

## ارزیابی رضایت‌مندی بازدیدکنندگان از کیفیت تسهیلات تفریحی به روش تجزیه و تحلیل چند معیاره رضایت

سمانه سرحدی نسب<sup>\*۱</sup>

[Samane.sarhadi@yahoo.com](mailto:Samane.sarhadi@yahoo.com)

علیرضا میکائیلی تبریزی<sup>۲</sup>

سید حامد میر کریمی<sup>۳</sup>

### چکیده

با گسترش مناطق شهری و رشد شهرنشینی اشتیاق به سیر و سیاحت افزون شده است، به طوری که مشتاقان این امر با عنوان گردشگر در نقاط مختلف کره زمین امر گذراندن اوقات فراغت را تکامل بخشیده‌اند. امروزه گردشگری در مناطق مختلف از رونق زیادی برخوردار است. در واقع با افزایش میزان اوقات فراغت مردم بر تعداد مسافرت‌ها و رشد گردشگری افزوده شده است. در این میان رشد روزافزون گردشگری و رقابتی شدن این موضوع، لزوم توسعه و ارتقای کمی و کیفی تاسیسات و تجهیزات تفرجگاهی مورد نیاز گردشگران را انکارناپذیر نموده است. هدف هر توسعه‌ای مبتنی بر رضایت‌مدیریت و استفاده‌کنندگان است. به منظور بهبود روش‌های مدیریت، ثبت نظرات، ترجیحات و رضایت مردم از چنین مناطقی مهم است. ارزیابی نظرات گردشگران راهی سریع و ارزان برای بخش‌هایی از خدمات هستند که کیفیت آن‌ها نیاز به بهبود دارد. این پژوهش نشان می‌دهد که چگونه روش تجزیه و تحلیل چند معیاره رضایت در بررسی رضایت بازدیدکنندگان / گردشگران قابل استفاده است. علاوه بر این نشان می‌دهد که چگونه رویکرد تجزیه و تحلیل شکاف در زمینه مدیریت تسهیلات تفریحی مفید خواهد بود.

**کلمات کلیدی:** رضایت، بازدیدکنندگان، کیفیت، تجهیزات تفرجگاهی، ارزیابی چندمعیاره.

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد محیط زیست، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، دانشکده شیلات و محیط‌زیست\* (مسئول مکاتبات)

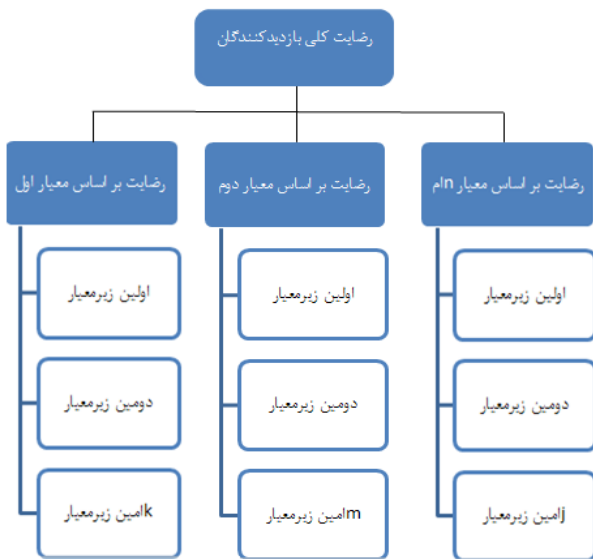
۲- دانشیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، دانشکده شیلات و محیط‌زیست.

۳- استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، دانشکده شیلات و محیط‌زیست.

## مقدمه

از دیرباز تفریح و تفرج به صورت یکی از نیازهای انسان از اهمیت خاصی برخوردار بوده است و بدون شک یکی از راه‌های گریز از زندگی یکنواخت و خسته‌کننده روزمره و راهی برای رسیدن به مرحله‌ای از بازیابی و خودسازی مجدد روحی و جسمی انسان بوده است. از این رو جامعه‌شناسان، روانشناسان، متخصصین برنامه‌ریزی و طراحی فضاهای باز و سبز تفریحی، نیاز انسان را در لزوم پرداختن به تفریح، تفرج و بهره‌مندی از منابع طبیعی و تفرجگاه‌ها به منظور فعالیت و ادامه زندگی، همراه با جسمی سالم و روحیه‌ای شاد را امری مهم و ضروری می‌دانند (۱). فعالیت‌های مربوط به جهانگردی و ارائه خدمات متناسب با آن در یک منطقه، همانند بسیاری از بخش‌های اقتصادی نیازمند زمینه‌های لازم در مورد خاستگاه‌های آن است. جهانگردی و تفرج در ذات خود از جمله فعالیت‌هایی است که کمترین وابستگی را به تکنولوژی‌های آلاینده دارد. توسعه خدمات جهانگردی نه فقط اصالت‌های منطقه‌ای را برجسته می‌نماید، بلکه از حاصل آن در حفظ و ساماندهی این اصالت‌ها و نیز در به وجود آوردن توازن بهینه بین منبع و طرز استفاده مناسب از آن برای حفظ، نگه داری، رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی بهره می‌جوید و همزمان با آن از مزایای اقتصادی و آمد و شدهای مربوطه برخوردار می‌شود (۲). از آنجایی که محیط زیست طبیعی توان اکولوژیکی محدودی را برای استفاده‌های بشر دارا است، اکوسیستم‌های طبیعی از گنجینه‌های زیستی بشری محسوب می‌گردند که حفظ آن‌ها برای نسل‌های آینده ضرورت دارد (۳). تخریب مداوم محیط زیست با توجه به تاثیر فعالیت‌های بشری به‌خصوص در قرن اخیر منجر به ایجاد مناطق حفاظت شده در انتهای قرن نوزدهم شد. این مناطق سهم قابل توجهی در حفاظت از تنوع ژنتیکی و زیستی برای نگه داری ظرفیت تولید اکوسیستم‌ها برای حمایت عناصر فرهنگی دارند (۴). اکوتوریسم یکی از فعالیت‌هایی است که در حال حاضر به رشد و حفاظت این مناطق می‌تواند کمک کند (۵). در حال حاضر مطالبات مردم برای گذراندن اوقات

فراغت در جامعه پسا صنعتی، به مناطق تفریحی منجر به گسترش مناطق حفاظتی شده است. بنابراین ارتقای اکوسیستم موجب تشکیل یک قطب جاذبه می‌شود. توسعه اکوتوریسم منجر به جذب بازدیدکننده می‌شود. همچنین موجب ارتقای فعالیت‌هایی مانند پیاده‌روی، کوهنوردی، آشنایی با محیط‌زیست طبیعی، سیماهای فرهنگی و نیز باستانی و مذهبی می‌شود. برای این منظور گام مهم اندازه‌گیری رضایت بازدیدکنندگان از کیفیت تسهیلات تفریحی است (۶). از آنجا که وجود تسهیلات مورد نیاز اولین گام در جذب و نگه داری گردشگران در معنی تقاضای مجدد آن‌ها است، از این رو شناخت وضعیت منطقه از حیث وجود سطحی از این عوامل، زمینه را برای آشنایی با وضعیت گردشگری منطقه، آسیب‌شناسی و توسعه آن فراهم می‌آورد تا با تأمین انتظارات و نیازهای گردشگران، رضایت و وفاداری آن‌ها را نسبت به مقصد ایجاد نماید (۷). به عبارتی دیگر امکان بازگشت و تقاضای مجدد گردشگری بستگی به میزان رضایت آن‌ها از مقصد دارد و تأمین رضایت آن‌ها به نوبه خود وفاداری آن‌ها را به مقصد افزایش خواهد داد (۸). اگر گردشگری به خوبی برنامه‌ریزی شود، با افزایش خدمات توریستی، درآمد دولت، اشتغال و تولید افزایش می‌یابد. توسعه گردشگری برای جذب گردشگران بسیار مهم است. عواملی مانند رضایت گردشگران، کیفیت خدمات ارائه شده، امنیت، نوآوری، تجربه گذشته، در مناطق تفریحی مهم هستند. می‌توان گفت یک بازیگر اساسی در رفتار گردشگری، رضایت است (۹). بررسی و ارزیابی نظریات و دیدگاه‌های گردشگران، راهی سریع و ارزان برای تعیین بخش‌هایی از خدمات هستند که کیفیت آن‌ها نیاز به بهبود دارد. در واقع مدیریت مؤثر مناطق حفاظت شده مستلزم ثبت نظرات، ترجیحات و رضایت بازدیدکنندگان (گردشگران) از دیدن چنین مناطقی، به منظور بهبود روش‌های مدیریت است. یکی از راه‌های بررسی نظرات گردشگران روش تجزیه و تحلیل چند معیاره رضایت (MUSA)<sup>۱</sup> است. این



شکل ۱- ساختار کلی رضایت بازدیدکننده در روش

## Musa (۱۱)

شرح مدل‌سازی مساله رضایت بازدیدکنندگان همراه

## متغیرهای مربوطه آن

روش MUSA توابع رضایت کلی ( $Y^*$ ) و رضایت جزئی ( $X^*$ ) را با توجه به قضاوت‌های بیان شده توسط بازدیدکنندگان ( $X_i$  و  $Y$ ) به دست می‌آورد. باید متذکر شد این روش بر پایه مفاهیم رگرسیون ترتیبی و تکنیک‌های برنامه-ریزی خطی توسعه یافته است. فرض می‌شود رضایت کلی بستگی به  $n$  معیار یا متغیر دارد. این معیارها با  $X = (X_1, X_2, \dots, X_n)$  نشان داده می‌شوند. که در آن معیار خاص  $i$  به صورت  $X_i$  یکنواخت نشان داده می‌شود. همان‌طور که اشاره شد، هدف روش MUSA تجمع قضاوت فردی ( $X_i$ ) به تابع ارزش تجمعی ( $Y^*$ ) است. هدف اصلی از این روش رسیدن به حداکثر سازگاری بین تابع  $Y^*$  و  $Y$  است. معادله تجزیه و تحلیل رگرسیون ترتیبی به شکل زیر می‌باشد:

$$\bar{Y}^* = \sum_{i=1}^n b_i X_i^* - \sigma^+ + \sigma^- \text{ with } \sum_{i=1}^n b_i = 1$$

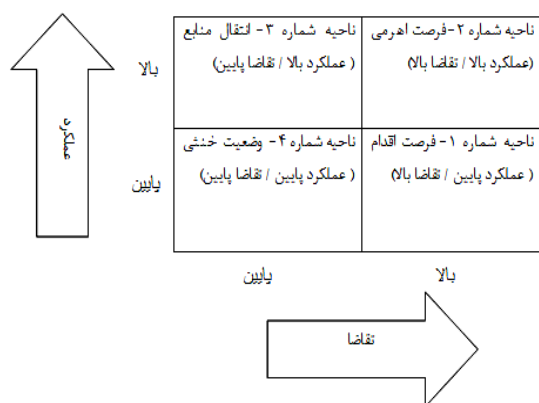
متغیرهای معادله در جدول ۱ شرح داده شده اند.

مقاله سعی دارد با ارایه این روش به بررسی سطح رضایت بازدیدکنندگان از کیفیت تسهیلات تفریحی به منظور بهبودبخشی مدیریت با توجه به درک خصوصیات طبیعی منطقه، خدمات و امکانات ارایه شده برای بازدیدکنندگان بپردازد. علاوه بر این نشان می‌دهد چگونه یک رویکرد تجزیه و تحلیل شکاف<sup>۱</sup> در زمینه مدیریت تسهیلات تفریحی، به منظور تجزیه و تحلیل رفتار، اولویت‌بندی و پیشرفت اقدامات مفید است.

## روش تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت

روش تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت (MUSA) به وسیله میهلیس<sup>۲</sup> و همکاران در سال ۲۰۰۱ (۱۰) به‌عنوان ابزاری برای اندازه‌گیری رضایت بازدیدکنندگان شناخته شده است. این روش یک روش علمی و کاربردی است که با تبدیل نظرات و قضاوت‌های بیان شده بازدیدکنندگان در پرسشنامه به مدل‌های برنامه‌ریزی خطی و حل آن‌ها میزان رضایت و اهمیت هر یک از ابعاد رضایت را نشان می‌دهد که نتیجه ادغام قضاوت‌های تک‌تک بازدیدکنندگان است. اندازه‌گیری رضایت بازدیدکنندگان به‌عنوان یک مسأله تجزیه و تحلیل چندمعیاره مورد بررسی قرار می‌گیرد. با استفاده از روش MUSA، مسأله تجزیه و تحلیل چند معیاره رضایت به مدل برنامه‌ریزی خطی تبدیل می‌شود که بعد از حل این مدل‌ها وزن هر معیار و زیرمعیار و همچنین میانگین سطح رضایت در هر معیار و زیرمعیار به دست می‌آید (۱۱). هدف اصلی از این روش تجمع قضاوت فردی به تابع ارزش تجمعی است (۱۲). شکل ۱ به‌عنوان ساختار کلی ابعاد رضایت بازدیدکنندگان در روش MUSA، بیانگر ادغام قضاوت‌ها و اولویت‌های بازدیدکنندگان برای تعیین رضایت کلی آنان است.

ناحیه (۴)- وضعیت خنثی<sup>۴</sup>، با عملکرد پایین و تقاضا پایین، معیارهای واقع در این ناحیه نیاز به توجه و بهبود ندارند.



شکل ۲- نمودار عملکرد (۱۱)

#### تجزیه و تحلیل شکاف

امروزه استفاده‌های تفرجی- فراغتی از پارک‌های ملی در حال افزایش است. مدیریت کارآمد این مناطق بستگی به ارزیابی نظرات بازدیدکنندگان و توانایی خود برای حفظ محیط‌زیست طبیعی دارد. تجزیه و تحلیل شکاف روشی است که به تازگی برای بررسی کیفیت استفاده می‌شود (۶). این روش اولین بار توسط پاراسورامان و همکاران در سال ۱۹۸۸ (۱۳) به کار برده شد. در این روش به کمک پرسشنامه وضعیت موجود کیفیت تسهیلات گردشگری منطقه با وضعیت قابل انتظار مقایسه می‌شود. از این طریق می‌توان پی به کاستی‌های موجود در راه رسیدن به وضعیت ایده‌آل برد. همچنین می‌توان استراتژی‌های قبلی را بهبود بخشید. تحلیل شکاف، به منظور شناخت امکان افزایش رضایت گردشگران از طریق حفظ و توسعه کیفیت جاذبه‌های موجود و ممکن در مناطق گردشگری انجام می‌شود. به عبارت دیگر شکاف بین ادراکات بازدیدکنندگان و انتظارات آن‌ها بررسی می‌شود (انتظارات بازدیدکنندگان - ادراکات بازدیدکنندگان = شکاف کیفیت

#### جدول ۱- شرح متغیرهای معادله مدل MUSA

نام متغیر	شرح متغیر
$Y^*$	توابع رضایت کلی
$X_i^*$	توابع رضایت جزئی
$Y$	قضاوت کلی بازدیدکنندگان
$X_i$	قضاوت جزئی بازدیدکنندگان
$\bar{Y}^*$	تخمین مقدار تابع رضایت کلی $Y^*$
$\sigma^+$	خطای تخمین بالا
$\sigma^-$	خطای تخمین پایین
$B_i$	وزن معیار $A_i$

مهم‌ترین نتایج به دست آمده به وسیله روش MUSA برآورد ارزش تابع کلی و جزئی، وزن معیار و شاخص‌های رضایت است. با ترکیب وزن‌ها و میانگین شاخص‌های رضایت، تعدادی نمودار عملکرد ایجاد می‌شود (شکل ۲). این نمودارها نقاط قوت و ضعف مدیریت و میزان رضایت بازدیدکنندگان را نشان می‌دهند. همچنین بیان می‌کنند چه معیارهایی نیاز به بهبود دارند. هر کدام از این نمودارها با توجه به عملکرد (بالا / پایین) و تقاضا (بالا / پایین) به چهار ناحیه تقسیم می‌شود که هر کدام از نواحی به صورت زیر است:

ناحیه (۱)- فرصت اقدام<sup>۱</sup>، با عملکرد پایین و تقاضای بالا، معیارهای واقع در این ناحیه نیاز به توجه و بهبود دارند.

ناحیه (۲)- فرصت اهرمی<sup>۲</sup>، با عملکرد بالا و تقاضای بالا، معیارهای واقع در این ناحیه به عنوان مزیت رقابتی (اقدام مثبت) به حساب می‌آیند.

ناحیه (۳)- انتقال منابع<sup>۳</sup>، با عملکرد بالا و تقاضای پایین، معیارهای واقع در این ناحیه بهتر است در جای دیگر و به صورتی بهتر استفاده شوند.

- 1- Action opportunity
- 2- Leverage opportunity
- 3- Transferring of resources

همان‌طور که در نمودار مشخص است، زیرساخت‌ها و تسهیلات تفریحی پارک به عنوان معیاری مهم برای رضایت گردشگران بود در حالی که گردشگران از آن‌ها رضایت نداشتند (ناحیه اقدام). اطلاعات و ارتباطات در وضعیت خنثی قرار دارند. خصوصیات فیزیکی و پرسنل در ناحیه انتقال منابع قرار دارند یعنی برای بازدیدکنندگان چندان اهمیتی ندارند. بنابراین تجزیه و تحلیل شکاف نشان می‌دهد، مدیریت پارک باید روی زیرساخت‌ها و تسهیلات تفریحی پارک تمرکز بیشتری کند. یوسف و رحمان<sup>۲</sup> در سال ۲۰۱۱ (۱۴) به بررسی رضایت توریست‌ها از سایت گردشگری دریاچه Kenyir پرداختند. در این مطالعه با استفاده از روش تجزیه و تحلیل شکاف انتظارات و ادراکات گردشگران به صورت توصیفی بررسی شد. نتایج نشان داد که گردشگران از جاذبه‌های بصری و طبیعی (دست نخورده) راضی-تر هستند و این یکی از نقاط قوت این منطقه برای جذب توریست بوده است. مدیریت منطقه باید روی حفظ این ویژگی بیشتر تمرکز کند. سیتسیلونی<sup>۳</sup> و همکاران در سال ۲۰۱۲ (۱۵) با استفاده از MUSA به بررسی رضایت گردشگران و شناسایی نقاط ضعف و قوت خدمات گردشگری در جزیره‌ای در دریای اژه پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که شهرت و زیبایی طبیعی جزیره به عنوان نقاط قوت مطرح شد. نقاط ضعف هم مدت زمان کم اقامت و سطح رضایت پایین از کیفیت خدمات خاص مانند حمل و نقل محلی، اطلاعات و محیط‌زیست بود. کیفیت خدمات به عنوان عامل تعیین کننده اصلی برای رضایت گردشگران در نظر گرفته شد. معیارهایی که برای رضایت در نظر گرفته شد عبارتند از: محل اقامت، غذا / آشپزی، محیط طبیعی، محیط‌زیست شهری، مهمان‌نوازی، اطلاعات، تفریح و سرگرمی و حمل و نقل. نتایج حاصل از بررسی رضایت با استفاده از پرسشنامه نشان داد معیار تفریح و سرگرمی برای گردشگران از اهمیت بیشتری برخوردار است (فرصت اهرمی) در حالی که اهمیت معیارهای مهمان‌نوازی، محیط‌زیست شهری و حمل و نقل محلی نسبتاً پایین‌تر است

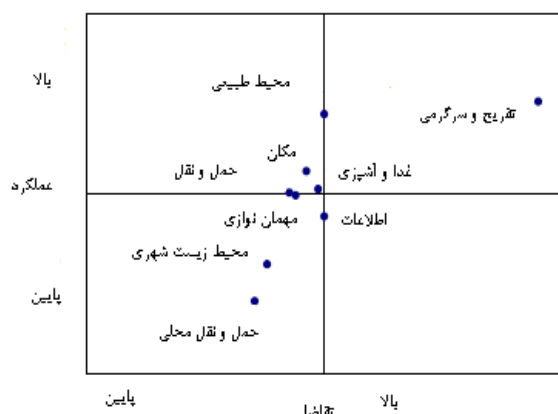
تسهیلات). هرچه این شکاف کوچکتر باشد، نشانه کیفیت تسهیلات بالاتر و در نتیجه رضایت بیشتر بازدیدکنندگان است.

### روش بررسی

در این پژوهش با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی مقالات مختلف چگونگی استفاده از MUSA و تجزیه و تحلیل شکاف در بررسی رضایت‌مندی بازدیدکنندگان از کیفیت تسهیلات تفریحی توضیح داده می‌شود. در این خصوص تحقیقات مختلفی صورت گرفته است چنان‌که ارباتزیس و گریگورودیس<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۰ (۶) با توجه به عوامل مختلف از جمله خصوصیات طبیعی منطقه، سطح خدمات، ویژگی‌های زیربنایی و تسهیلات تفریحی به ارزیابی رضایت‌مندی توریست‌ها در پارک ملی دادیا در یونان پرداختند. آن‌ها در این مطالعه از MUSA و تجزیه و تحلیل شکاف استفاده کردند. آن‌ها به این منظور پرسشنامه‌ای متشکل از دو بخش تهیه کردند. بخش اول اشاره به ویژگی‌های شخصی بازدیدکننده داشت. بخش دوم قضاوت‌های آنان را از تعدادی معیار از پیش تعیین‌شده بررسی می‌کرد. در مجموع معیارهایی که برای بررسی رضایت در نظر گرفته شده بود عبارت بودند از: پرسنل، زیرساخت، تسهیلات تفریحی، اطلاعات و ارتباطات. شکل ۳ نمودار عملکرد حاصل از روش MUSA در تحقیق آن‌ها را نشان می‌دهد.



شکل ۳- نمودار عملکرد (۶)



شکل ۴- نمودار عملکرد روش MUSA (۱۵)

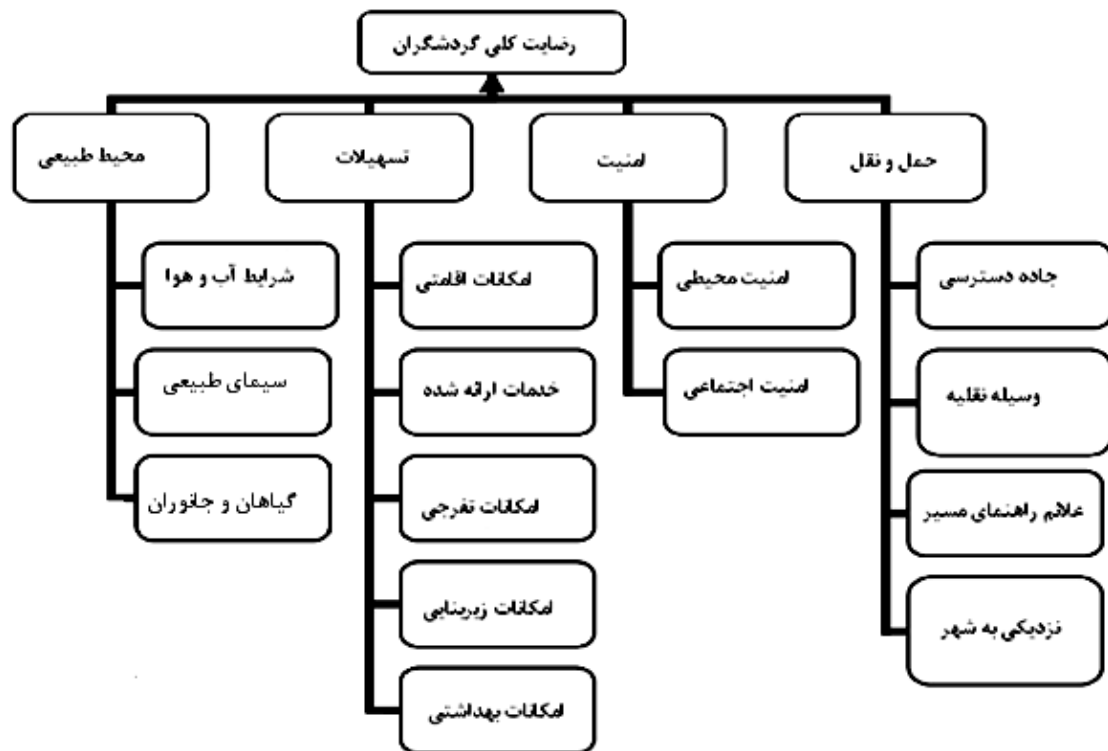
#### جمع بندی

با توجه به مرور پژوهش‌های مختلف ساختار ابعاد رضایت بازدیدکنندگان در روش MUSA به صورت شکل ۵، خواهد بود.

بعد از استخراج اطلاعات از پرسشنامه، تجزیه و تحلیل آنان، تبدیل به معادله روش MUSA میزان رضایت‌مندی بازدیدکنندگان به دست خواهد آمد. همان‌طور که قبلاً اشاره شد تجزیه و تحلیل شکاف، اختلاف بین انتظارات و ادراکات بازدیدکنندگان است به عبارت دیگر آنچه بازدیدکننده می‌خواهد (تقاضا) و آنچه که اجرا می‌شود (عملکرد). این موضوع در نمودار عملکرد به دست آمده از روش MUSA (شکل ۲) مشخص است. هر کدام از نواحی نمودار در اولویت‌بندی و پیشرفت اقدامات مدیریتی به کار می‌روند و در نهایت در رضایت بازدیدکنندگان مؤثر هستند.

(شکل ۴). به طور کلی بازدیدکنندگان از این منطقه رضایت متوسط داشتند.

ابراهیم‌پور و اربطانی در سال ۱۳۹۰ (۱۷) با استفاده از تجزیه و تحلیل شکاف به بررسی دو عامل مؤثر در رضایت گردشگران در منطقه سرعین اردبیل پرداختند. این بررسی با هدف ارزیابی کیفیت خدمات با مؤلفه رضایت از خدمات گردشگری انجام شد. نخست با مرور مبانی نظری عوامل مؤثر در گردشگری شناسایی و در دو گروه عوامل محیطی و سازمانی قرار گرفتند. عوامل محیطی شامل: چشم‌انداز و مناظر طبیعی، چهره ظاهری منطقه، وضعیت آب و هوا، آب‌های معدنی و نحوه برخورد اهالی منطقه. عوامل سازمانی شامل: خدمات بهداشتی منطقه، امنیت اجتماعی، قیمت کالاها و خدمات، هزینه هتل و اسکان، کیفیت اطلاع‌رسانی و علائم راهنما، حمل و نقل، سرگرمی‌ها، وضعیت ترافیک و امنیت جاده‌ها. بعد از استخراج اطلاعات از پرسشنامه با استفاده از مدل تحلیل شکاف به بررسی شکاف انتظارات و ادراکات گردشگران به صورت توصیفی پرداخته شد. نتایج پژوهش نشان داد بین عوامل محیطی، سازمانی و رضایت گردشگران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. شاخص‌های این عوامل بر اساس مدل تحلیل شکاف اولویت‌بندی و بر اساس آن پیشنهادهایی برای اقدامات اصلاحی ارائه شد.



شکل ۵- ساختار ابعاد رضایت بازدیدکنندگان در روش MUSA

#### بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مقاله رضایت‌مندی بازدیدکنندگان یک رویکرد نوین نسبت به کیفیت و کمیت در اختیارگذاری تسهیلات در مناطق حفاظتی و همچنین پیشرفت مدیریت در رابطه با درک خصوصیات طبیعی ناحیه، خدمات و تسهیلات پیشنهاد شده به وسیله بازدیدکنندگان است. اندازه‌گیری رضایت بازدیدکنندگان آرایه‌کننده یک بازخورد فوری، معنی‌دار و عینی در خصوص انتظارات و اولویت‌های آنان است. تجزیه و تحلیل رفتار بازدیدکننده، تعیین عملیات بهبود و برنامه‌ریزی آینده بر اساس بازدیدکننده است. علاوه بر آن به منظور اعمال اصول اصلی بهبود مستمر، یک فرایند صریح و سیستماتیک اندازه‌گیری کیفیت تسهیلات مورد نیاز است. به این ترتیب اقدامات بهبودبخش بر اساس استانداردهایی که سازگار با نیازها و خواسته‌های بازدیدکننده است، صورت می‌پذیرد. فرایند اندازه‌گیری کیفیت خدمات می‌تواند به مدیران برای درک بازدیدکننده در تعیین نیازها و انتظارات خود، به طور خاص

کمک کند (۶). روش‌های ذکر شده در پژوهش دارای خصوصیات زیر هستند:

- نتایج آرایه شده با استفاده از روش MUSA به تجزیه و تحلیل رفتار بازدیدکننده در ارزیابی رضایت آن‌ها و توانایی‌های بالقوه مدیریت در تعیین عملیات بهبود کمک می‌کند.
- نتایج، چون به صورت نمودار نشان داده می‌شوند، می‌توان برداشت‌های بازدیدکننده را مناسب‌تر مجسم کرد.
- علاوه بر آن نتایج را به راحتی می‌توان تفسیر کرد.
- همچنین، باید تاکید کرد که روش MUSA جایگزین مهمی برای تجزیه و تحلیل شکاف کیفیت خدمات فراهم می‌کند. قبلاً اشاره شد، تجزیه و تحلیل شکاف اشاره به مطالعه تفاوت بین آنچه بازدیدکننده می‌خواهد و آنچه که اجرا می‌شود دارد. در برخی منابع بالا روش تجزیه و تحلیل شکاف به صورت توصیفی انجام شده بود اما باید توجه داشت این روش

4. Udaya, S., 2003. Local people's attitudes towards conservation and wildlife tourism around Sariska Tiger Reserve. India. *Journal of Environmental Management* 69 (4), 339-347.
5. Karameris, A; 1991. The social, tourist and educational dimension of national park. *Scientific Annals of the Department of Forestry and Natural Environment*. 559-576.
6. Arabatzis, G. & Grigoroudis, E; 2010. Visitors' satisfaction, perceptions and gap analysis: the case of Dalia-Lefkimi- Souflion National Park. *Forest policy and economics*. (12) 3,163.
7. Muzaffer, U., 2003. Satisfaction components in outdoor recreation and tourism settings. *E-review of tourism research (eRTR)*. vol.1. no.3.
۸. ابراهیم پور، ح و روشندل اربطانی، ط، ۱۳۹۰. بررسی عوامل مؤثر در گردشگری بر اساس انتظارات و ادراکات گردشگران و مدل تحلیل شکاف (مطالعه موردی: منطقه سرعین اردبیل). فصلنامه مدیریت بازرگانی، شماره ۸، تابستان ۱۳۹۰، ص ۱-۲۲
9. Mat som, A. & Baderneh, M; 2011. Tourist Satisfaction and Repeat Visitation; Toward a New Comprehensive Model. *International Journal of Human and Social Sciences* 6:1.
10. Mihelis, G., Grigoroudis, E., Siskos, Y., Politis, Y. & Malandrakis, Y; 2001. Customer satisfaction measurement in the private bank sector. *European Journal of Operational Research* 130 (2).
- با استفاده از تعدادی نمودار عملکرد حاصل از روش MUSA به سادگی با استفاده از اطلاعات ترتیبی اجرا می شود. این تحلیل ها می تواند به تجزیه و تحلیل برداشت بازدیدکننده و تعیین نقاط ضعف و قوت کیفیت خدمات بپردازد. بنابراین پیشنهاد می شود در مورد وجود شکاف بین انتظارات و تجربه گردشگران نسبت به شناسایی عوامل تاثیرگذار در گردشگری، اولویت بندی آن ها و انجام اقدام اصلاحی بر اساس میزان شکاف بین آن ها اقدامات جدی انجام شود. از آنجا که رضایت بازدیدکنندگان به عنوان یک میانجی در کیفیت خدمات و وفاداری بازدیدکنندگان است، لذا پیشنهاد می شود به طور مکرر با استفاده از روش های ذکر شده اندازه گیری رضایت صورت پذیرد. به طور خاص به روز رسانی مستمر امکانات تفریح و سرگرمی یکی از اهداف اصلی قدرت مدیریت است. سیستم مدیریت بازدیدکننده در منطقه ضامن بهره برداری از سیستم بخصوص در زمان اوج مصرف است و بر ظرفیت روانی بازدیدکنندگان تاثیر دارد. علاوه بر این باید توجه داشت که رضایت بازدیدکنندگان در طول زمان پایدار نمی ماند، مساله ای پویا بوده و مستمراً نیازمند بررسی و تحقیقات دوره ای آتی است.
- منابع**
۱. میکائیلی، ع و مهرمند، ش. ۱۳۸۶. نقش مشارکتهای مردمی و فرهنگ سازی در فرایند برنامه ریزی و طراحی تفریحی - فراغتی در راستای توسعه پایدار مدیریت شهری. دانشگاه تهران.
۲. میکائیلی، ع. ۱۳۷۹. برنامه ریزی توریستی بر اساس اصول اکولوژیکی. پژوهش های جغرافیایی. شماره ۳۹، ص ۲۱-۲۸.
۳. ستوده، پ، ۱۳۹۱. اکوتوریسم، وب سایت بهداشت محیط زیست.
- <http://modiriyatzisti.mihanblog.com/extrap>  
< age/ecotoirst > تاریخ دسترسی ۱۳۹۱/۷/۱۹



- Lake-Based Tourism Area. International Conference on Business and Economics Research IPEDR Vol.16.
15. Sitsiloni, M., Grigorodis, E. & Constantin, Z; 2012. Service Quality Evaluation in the Tourism Industry: A SWOT Analysis Approach. Department of Production Engineering & Management Technical University of Crete.
۱۱. نوری، الف. و فتاحی، ک. ۱۳۸۹. "اندازه گیری رضایت مشتری در بانک توسعه صادرات ایران با استفاده از روش تجزیه و تحلیل چند معیاره رضایت (MUSA)". مدرس علوم انسانی. شماره ۲ (پیاپی ۷۲).
12. Grigoroudis, E. & Siskos, Y; 2002. Preference disaggregation for measuring and analyzing customer satisfaction: The MUSA method. European Journal of Operational Research. 143 (2).
13. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L; 1988. Delivering Quality Service. Free Press, New York.
14. Yusof, A., Rahman, f; 2011. Tourists' Perceptions of Service Quality in a

