, Toppinen, & Lantta, 2016) و کیفیت در زنجیره تأمین به عنوان یکی از مهم ترین راهکارهای به منظور بهبود کیفیت خدمات و کاهش هزینه های اقتصادی مطرح است (Stank et al., 2001). مدیریت کیفیت زنجیره تأمین به عنوان آخرین مرحله در حرکت به سوی مدیریت کیفیت جامع است که عبارت است از مشارکت کلیه اعضای یک زنجیره در بهبود مستمر و همزمان کلیه فرآیندهای مرتبط با کیفیت محصولات و خدمات خود که به منظور ایجاد بهره وری و ارزش افزوده در طول زنجیره تأمین و نهادینه نمودن کیفیت در سطح زنجیره تأمین و رضایت هرچه بیشتر مشتریان نهایی صورت می گیرد (Ross, 2013). در نتیجه در این پژوهش از آنجایی که هتل ها اصلی ترین حلقه توسعه صنعت گردشگری را تشکیل می دهند و یکی از مهم ترین ارائه دهندگان خدمات گردشگری در یک مقصد هستند، نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی یک مقصد و جذب گردشگر دارند و با افزایش کیفیت خدمات ارائه شده خود موجب افزایش رضایت گردشگران می شوند (Solis-Radilla et al, 2006) این پژوهش برآن است تا با شناسایی ابعاد و شاخص های کلیدی کیفیت در زنجیره تأمین در هتل ها و ارائه مدلی مفهومی، راهنمایی برای اعضای زنجیره تأمین گردشگری شهر اصفهان در به کارگیری اقدامات کیفیت در سطح زنجیره تأمینشان بوده و از این طریق آن ها را در دستیابی به قدرت رقابتی بیشتر و ارضای هرچه بیشتر مشتریان خود یاری نماید.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مفهوم زنجیره تأمین با الهام از حوزه های بسیاری از جمله؛ انقلاب کیفیت، مدیریت مواد و منابع و لجستیک پایدار، علاقه روز افزون به رشد در بازارهای صنعتی و شبکه های تولیدکنندگان، مفهوم افزایش تمرکز و مطالعات مربوط به نفوذ در یک صنعت خاص شکل گرفته است (Chen & Paulraj, 2004) مطالعه زنجیره تأمین به طور کلی بدنبال افزایش مزیت رقابتی و ارائه خدمات و محصولات در کوتاه ترین زمان و با بالاترین کیفیت است (N. Li et al., 2016).

در این زمان که این اصطلاح در سال ۱۹۸۲ میلادی توسط دو مشاور به نام های Oliver و Webber ابداع گردید (Oliver & Webber, 1982). زنجیره تأمین، شبکه ای از سازمان ها و ارتباطات فی مابین آن هاست که مجموعه ای از ارتباطات را در جریان تولید و ارائه خدمات و محصولات به منظور ارائه محصولات و خدمات به مصرف کننده نهایی شامل می شود. زنجیره تأمین شامل همه اجزای دست اندرکار در برآورده کردن تقاضای مشتری نهایی دانسته شده است و این بدین

معنی است که زنجیره تأمین از تأمین کننده _ تأمین کنندگان تا مشتری _ مشتریان را شامل می‌شود. به عبارت دیگر برنامه‌ها و سیاست‌های ارائه شده به منظور بهبود خدمت رسانی به مشتریان زنجیره تأمین همواره لازم است که کلیه اجزا زنجیره را مدنظر قرار دهد (Matei, Gueye, & Baras, 2015). هدف حاکم در یک زنجیره تأمین افزایش رقابت است و این موضوع به این دلیل است که هیچ واحد سازمانی در حال حاضر نمی‌تواند مسئول رقابت، تولید محصول و خدمات و... باشد و زنجیره تأمین به عنوان یک کل می‌تواند تمام این مسئولیت‌ها را بر عهده بگیرد.

صنعت گردشگری نیز به عنوان یک صنعت چند بعدی شناخته می‌شود که بر خلاف سایر بخش‌های اقتصادی از مجموعه‌ای از ارائه کنندگان خدمات تشکیل شده است (Page, 2012) که عمده‌ی این ارائه دهنده‌گان در بخش خصوصی و در یک بازار اقتصادی آزاد رقابت می‌کنند (Zailani, Iranmanesh, Yusof, & Ansari, 2015). همچنین در برخی کشورها بخش‌های خاصی از گردشگری بمنظور تأمین زیرساخت‌ها، بازاریابی و فعالیت‌های تبلیغاتی از دولت کمک‌هایی دریافت می‌کنند، همچنین دولت‌ها تلاش می‌کنند تا ضمن کاهش تصدی‌گری، به امور برنامه‌ریزی توسعه و مدیریت خدمات گردشگری بپردازند. تنوع فعالیت‌های مربوط به صنعت گردشگری باعث شده است تا رونق این بخش، اثر اقتصادی بالایی را برای اقتصاد کشور در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی ایجاد کند (Page, 2012). (Johnson, 1993) کیفیت را به عنوان درجه‌ای از برآورده شدن نیازهای مشتری به وسیله‌ی مجموعه‌ای از ویژگی‌های اصلی، تعریف می‌نماید (کیفیت می‌تواند با صفت‌هایی نظیر ضعیف، خوب و عالی به کار رود). (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) کیفیت را یک ساختار ناپایدار برای بیان یک صفت مبهم در غالب لغاتی چون خوب، لوکس، با زرق و برق و... تعریف می‌نماید. همچنین کیفیت خدمات مفهومی است که به دلیل عدم وجود اجماع روی نحوه تعریف و روش‌های ارزیابی آن مناقشات فراوانی را برانگیخته است (Wisniewski, 1996). Zhang et al., 2009 بیان می‌کنند که صنعت گردشگری صنعتی هماهنگ و بسیار فشرده است که خدمات و محصولات آن را نمی‌توان برای آینده ذخیره کرد. همچنین این محصولات بسیار پیچیده و ناهمگن می‌باشند و گردشگران برای مصرف آن‌ها باید به مقصد سفر کنند. علاوه بر این صنعت گردشگری بر خلاف سایر صنایع با عدم اطمینان تقاضای بالاتری مواجه است و این موضوع بخاطر روابط پیچیده و رقابت فشرده میان ارائه دهنده‌گان خدمات است. در چنین فضایی بهره‌وری، صرفه جویی در هزینه و افزایش کیفیت خدمات ارائه شده سه عامل بسیار مهم برای هر مقصد گردشگری می‌باشند (Zailani et al., 2015).

کیفیت در زنجیره تأمین شامل طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های درون سازمانی، برون سازمانی و همکاری با مشتریان است که مشترکا به دنبال ایجاد یک الگوی تقاضا بلند مدت و افزایش مزیت رقابتی در سرتاسر زنجیره تأمین است (Min et al., 2008; Meca & Timmer, 2005) و به منظور سنجش، تجزیه و تحلیل و بهبود مستمر کیفیت محصولات، خدمات و فرآیندها موجب هماهنگی رسمی و یکپارچگی فرآیندهای کسب و کار کلیه سازمان‌های درگیر در زنجیره تأمین می‌شود که به ایجاد ارزش افزوده و دستیابی به رضایت مشتریان میانی و نهایی منتهی می‌گردد (Robinson & Malhotra, 2005). کیفیت در زنجیره تأمین دارای منافع بسیاری است که به واسطه‌ی آن شرکت‌ها قادرند با ادغام مؤثر و اثربخش مفاهیم دو فلسفه مدیریت کیفیت جامع^۱ و مدیریت زنجیره تأمین و ایجاد هم افزایی و برخورداری هم زمان از سه فاکتور کیفیت رقابتی، قیمت رقابتی و تحویل رقابتی به طور همزمان عملکرد زنجیره تأمین و کیفیت محصولات نهایی خود به مشتریان را افزایش داده و از این طریق کسب مزیت رقابتی نمایند.

فرضیات پژوهش

تمرکز بر مشتریان یک عامل بسیار مهم در موفقیت شرکت‌ها است. مشتریان به علت باورهای مختلف نیازهای متفاوتی دارند و یکی از راهکارهای افزایش کیفیت خدمات و افزایش مزیت رقابتی در هتل‌ها شناسایی نیازهای مشتریان است (Kandampully & Suhartanto, 2000)، چرا که تضمین کیفیت با نیازهای مشتریان شروع شده و با رضایت ایشان پایان می‌پذیرد، مطالعات بسیاری حاکی از آن هستند که ایجاد زیرساخت‌ها و ابزار لازم جهت ارتباط با مشتریان موجب شناسایی نیازها و انتظارات ایشان می‌شود و اندازه‌گیری میزان رضایت مشتریان یکی از راهکارهای افزایش کیفیت خدمات محسوب می‌شود. بر این اساس:

H1: تمرکز بر مشتری تأثیر مثبتی بر کیفیت زنجیره تأمین در هتل‌های شهر اصفهان دارد.

مدیران اهداف و مأموریت‌ها را به منظور موفقیت سازمان تدوین می‌کنند. تعهد و حمایت مدیران از اقدامات لازم به منظور افزایش کیفیت محصولات یکی از عوامل مهم در مدیریت کیفیت زنجیره تأمین می‌باشد (Kwon & Suh, 2004). مدیران واکنش به موقع می‌توانند موجبات یکپارچگی و هماهنگی و همکاری را در زنجیره تأمین بوجود آورند. همچنین هماهنگی مدیران نسبت به چگونگی پیاده‌سازی مدیریت کیفیت در زنجیره تأمین موجب افزایش کیفیت خدمات و محصولات می‌شود. در نتیجه آگاهی و توانایی مدیران ارشد نسبت به کیفیت و توانایی مدیریت کیفیت در زنجیره تأمین و

^۱. Total quality management(TQM)

تلاش در جهت ایجاد فرهنگ و خط مشی کیفیت در سطح زنجیره تأمین موجب افزایش کیفیت خدمات ارائه شده نهایی به مشتریان می‌شود. بنابراین براساس یافته‌ها اینگونه به نظر می‌رسد که:

H2: رهبری کیفیت زنجیره تأمین، تأثیر مثبتی بر کیفیت زنجیره تأمین در هتل‌های شهر اصفهان

دارد.

شناسایی مشتریان، برنامه‌ریزی در رابطه با کیفیت، کاهش هزینه‌ها و کاهش موجودی می‌تواند از مهم‌ترین استراتژی‌ها در مدیریت یک زنجیره تأمین باشد (Croom, Romano, Arndt, 2004; Giannakis, 2000). وجود استراتژی‌های کیفیت زنجیره تأمین به مدیران کمک می‌کند که نوعی مزیت رقابتی در سازمان خود ایجاد کنند (Simatupang & Sridharan, 2002; Vachon & Klassen, 2008). استراتژی‌های کیفیت در زنجیره تأمین در سه سطح سازمانی، همکاری با سایر اعضای زنجیره و ایجاد ائتلاف با تأمین‌کننده گان مطرح است و همراستایی استراتژی‌های سازمان در زمینه مدیریت کیفیت با استراتژی‌های آن در زمینه مدیریت زنجیره تأمین موجب افزایش کیفیت خدمات و محصولات ارائه شده به مشتری می‌شود. در نتیجه با توجه به این مطالعات به نظر می‌رسد:

H3: استراتژی‌های کیفیت زنجیره تأمین تأثیر مثبتی بر کیفیت زنجیره تأمین در هتل‌های شهر

اصفهان دارد.

رویکرد فرآیندی زنجیره تأمین تأثیرات مثبتی در کاهش کل هزینه‌ها، بهبود کیفیت خدمات ارائه شده و کاهش زمان تحویل محصول و یا خدمت دارد (Matthews, L. Li, Su, & Chen, 2011). همچنین اثرات نامحسوسی آن مانند تمایل به گسترش موقعیت بازار و افزایش رقابت پذیری و ایجاد مزیت رقابتی را می‌توان به عنوان نیروی محرکه‌ی افزایش کیفیت محصولات نام برد (Naylor, Naim, & Berry, 1999). در کل، رویکرد فرآیندی زنجیره تأمین با بهبود فرآیندهای مدیریتی و برنامه‌ریزی‌های زنجیره از طریق همکاری و مشارکت سایر شرکتهای ذینفع موجبات ایجاد ارزش برای همه اعضای زنجیره تأمین و افزایش کیفیت خدمات و محصولات را فراهم می‌نماید. اگرچه این مزیت‌ها براساس درجه اهمیت شان در میان اعضای زنجیره تغییر می‌کند (Clott & Hartman, 2016). اما رویکرد فرآیندی، کل پروسه (شناسایی نیاز مشتری تا برآورد کردن) را به صورت یکپارچه، نه تابع منفرد، در نظر می‌گیرد تا موجب ایجاد ارزش برای مشتریان سازمان‌ها شود (Matthews, 2006 L. Li et al., 2011). در نتیجه مطالعه و بکارگیری آن یک

راهکار مناسب به منظور افزایش کیفیت خدمات و محصولات ارائه شده می‌باشد (Power, 2005).
پس:

H4: رویکرد فرآیندی تأثیر مثبتی بر کیفیت زنجیره تأمین در هتل‌های شهر اصفهان دارد.
در اجرای یک زنجیره تأمین، اطلاعات نقشی مهم و ضروری دارد زیرا تصمیم‌گیری‌های مدیران زنجیره تأمین براساس این اطلاعات صورت می‌پذیرد. سیستم اطلاعات شامل ابزارهایی است که برای کسب آگاهی‌های لازم از اطلاعات موجود و همچنین تجزیه و تحلیل آن‌ها برای گرفتن بهترین تصمیم در زنجیره تأمین بکار می‌رود. بدون اطلاعات، یک مدیر نمی‌داند که مشتری‌ان چه می‌خواهند، چه میزان موجودی در انبار است و یا اینکه چه موقع محصولات باید بیشتر تولید و ارائه شوند. در نتیجه اطلاعات، به مدیر دیدی کلی از زنجیره تأمین ارائه می‌کند که تصمیم‌گیری برای بهبود کیفیت زنجیره تأمین را تسهیل می‌نماید. در یک زنجیره تأمین گردشگری با توجه به وجود ارائه دهندگان متعدد، ارتباطات بسیار زیادی وجود دارد. (Cooper, Lambert, & Pagh, 1997). سیستم اطلاعات زنجیره تأمین گردشگری موجب ایجاد جریان پیوسته‌ای از اطلاعات از مشتری تا تأمین‌کننده می‌شود و به صورت یک جریان رفت و برگشت در کل زنجیره عمل می‌کند (Alford, 2005; Tapper & Font, 2004)، در نتیجه به نظر می‌رسد وجود ارتباطات می‌تواند موجب افزایش کیفیت خدمات گردشگری شود، بنابراین:

H5: اطلاعات در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی بر کیفیت زنجیره تأمین در هتل‌های شهر اصفهان دارد.

تأمین‌کنندگان می‌توانند تأثیر بسیار زیادی بر عملکرد کیفیت شرکت‌ها داشته باشند (Foster Jr, 2008; Robinson & Malhotra, 2005). مدیریت کیفیت تأمین‌کنندگان منابع قابل اعتماد و با کیفیتی را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد (Kannan & Tan, 2005). مدیریت کیفیت تأمین‌کنندگان در زنجیره تأمین به صورت یک رشته از فرآیندها و جریان‌هایی است که درون و بین مراحل مختلف تولید تا ارائه آن به شرکت‌ها قرار می‌گیرد تا نیاز یک شرکت را با بهترین کیفیت برآورده سازد در نتیجه به نظر می‌رسد که:

H6: مدیریت کیفیت تأمین‌کنندگان تأثیر مثبتی بر کیفیت زنجیره تأمین در هتل‌های شهر اصفهان دارد.

نیروی انسانی یکی از مهم‌ترین عوامل در بهبود کیفیت خدمات محسوب می‌شود (Ketchen & Giunipero, 2004) و در پژوهش‌های بسیاری آموزش و توانمندسازی کارکنان در زمینه حل

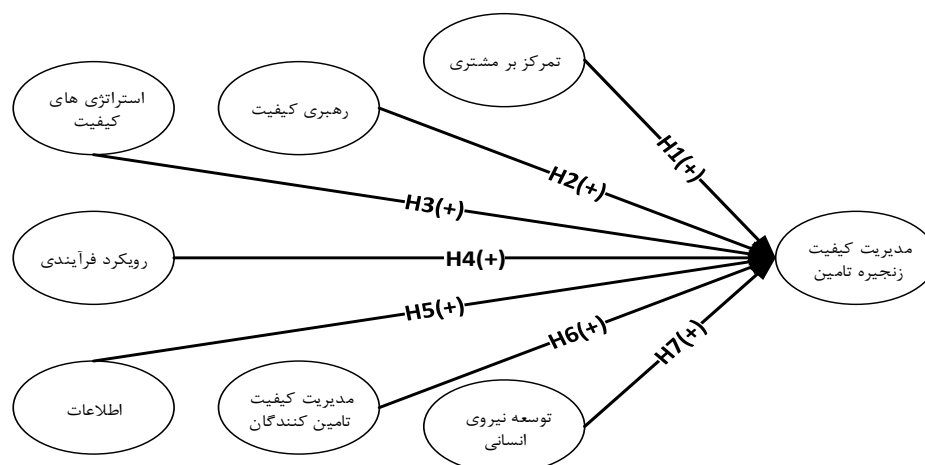
مسائل مرتبط با کیفیت و تشکیل گروه‌هایی به منظور حل مسائل کیفیت زنجیره تأمین با حضور نمایندگان شرکت‌های ذینفع در زنجیره تأمین به عنوان یک عامل کلیدی در مدیریت کیفیت زنجیره تأمین مورد بررسی قرار گرفته است. از سوی دیگر اشتراک گذاری دانش و اطلاعات مرتبط با کیفیت محصول در میان منابع انسانی و وجود فرهنگ کیفیت منسجم و یکپارچگی کارکنان موجب افزایش کیفیت خدمات و محصولات ارائه شده توسط شرکت‌ها می‌شود. در نتیجه بنظر می‌رسد که:

H7: توسعه و آموزش نیروی انسانی تأثیر مثبتی بر کیفیت زنجیره تأمین در هتل‌های شهر

اصفهان دارد.

با در نظر گرفتن این نکته که ادبیات از فرضیه‌ها پشتیبانی می‌کند، می‌توان مدل این پژوهش را به

شکل زیر ارائه کرد. نمودار (۱)



نمودار ۱: مدل پژوهش

روش شناسی تحقیق

از آن جایی که هتل‌ها بخش مهمی را در صنعت گردشگری تشکیل می‌دهند و ساختار قابل بررسی تری نسبت به سایر کسب و کارهای گردشگری دارند، همچنین با توجه به اهمیت کیفیت در زنجیره تأمین، این پژوهش به دنبال ارائه یک مدل مفهومی به منظور شناسایی عوامل تأثیرگذار بر کیفیت زنجیره تأمین در سطح هتل‌های شهر اصفهان می‌باشد. بدین منظور با بررسی ادبیات هفت متغیر تأثیرگذار بر کیفیت زنجیره تأمین شامل وجود تمرکز بر مشتریان، رهبری کیفیت در زنجیره تأمین، وجود استراتژی‌های کیفیت در زنجیره تأمین، سیستم اطلاعات کیفیت در زنجیره تأمین، رویکرد فرآیندی موجب افزایش کیفیت زنجیره تأمین، مدیریت تأمین کنندگان و توسعه نیروی انسانی در زنجیره تأمین شد و با استفاده از معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی تحلیل میشوند.

PLS یک مدل ساختاری مبتنی بر واریانس برای تحلیل داده‌ها می‌باشد. توانایی این مدل در کار با داده‌های اندک، عدم حساسیت به نرمال بودن داده‌ها و پیش بینی می‌باشد (Esposito Vinzi, Chin, Henseler, & Wang, 2010).

گردآوری داده‌ها

این پژوهش در شهر اصفهان، سال ۱۳۹۵ انجام شده است. این شهر با دارا بودن جاذبه‌های فراوان به عنوان یکی از مقاصد اصلی گردشگری در ایران شناخته می‌شود که با توجه به آمارهای ارائه شده توسط اتحادیه هتلداران، دارای ۵۷ هتل می‌باشد. به دلیل کم بودن حجم جامعه مورد بررسی از تکنیک کل شماری استفاده شده است، و همانگونه که پیشتر ذکر شد، PLS حتی برای داده‌های اندک دقیق می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها از یک پرسشنامه ۳۳ گویه ای با ۷ فاکتور اصلی جدول (۱) در طیف لیکرت ۵ گزینه ای استفاده شده است. این پرسشنامه‌ها در مهر ماه بین کارشناسان یا مدیران هتل توزیع شد. که نتایج آمار توصیفی پژوهش نشان داد که ۲۸,۷٪ پرسش شونده‌گان زن و ۷۱,۳٪ پاسخ گویان مرد بودند از میان و ۱۴,۵٪ دارای مدرک دیپلم، ۴۲٪ دارای مدرک لیسانس، ۳۷٪ دارای مدرک فوق لیسانس و ۶,۵٪ دارای مدرک دکتری بودند.

ارزیابی مدل اندازه گیری

برای برآزش آزمون مدل سازی معادلات ساختاری واریانس محور یک چارچوب واحد وجود دارد: ارزیابی مدل اندازه گیری^۱ آزمون مدل ساختاری^۲ و آزمون مدل کلی PLS ارزیابی مدل مسیر PLS شامل دو مرحله می‌شود: در مرحله اول ارزیابی مدل اندازه گیری مطرح می‌شود که در این مرحله پایایی و روایی این مدل بر حسب نوع مدل تعیین می‌شود. در مرحله دوم آزمون مدل ساختاری (درونی) و در آخر معیار ارزیابی کلی مدل مسیر PLS محاسبه خواهند شد (Abdi, Chin, Vinzi, Russolillo, & Trinchera, 2013). آزمون مدل های اندازه گیری انعکاسی شامل تجزیه و تحلیل پایایی، پایایی مرکب، روایی همگرا و روایی تشخیصی می‌باشد (Campón-Cerro, Hernández-Mogollón, & Alves, 2016).

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ضریب پایایی تمام متغیرها بین ۰,۶۱۱ تا ۰,۸۹۸ می‌باشد. (Chin, Barclay, Higgins, 1998 & Thompson, 1995)، عنوان داشتند در صورتی

۱. Outer Model

۲. Inner Model

که میزان ضریب پایایی بالای ۰,۶۰ باشد متغیرها از پایایی مطلوبی برخوردارند بنابراین تمامی متغیرهای این پژوهش از پایایی مناسبی برخوردارند. همچنین، تجزیه و تحلیل روایی واگرا برای هر فاکتور نشان می‌دهد که میزان پایایی مرکب فاکتورها بالاتر از ۰,۷۰ هستند که در نتیجه با توجه به نظر (Khoshkam, Marzuki, & Al-Mulali, 2016) پایایی داده‌ها در سطح مطلوبی قرار دارد و به منظور محاسبه روایی همگرا از مقادیر AVE استفاده شده است که (Campón-Cerro et al., 2016) عنوان داشتند که AVE بالاتر از ۰,۵۰ بیانگر وجود روایی همگرا می‌باشد. مطابق جدول شماره (۱)، میزان AVE تمام فاکتورها بالاتر از ۰,۷۲۳ می‌باشد در نتیجه روایی همگرا تمامی فاکتورها تأیید می‌گردد.

جدول ۱: آزمون مدل اندازه گیری انعکاسی

عامل	گو	بارعاملی	AVE	آلفاکروناخ	پایایی مرکب
تمرکز بر مشتری	-	-	۰,۸۱۲	۰,۸۹۳	۰,۸۷
	۱	۰,۸۸۲			
	۲	۰,۸۲			
	۳	۰,۸۶۶			
	۴	۰,۸۴۴			
	۵	۰,۶۶۵			
رهبری کیفیت زنجیره تامین	-	-	۰,۷۲۳	۰,۹۰۵	۰,۹۱
	۶	۰,۶۶۷			
	۷	۰,۶۱۹			
	۸	۰,۶۱۱			
	۹	۰,۶۱۹			
	۱۰	۶۷۸.۰			
	۱۱	۰,۷۰۹			
استراتژی‌های کیفیت زنجیره تأمین	-	-	۰,۸۲۳	۰,۸۸۴	۰,۸۸
	۱۲	۰,۷۱۶			
	۱۳	۰,۸۷۷			

			۰,۸۵	۱۴	
			۰,۷۳۹	۱۵	
۰,۸۷	۰,۸۷۶	۰,۷۶۷	-	-	رویکرد فرآیندی
			۰,۷۹۷	۱۶	
			۰,۷۷	۱۷	
			۰,۸۰۱	۱۸	
			۰,۸۲۱	۱۹	
۰,۷۳	۰,۷۴۴	۰,۸۴۹	-	-	اطلاعات
			۰,۸۷۴	۲۰	
			۰,۷۲۱	۲۱	
			۰,۸۸۶	۲۲	
			۰,۷۹۳	۲۳	
			۰,۷۱۸	۲۴	
۰,۸۲	۰,۸۳۶	۰,۷۹۴	-	-	مدیریت کیفیت تأمین کنندگان
			۰,۶۶۸	۲۵	
			۰,۶۹۵	۲۶	
			۰,۶۷۱	۲۷	
			۰,۷۱۸	۲۸	
			۰,۷۶۲	۲۹	
۰,۹۴	۰,۸۵۶	۰,۷۲۹	-	-	توسعه نیروی انسانی
			۰,۸۰۹	۳۰	
			۰,۷۳۷	۳۱	
			۰,۸۷۳	۳۲	
			۰,۸۹۸	۳۳	

روایی واگرا یا تشخیصی توانایی یک مدل اندازه گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده پذیرهای متغیرهای پنهان آن مدل با سایر مشاهده پذیرهای موجود در مدل می سنجد. روایی واگرا در واقع مکمل روایی همگرا بوده که نشان دهنده تمایز نشانگرهای یک متغیر پنهان از سایر نشانگرهای

دیگر در همان مدل ساختاری است (Esposito Vinzi et al., 2010). یک معیار برای سنجش روایی واگرا استفاده از آزمون مطرح شده (Fornell & Larcker, 1981) می‌باشد. که طبق آن یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان، باید پراکندگی بیشتری را در بین مشاهده پذیرهای خود داشته باشد، تا بتوان گفت متغیر پنهان مورد نظر روایی واگرای بالایی دارد. در اصطلاحات آماری جذر AVE هر متغیر پنهان باید بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر پنهان با متغیرهای پنهان دیگر باشد (Henseler, Ringle, & Sinkovics, 2009).

در جدول شماره (۲)، میزان جذر AVE به صورت BOLD در قطر جدول نمایش داده شده است. با توجه به اینکه جذر AVE هر فاکتور از همبستگی بین فاکتور BOLD شده و سایر فاکتورها بیشتر می‌باشد، در نتیجه روایی واگرا تأیید می‌گردد. پس از تجزیه و تحلیل و بررسی روایی و پایایی مدل، ارزیابی مدل ساختاری ممکن می‌باشد.

جدول ۲: ارزیابی روایی واگرا

توسعه	مدیریت	اطلاعات	رویکرد	استراتژی‌های	رهبری	تمرکز	
نیروی	کیفیت		فرآیندی	کیفیت زنجیره	کیفیت	بر	
انسانی	تأمین			تأمین	زنجیره	مشتری	
	کنندگان				تامین		
						۰,۸۱۲	تمرکز بر مشتری
					۰,۷۲۳	۰,۷۵۸	رهبری کیفیت زنجیره تامین
				۰,۸۳۲	۰,۶۹۲	۰,۶۵۰	استراتژی‌های کیفیت زنجیره تامین
			۰,۷۶۲	۰,۶۳۴	۰,۶۹۷	۰,۷۲۴	رویکرد فرآیندی
		۰,۸۴۹	۰,۴۲۸	۰,۷۴۲	۰,۶۶	۰,۶۵۷	اطلاعات
	۰,۷۹۴	۰,۷۴۸	۰,۴	۰,۷۹۶	۰,۷	۰,۴۲۵	مدیریت کیفیت تأمین

کنندگان

توسعه نیروی انسانی	۰,۵۲	۰,۶۹	۰,۵۲۹	۰,۵۵۴	۰,۸	۰,۷۵	۰,۷۲۹
--------------------	------	------	-------	-------	-----	------	-------

ارزیابی مدل ساختاری

آزمون مدل ساختاری با بررسی R^2 هر فاکتور مستقل و ضریب مسیر^۲ توسط راه اندازی خودکار^۳ انجام می‌شود (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011)، جدول شماره (۳)، مقدار R^2 ، آماره T و β متغیرهای مدل و دسته بندی آن‌ها را نشان می‌دهد. طبق پژوهش (Hair et al., 2011) R^2 بالاتر از ۰/۲۵ ضعیف^۴، بالاتر از ۰/۵ متوسط^۵ و بالاتر از ۰/۷۵ قوی^۶ می‌باشد. و به این دلیل که میزان R^2 نزدیک به ۰/۷۵ می‌باشد آن را متوسط-قوی^۷ در نظر می‌گیریم (Campón-Cerro et al., ۲۰۱۶).

جدول ۳: ضریب مسیر و آزمون فرضیه

آزمون	P-Value	T-Value	R^2	β تأثیر مستقل	فرضیه
-	-	-	۰,۷۱۲	-	
تأیید	۰,۰۰۱	۲,۸۱۲	۰,۱۳۹	-	تمرکز بر مشتری (+) ← کیفیت زنجیره تأمین
تأیید	۰,۰۰۰	۳,۴۹۷	۰,۳۱۱	-	رهبری کیفیت زنجیره تأمین (+) ← کیفیت زنجیره تأمین
تأیید	۰,۰۰۰	۵,۰۷۹	۰,۴۸۳	-	استراتژی‌های کیفیت زنجیره تأمین (+) ← کیفیت زنجیره تأمین
تأیید	۰,۰۰۰	۲,۸۶۳	۰,۳۱۶	-	رویکرد فرآیندی (+) ← کیفیت زنجیره تأمین

۱. Coefficient of determination

۲. Significant of the paths

۳. Bootstrapping

۴. Weak

۵. Moderate

۶. Substantial

۷. Moderate- Substantial

اطلاعات	کیفیت	زنجیره	-	۰,۳۸۳	۲,۱۵۴	۰,۰۰۰	تأیید
تأمین(+)	← کیفیت زنجیره تأمین						
مدیریت	کیفیت	تأمین	-	۰,۳۵۳	۱,۷۸۴	۰,۰۰۸	رد
کنندگان(+)	← کیفیت زنجیره تأمین						
توسعه	منابع انسانی	در	زنجیره	-	۰,۱۷۱	۰,۶۹۴۱	رد
تأمین(+)	← کیفیت زنجیره تأمین						

آزمون فرضیات

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول (۳)، به ارائه یافته‌های بدست آمده می پردازیم. همچنین نتایج در شکل شماره (۳)، آمده است.

H1. تمرکز بر مشتری بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

فرضیه ۱ بر این بود که تمرکز بر مشتری بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی دارد. که یافته حاکی از آن بود که این فرضیه با ضریب $0/139$ و در سطح $0,001$ مورد قبول می‌باشد، یافته‌های (Birkholz, 2006; Freng,)، نیز تأثیر مثبت تمرکز بر مشتری را تأیید می‌کند. تمرکز بر مشتری می‌تواند باعث مزایایی همچون شناسایی ویژگی‌های مشتریان، درک بهتر نیازهای آن‌ها، دریافت بازخورد نسبت به عملکرد کسب و کار می‌شود. این موارد سبب بخش بندی دقیق تر بازار و ارائه خدمات شخصی تر و در نتیجه افزایش کیفیت محصول نهایی می‌گردد. همچنین تمرکز بر مشتری دریافت بازخورد از مشتری به شرکت کمک می‌کند که معایب خود را شناسایی و رفع نماید. همچنین تمرکز بر مشتری در زنجیره تأمین باعث افزایش کارایی، کاهش زمان تولید تا مصرف و افزایش کیفیت خدمات و محصولات ارائه شده می‌گردد (Chang, 2009). از سوی دیگر به دلیل اینکه رقابت در صنعت گردشگری به شدت افزایش یافته است و محصولات و خدمات آن‌ها تفاوت کمی با یکدیگر دارند، هتل‌ها به دنبال کسب مزیت رقابتی می‌باشند (Kandampully & Suhartanto, 2000).

H2. رهبری کیفیت زنجیره تأمین بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی خواهد گذاشت.

فرضیه ۲ بر این بود که بهبود رهبری کیفیت زنجیره تأمین بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی دارد. این فرضیه با ضریب $0,311$ و در سطح معناداری $0,000$ تأیید می‌گردد. در پژوهش‌های (Tan, Handfield, & Ghosh, ; Matthews, 2006; Bienstock, Stafford, 2015) بر نقش مؤثر رهبری در بهبود کیفیت زنجیره تأمین تأکید شده بود که رهبری در سازمان نه تنها بر برنامه‌ریزی و تعیین استراتژی‌ها، بلکه بر اجرا و نظارت بر آن نیز تأثیر بسزایی دارد. همچنین

توانایی رهبری در هماهنگی، همکاری و یکپارچگی اجزای زنجیره تأمین موجب افزایش کیفیت محصول نهایی می‌گردد (Mentzer et al., 2001).

H3. استراتژی‌های کیفیت زنجیره تأمین بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی خواهد گذاشت. فرضیه ۳ بر این بود که استراتژی‌های کیفیت زنجیره تأمین باعث بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی دارد. این فرضیه با ضریب ۰,۴۸۳ و در سطح معنای ۰,۰۰۰ تأیید گردید. (Romano & Vinelli, 2001) عنوان داشتند که استراتژی‌های ارزیابی و انتخاب تأمین کنندگان، مواد اولیه، کانال‌های توزیع، نوآوری در تولید محصولات جدید و... در کیفیت محصول نهایی مؤثر می‌باشد (Kanji Kaynak & Hartley, 2008 & Wong, 1999).

H4. رویکرد فرآیندی بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی خواهد گذاشت. فرضیه ۴ بر این بود که رویکرد فرآیندی باعث افزایش کیفیت در زنجیره تأمین شود که این فرضیه با ضریب ۰,۳۱۶ و در سطح معنای ۰,۰۰۰ تأیید می‌گردد. این یافته با یافته‌های (L. Li et al., ۲۰۱۱; Matthews, ۲۰۰۶)، همخوانی دارد. از سوی (Trkman, Indihar, 2007) عنوان داشتند که رویکرد فرآیندی موجب بهبود در زنجیره و افزایش به اشتراک گذاری منابع می‌شود.

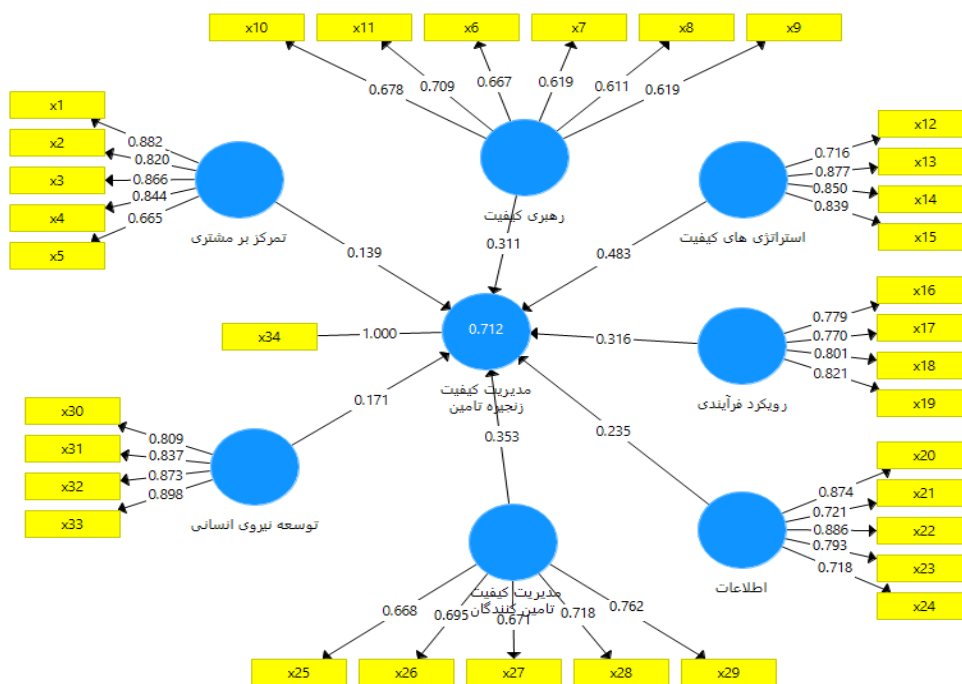
H5. اطلاعات در زنجیره تأمین بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی خواهد گذاشت. فرضیه ۵ پیش بینی میکرد که اطلاعات در زنجیره تأمین باعث افزایش کیفیت در زنجیره تأمین شود که این فرضیه با ضریب ۰,۳۸۳ و در سطح معنای ۰,۰۰۰ تأیید می‌گردد. این یافته‌ها با یافته‌های (Zhang et al., 2009) عنوان داشتند که صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت چند بعدی شناخته می‌شود که بر خلاف سایر بخش‌های اقتصادی از مجموعه ای از ارائه کنندگان خدمات شامل دفاتر خدمات مسافرتی و تور گردانی، عاملان حمل و نقل هوایی، ریلی، جاده‌ای و دریایی، هتل‌ها، مهمان سراها و مهمان پذیرها، متصدیان جاذبه گردشگری، رستوران‌ها، فروشگاه‌های محصولات صنایع دستی، اقلام سوغاتی، پوشاک، کفش، اشیاء چرمی و سایر اقلام مورد علاقه گردشگران تشکیل شده است و اطلاعات نقش اساسی در افزایش کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده در این صنعت را دارد.

H6. مدیریت کیفیت تأمین کنندگان بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی نخواهد گذاشت. فرضیه ۶ پیش بینی میکرد که مدیریت کیفیت تأمین کنندگان باعث افزایش کیفیت در زنجیره تأمین در بین هتل‌های شهر اصفهان می‌شود، اما این فرضیه از لحاظ آماری معنا دار نمی‌باشد، در حالی که در تحقیقات بسیاری مدیریت کیفیت تأمین کنندگان یکی از عوامل کلیدی در افزایش

کیفیت در زنجیره تأمین است (Saraph, Benson, 1989 & Schroeder, Forker, 1997) این فرضیه رد می‌شود که به نظر می‌رسد که دلیل رد شدن این فرضیه عدم وجود همکاری‌ها و یکپارچگی تأمین‌کنندگان در میان هتل‌های شهر اصفهان می‌باشد که این موضوع نیازمند یک تحقیق جداگانه برای چرایی این مشکل است،

H7. توسعه و آموزش نیروی انسانی بر کیفیت در زنجیره تأمین تأثیر مثبتی نخواهد گذاشت.

فرضیه ۷ پیش‌بینی می‌کرد که توسعه و آموزش نیروی انسانی باعث افزایش کیفیت در زنجیره تأمین می‌شود. اما این فرضیه از لحاظ آماری معنا دار نمی‌باشد در نتیجه این فرضیه رد می‌شود، هرچند که در پژوهش‌های بسیاری آموزش و توانمندسازی کارکنان به عنوان یک عامل کلیدی در مدیریت کیفیت زنجیره تأمین تأیید گردیده است (McCarter, Fawcett, & Chang, 2009; Magnan, 2005)، این فرضیه رد می‌شود. به نظر می‌رسد که دلیل رد شدن این فرضیه عدم وجود آموزش کافی در میان نیروی انسانی هتل‌ها و یا عدم توجه کافی شرکت‌ها به مباحث منابع انسانی باشد، که این موضوع نیازمند یک تحقیق جداگانه برای چرایی این مشکل است.



شکل ۱: مدل ساختاری پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

کیفیت در زنجیره تأمین با تلفیق دو دیدگاه کیفیت جامع و مدیریت زنجیره تأمین امروزه یکی از مهم‌ترین رویکردها به منظور بررسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف کیفیت در زنجیره تأمین می‌باشد.

این دیدگاه بدنبال کسب سه فاکتور اصلی، کیفیت رقابتی، قیمت رقابتی و تحویل رقابتی از طریق افزایش همکاری، افزایش یکپارچگی و افزایش هماهنگی است. این رویکرد همچنین می‌تواند منجر به ایجاد مزیت رقابتی برای کسب و کارهای فعال در صنعت گردشگری از جمله هتل‌ها می‌شود. که این پژوهش با هدف بررسی کیفیت در زنجیره تأمین هتل‌های شهر اصفهان انجام شد. که بدین منظور ۷ فاکتور مهم در مدیریت کیفیت در زنجیره تأمین هتل‌ها شامل وجود تمرکز بر مشتریان، رهبری کیفیت در زنجیره تأمین، وجود استراتژی‌های کیفیت در زنجیره تأمین، سیستم اطلاعات کیفیت در زنجیره تأمین، رویکرد فرآیندی موجب افزایش کیفیت زنجیره تأمین، مدیریت تأمین کنندگان و توسعه نیروی انسانی در زنجیره تأمین با بررسی ادبیات این حوزه شناسایی شدند، این ۷ عامل خود شامل ۳۳ گویه می‌شدند که با استفاده از مدل معادلات ساختاری تحلیل شدند.

نتایج نشان داد که از بین فاکتورهای در نظر گرفته شده استراتژی‌های کیفیت در زنجیره تأمین، بیشترین تأثیر را بر کیفیت زنجیره تأمین هتل‌ها دارد. استراتژی‌ها به عنوان نقشه راه مدیریت زنجیره تأمین شناخته می‌شود و هدف از آن همراستایی نیازهای مشتری نهایی با جریان های اطلاعات و مواد در طول زنجیره تأمین به منظور دستیابی به تعادلی بین کیفیت خدمات و هزینه بالا است. با توجه به نتایج، استراتژی‌های کیفیت در زنجیره تأمین در افزایش کیفیت هتل‌های اصفهان نیز بسیار حیاتی می‌باشند. یکی از پیشنهادها استراتژی‌های کیفیت در زنجیره تأمین اطلاعات می‌باشد. اطلاعات به عنوان جریانی دوطرفه در زنجیره تأمین می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل در بهبود کیفیت هتل‌ها نقشی اساسی ایفا کند. مدیریت این جریان می‌تواند باعث افزایش اثربخشی و کارایی فرآیندها و در نتیجه افزایش کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگران می‌گردد.

نگرش و رویکرد فرآیندی سبب می‌شود تا کل زنجیره تأمین از ابتدا تا انتها به صورت یک کل انگاشته شود. در این حالت تمام زوایای فرآیند تولید و ارائه خدمت در نظر گرفته، و نهایتاً باعث تضمین کیفیت خدمات می‌شود. این نگرش در میان هتل‌های اصفهان باعث افزایش کیفیت زنجیره تأمین می‌شود. رهبر زنجیره تأمین با داشتن دید کل نگر و رویکرد فرآیندی می‌تواند باعث مدیریت اثربخش اجزای مختلف زنجیره تأمین گردد. رهبری نقش بسیار مهمی در همکاری، هماهنگی و یکپارچگی زنجیره تأمین دارد که به افزایش کیفیت خدمات هتل‌ها و رضایت مشتریان منجر می‌شود. نتایج پژوهش بیان می‌کنند که در هتل‌های اصفهان نیز رهبری نقش مهمی در کیفیت زنجیره تأمین دارد. رضایت مشتریان از کیفیت خدمات یکی از مهم‌ترین عوامل کسب مزیت رقابتی برای هتل‌ها می‌باشد. امروزه مشتریان به دنبال خدمات متفاوت و با کیفیت می‌باشند. در نتیجه تمرکز هتل‌ها بر

مشتریان باعث می‌گردد تا خدمات ارائه شده از کیفیت مطلوبی برخوردار باشند. هتل‌های اصفهان نیز با توجه به این موضوع به مشتریان و نیازهای آنان توجه می‌کنند. اما فاکتورهای مدیریت کیفیت تأمین کنندگان و توسعه منابع انسانی در زنجیره تأمین نتایجی بر خلاف مفاهیم کیفیت زنجیره تأمین نشان میدهند. به نظر می‌رسد به دلیل یکپارچه نبودن اجزای زنجیره تأمین هتل‌های اصفهان و همچنین ضعف ساختاری در مدیریت زنجیره تأمین، هتل‌ها کنترلی بر روی کیفیت عرضه کنندگان خود ندارند. این امر سبب می‌شود حتی با وجود فعالیت مناسب هتل‌ها، اما بدلیل پایین بودن کیفیت مواد و خدمات اولیه، محصول نهایی از کیفیت پایینی برخوردار شوند همچنین نیروی انسانی به دلیل نقش مهمی که در ارائه خدمات و تعامل با مشتریان دارند از عوامل بسیار تأثیر گذار در کیفیت خدمات می‌باشند. به نظر می‌رسد عدم تأثیر این عامل در کیفیت زنجیره تأمین هتل‌های اصفهان به دلیل ضعف در آموزش و تربیت نیروی انسانی زبده و ضعف مدیریت منابع انسانی در هتل‌های شهر اصفهان می‌باشد. همچنین با توجه به یافته‌ها، به نظر می‌رسد که مدیریت کلان گردشگری و همچنین مدیریت هتل‌ها به منظور افزایش کیفیت خدمات ارائه شده خود باید به این رویکرد توجه بیشتری نمایند. همچنین پیشنهاد می‌گردد که در مطالعات آتی بر بررسی نقش مدیریت کیفیت تأمین کنندگان و توسعه منابع انسانی در زنجیره تأمین و دلایل عدم اثرگذاری این عوامل و ابعاد جدید کیفیت در زنجیره تأمین تمرکز شود. از سویی در زمینه پیشنهادات کاربرد موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

- تمرکز بر مدیریت کیفیت تأمین کنندگان در میان هتل‌های شهر اصفهان.
- توسعه منابع انسانی در زنجیره تأمین تأمین هتل‌های شهر اصفهان به منظور افزایش کیفیت خدمات ارائه شده.
- برگزاری جلساتی پیرامون موضوع کیفیت در زنجیره تأمین هتل‌های شهر اصفهان در اتحادیه هتل داران شهر اصفهان.
- آشناسازی مدیران و برنامه ریزان هتل‌ها با مفاهیم زنجیره تأمین و نقش آن در بهبود کیفیت توسط کارشناسان خبره.

منابع

- Abdi, H., Chin, W. W., Vinzi, V. E., Russolillo, G., & Trinchera, L(2013). **New Perspectives in Partial Least Squares and Related Methods:** Springer.
- Alford, P(2005). A framework for mapping and evaluating business process costs in the tourism industry supply chain. **Information and**

- Communication Technologies in Tourism**. 2005, 125-136 .
- Arndt, H(2004). **Supply Chain Management**: Springer.
 - Barclay, D ,Higgins, C., & Thompson, R(1995). The partial least squares(PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. **Technology Studies**, 2(2), 285-309 .
 - Bienstock, C. C., Stafford, M. R., & Stafford, T. F(2015). The Role of Technology in Industrial Customers' Perceptions of Logistics Service Quality and Their Future Purchase Intentions Revolution in Marketing: **Market Driving Changes**(pp. 122-122): Springer.
 - Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., & Alves, H(۲۰۱۶). Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain. **Journal of Destination Marketing & Management** .
 - Chang, G(2009). Total quality management in supply chain. **International Business Research**, 2(2), 82 .
 - Chen, I. J., & Paulraj, A(2004). Towards a theory of supply chain management: the constructs and measurements. **Journal of Operations Management**,22(2),119-150.doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.jom.2003.12.007
 - Chin, W. W(1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. **Modern Methods for Business Research**, 295(2), 295-336 .
 - Clott, C., & Hartman, B. C(2016). Supply chain integration, landside operations and port accessibility in metropolitan Chicago. **Journal of Transport Geography**, 51, 130-139. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2015.12.005
 - Cooper, M. C., Lambert, D. M., & Pagh, J. D(1997). Supply chain management: more than a new name for logistics. **The International Journal of Logistics Management**, 8(1), 1-14 .
 - Croom, S., Romano, P., & Giannakis, M(2000). Supply chain management: an analytical framework for critical literature review. **European Journal of Purchasing & Supply Management**, 6(1), 67-83 .
 - Esposito Vinzi, V., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang ,H(2010). **Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications** .New York: Sag.
 - Forker, L. B(1997). Factors affecting supplier quality performance. **Journal**

- of Operations Management**, 15(4), 243-269. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0272-6963\(97\)00001۶-](http://dx.doi.org/10.1016/S0272-6963(97)00001۶-)
- Fornell, C., & Larcker, D. F(1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, 39-50 .
 - Foster Jr, S. T(2008). Towards an understanding of supply chain quality management. **Journal of Operations Management**, 26(4), 461-467. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jom.2007.06.003>
 - Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M(2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. **Journal of Marketing theory and Practice**, 19(2), 139-152 .
 - Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R(2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. **Advances in International Marketing**, 20(1), 277-319 .
 - Johnson, P. L(1993). **ISO 9000: Meeting the New International Standards**, UK, Plalgrave.
 - Kandampully, J., & Suhartanto, D(2000). Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 12(6), 346-351 .
 - Kanji, G. K., & Wong, A(1999). Business excellence model for supply chain management. **Total Quality Management**, 10(8), 1147-1168 .
 - Kannan, V. R., & Tan, K. C(2005). Just in time, **total Quality management**, and supply chain management: understanding their linkages and impact on business performance. *Omega*, 33(2), 153-162. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.omega.2004.03.012>
 - Kaynak, H., & Hartley, J. L(2008). A replication and extension of quality management into the supply chain, **Journal of Operations Management**, 26(4), 468-489 .
 - Ketchen, D. J., & Giunipero, L. C(2004). The intersection of strategic management and supply chain management. **Industrial Marketing Management**, 33(1), 51-56 .
 - Khoshkam, M., Marzuki, A., & Al-Mulali, U(۲۰۱۶). Socio-demographic effects on Anzali wetland tourism development. **Tourism Management**, 54, 96-106 .
 - Kwon, I. W. G., & Suh, T(2004). Factors affecting the level of trust and commitment in supply chain relationships. **Journal of Supply Chain**

- Management**, 40(1), 4-14 .
- Lee, H. L., Padmanabhan, V., & Whang, S(2004). Information distortion in a supply chain: The bullwhip effect. **Management Science**, 50(12_supplement), 1875-1886 .
 - Lee, H. L., So, K. C., & Tang, C. S(2000). The value of information sharing in a two-level supply chain. **Management Science**, 46(5), 626-643 .
 - Li, L., Su, Q., & Chen ,X(2011). Ensuring supply chain quality performance through applying the SCOR model. **International Journal of Production Research**, 49(1), 33-57 .
 - Li, N., Toppinen, A., & Lantta, M(2016). Managerial Perceptions of SMEs in the Wood Industry Supply Chain on Corporate Responsibility and Competitive Advantage: Evidence from China and Finland. **Journal of Small Business Management**, 54(1), 162-186 .
 - Li, S., & Lin, B(2006). Accessing information sharing and information quality in supply chain management. **Decision Support Systems**, 42(3), 1641-1656 .
 - Matthews, C. R(2006). Linking the supply chain to TQM. **Quality Progress**, 39(11), 29 .
 - McCarter, M. W., Fawcett, S. E., & Magnan, G. M(2005). The effect of people on the supply chain world: Some overlooked issues. **Human Systems Management**, 24(3), 197-208 .
 - Meca, A., & Timmer, J(2008). **Supply Chain Collaboration: I-Tech Education and Publishing**.
 - Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J. S., Min, S., Nix, N. W., Smith, C. D., & Zacharia, Z. G(2001). Defining supply chain management. **Journal of Business logistics**, 22(2), 1-25 .
 - Min, S., Roath, A. S., Daugherty, P. J., Genchev, S. E., Chen, H., Arndt, A. D., & Glenn Richey, R(2005). Supply chain collaboration: what's happening? The international **Journal of logistics management**, 16(2), 237-256 .
 - Mitchell, J(2012). Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low-income households in developing countries. **Journal of Sustainable Tourism**, 20(3), 457-475 .
 - Naylor, J. B., Naim, M. M., & Berry, D(1999). Leagility: integrating the lean and agile manufacturing paradigms in the total supply chain. **International**

- Journal of Production Economics**, 62(1), 107-118 .
- Oh, H., Assaf, A. G., & Baloglu, S(2016). Motivations and goals of slow tourism. **Journal of Travel Research**, 55(2), 2 .۲۱۹-۰۵
 - Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L(1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing**, 49(4), 41-50. doi: 10.2307/1251430
 - Power, D(2005). Supply chain management integration and implementation: a literature review. **Supply Chain Management: An International Journal**, 10(4), 252-263 .
 - Rabbiosi, C(2015). Renewing a historical legacy: **Tourism, leisure shopping and urban branding in Paris**. **Cities**, 42, 195-203 .
 - Robinson, C. J & ,Malhotra, M. K(2005). Defining the concept of supply chain quality management and its relevance to academic and industrial practice. **International Journal of Production Economics**, 96(3), 315-337 .
 - Romano, P., & Vinelli, A(2001). Quality management in a supply chain perspective: strategic and operative choices in a textile-apparel network. **International Journal of Operations & Production Management**, 21(4), 446-460 .
 - Ross, D. F(2013). **Competing through Supply Chain Management: creating market-winning strategies through supply chain partnerships: Springer Science & Business Media**.
 - Saraph, J. V., Benson, P. G., & Schroeder, R. G(1989). An instrument for measuring the critical factors of quality management. **Decision Sciences**, 20(4), 810-829 .
 - Simatupang, T. M., & Sridharan, R(2002). The collaborative supply chain. **The International Journal of Logistics Management**, 13 .۳۰-۱۵ ,(۱)
 - Stank, T. P., Keller, S. B., & Daugherty, P. J(2001). Supply chain collaboration and logistical service performance. **Journal of Business logistics**, 22(1), 29-48 .
 - Tapper, R., & Font, X(2004). Additional Research .
 - Trkman, P., Indihar Štemberger, M., Jaklic, J., & Groznik, A(۲۰۰۷). Process approach to supply chain integration. **Supply Chain Management: An International Journal**, 12(2), 116-128 .
 - UNWTO(2014). unwto tourism highlights.

-
- Vachon, S., & Klassen, R. D(2008). Environmental management and manufacturing performance :The role of collaboration in the supply chain. **International Journal of Production Economics**, 111(2), 299-315 .
 - Vanichchinchai, A., & Igel, B(2009). Total quality management and supply chain management: similarities and differences. **The TQM Journal**, 21.260-249,(3).
 - Wisniewski, M(1996). Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL. **Total Quality Management**, 7(4), 357-366 .
 - WTTC(2014). **Economic Impact Analysis**. World Travel & Tourism Council .
 - Zailani, S., Iranmanesh, M .,Yusof, N. A., & **Ansari**, R(2015). Effects of service supply chain practices on the profitability of tourism firms. *Anatolia*, 26(4), 612-623 .
 - Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q(2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. **Tourism Management**, 30(3), 345-358 .