

بررسی عوامل مؤثر در جلب رضایت بازدیدکنندگان پارک جنگلی چغاسبز ايلام

نسيبه ره انجام^۱
جعفر حسين زاده^۲
يار محمد قاسمی^۳

چکیده

امروزه منابع طبیعی هر کشور، از مهمترین شاخص‌های جذب گردشگر به شمار می‌آیند؛ بنابراین، جنگل و پارک‌های جنگلی به عنوان مقصد سفر بسیاری از گردشگران طبیعت، از مهمترین و جذاب‌ترین منابع گردشگری محسوب می‌شوند. پارک جنگلی چغاسبز، واقع در حاشیه جنوب شرقی شهر ايلام، به عنوان یکی از فضاهای مناسب، زیبا و دلنشین، شرایط طبیعی مناسبی را جهت گذران اوقات فراغت شهروندان، فراهم کرده است. کیفیت مدیریت، نگهداری و ارائه خدمات، در پارک‌های جنگلی، نقش مهمی در تبدیل آنها به محیطی مناسب برای جذب گردشگر، ایفا می‌کنند. این تحقیق با هدف تبیین شاخص‌های مذکور و آزمون ابعاد مختلف فیزیکی، تضمین، اطمینان، پاسخگویی و همدلی، در قالب روش سروکوال انجام شده و به بررسی عوامل مؤثر در جلب رضایت بازدیدکنندگان این پارک، پرداخته است؛ بدین منظور، پرسش‌نامه‌ای حاوی ۲۹ سؤال، مبتنی بر پنج بعد روش سروکوال، طراحی و بین تعداد ۱۶۸ نفر نمونه تصادفی انتخاب شده از بین بازدیدکنندگان پارک، توزیع و اطلاعات مورد نظر جمع‌آوری شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با به کارگیری نرم‌افزار SPSS، ابتدا با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، نرمال بودن متغیرها بررسی گردید؛ سپس داده‌ها با استفاده از آزمون‌های T و پیرسون، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتیجه به دست آمده، نشان داد که رضایت بازدیدکنندگان، رابطه معناداری با امکانات رفاهی، امنیتی و حمل و نقل پارک، دارد. با استفاده از آزمون دو جمله‌ای، اثبات شد که پارک جنگلی چغاسبز نتوانسته است رضایت بازدیدکنندگان را در پنج بعد سروکوال فراهم آورد و شکاف میان انتظارات بازدیدکنندگان و شرایط واقعی پارک جنگلی، معنادار است. باید در طرح‌ریزی فضاهای تفرجگاهی پارک، دقت لازم به عمل آید که بتواند در افزایش بهره‌وری پارک‌های جنگلی مثل چغاسبز شمر ثمر باشد.

واژگان کلیدی: رضایت بازدیدکنندگان، روش سروکوال، پارک جنگلی چغاسبز، شهر ايلام.

مقدمه

«پارک‌های جنگلی موجود در سطح کشور و در جوار شهرهای پر جمعیت، نقش بسزایی در غنی‌سازی اوقات فراغت شهرنشینان و گردشگران دارند» (گشتاسب میگونی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۴). «بیش از ۴۰۰ پارک جنگلی موجود در کشور در حال خدمات‌دهی به گردشگران و شهروندان می‌باشند» (شرکت مهندسی مشاور آمایش منطقه‌ای فلات، ۱۳۸۵: ۲). در اکثر موارد، پارک‌های مورد نظر به عنوان مقصد و جاذبه‌ای طبیعی - انسان‌ساخت، هر ساله، پذیرای هزاران نفر از گردشگران و اهالی ساکن در شهرهای هم‌جوار پارک می‌باشند و با اندک تأسیسات خدماتی و رفاهی خود در حال خدمات‌رسانی به گردشگران هستند. این مناطق به لحاظ کیفیت، کاملاً طبیعی و تقریباً دست‌نخورده و از نظر تفرجگاهی، ارزش زیادی دارند. یکی از عوامل اصلی تقاضای گردشگری در این گونه مناطق، وجود طبیعت بارز و غالب، برجستگی خصوصیات فیزیکی و جنبه‌های زیبایی طبیعی آنهاست. پارک‌های جنگلی به علت ارزش تفریحی، زیباشناختی و تاریخی به جذابیت شهر می‌افزایند و موجب افزایش آمار جذب گردشگر و در نتیجه ایجاد اشتغال، درآمدزایی و تبادل فرهنگی، آشنایی با آداب و رسوم محلی و ... می‌شوند (باب‌الله حیاتی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳).

«برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در گستره این پارک‌ها، مستلزم اتخاذ رویکردی منطقه‌ای و مبتنی بر توسعه پایدار است تا با اتکا بر آن بتوان ضمن شناخت قابلیت‌ها، مسائل و مشکلات یا چالش‌های اساسی، امکان جلب رضایت بازدیدکنندگان و پایان دادن به وضع موجود و نیل به آینده‌ای بهتر را فراهم نمود. وقتی رضایت بازدیدکنندگان در حفظ ارزش‌های طبیعی این پارک‌ها باشد، امکان پایداری پارک و حفظ محیط زیست آن برای زمان بیشتری تضمین خواهد شد» (شرکت مهندسی مشاور آمایش منطقه‌ای فلات، ۱۳۸۵: ۲). سوق یافتن پارک‌های جنگلی طبیعی به سمت ابنیه و تأسیسات غیرطبیعی، می‌تواند این محیط‌های طبیعی را هرچه سریع‌تر در معرض تخریب و دور شدن از امکان ارائه ارزش‌های واقعی خود، سوق دهد. در چنین شرایطی، وظیفه متولیان، ایجاد تأمین رضایت بازدیدکنندگان با حفظ شرایط طبیعی خواهد بود. پارک‌های جنگلی در واقع پارک‌هایی هستند که در نواحی جنگل‌های طبیعی با هدف‌های زیست محیطی، تفریحی، اکولوژیک، علمی، تحقیقاتی، آموزشی و رفاهی، تأسیس و تجهیز می‌گردند. عملکرد پارک‌های جنگلی در بازدهی اجتماعی و اکولوژیک آنها خلاصه می‌شود و مستقیماً نقش مؤثری در اشتغال با سرمایه‌گذاری اندک ایفا می‌نمایند؛ ضمن اینکه با صرف هزینه توسط بازدیدکنندگان تفریحی، در آمد قابل توجهی برای مردم بومی فراهم می‌شود. پارک‌های جنگلی، به دلیل فواید اقتصادی ناشی از جذب بازدیدکننده، نیازمند توجه و برنامه‌ریزی‌های مدون و دقیقی است که بتواند علاوه بر تأمین نیاز بازدیدکنندگان و جلب رضایت آنان، وفاداری و بازدید دوباره از منطقه را تضمین کند. وفاداری بازدیدکننده شامل احساس رضایت بازدیدکننده و تمایل او برای بازدیدهای مجدد و دادن پیشنهاد به دوستان و آشنایان برای بازدید



از منطقه است (حیاتی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳). این تحقیق با هدف بررسی عوامل مؤثر در جلب رضایت بازدید کنندگان پارک جنگلی چغاسبیز، واقع در حاشیه جنوب شرقی شهر ایلام، انجام شده است تا بتوان علاوه بر شناخت مشکلات و نیازهای این پارک، عوامل مؤثر در رضایت بازدید کنندگان آن را بررسی کرد.

پیشینه تحقیق

موسس ماکونجیو او کلو و سارا ایریان (۲۰۰۹: ۶۰۵) به «بررسی رضایت گردشگری در رابطه با جاذبه‌ها و مفاهیم، برای حفاظت از محیط زیست در مناطق حفاظت شده از مدار شمالی، تانزانیا» پرداختند. این مطالعه نشان داد که آسایش گردشگری، محیط زیست، محیط آشنا و ارزش‌های زیست‌محیطی سازگار، برخی از مسائلی هستند که رضایت عاطفی را بالا می‌برند.

هریستوس دوکولیاگوس و جان هال (۲۰۱۰: ۲) به انجام تحقیقی تحت عنوان «رضایتمندی و محدودیت‌های بازدید کنندگان پارک، فراتر از تجزیه و تحلیل» پرداختند و بر طبق مطالعات، ده محدودیت کلیدی را در بازدید از پارک، شناسایی کردند که عبارتند از: زمان، بهداشت، حمل و نقل، هزینه، ترس، دانش، علاقه، امکانات، شریک و محل. در سازمان پارک ظرفیت‌هایی وجود دارد و قادر به توسعه استراتژی‌های است که می‌تواند بر این محدودیت‌ها غلبه کند.

باقرزاده خواجه و باقرزاده (۱۳۸۸: ۳۱) به تحقیقی تحت عنوان «بررسی کیفیت خدمات مراکز آموزش عالی تبریز با استفاده از مدل سروکوال و رتبه‌بندی مراکز با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی» پرداختند. نتایج نشان داد که مراکز آموزش عالی تبریز، نتوانسته‌اند انتظارات دانشجویان خود را برآورده کنند. کمترین شکاف، مربوط به بعد تضمین و بیشترین میزان شکاف، مربوط به بعد همدلی بوده است.

حمید شایان و همکاران (۱۳۹۱: ۱۵) به «بررسی سطح کیفی خدمات گردشگری و تأثیر آن در جذب گردشگر در مناطق روستایی» پرداختند و به این نتیجه رسیدند که معیارهایی چون: روابط متقابل جامعه میزبان و میهمان، کیفیت مواد غذایی و آشامیدنی، ویژگی‌های طبیعی و کیفی حمل و نقل، بیشترین تأثیر را بر میزان جذب گردشگر در روستاهای هدف داشته است.

رفعت و موسوی (۱۳۹۱: ۱۵۷) به «برآورد ارزش تفریحی پارک هشت بهشت در اصفهان با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط» پرداختند و نتایج پژوهش آنها نشان داد که متغیرهای درآمد فرد، درآمد خانواده، تحصیلات، کیفیت پارک، ارزشمندی محیط زیست و نوع منزل مسکونی بر تمایل پرداخت بازدید کنندگان برای استفاده از دلپذیری محیط زیست، اثر مثبت داشته است؛ همچنین، متغیرهای سن افراد و مسافت خانه از پارک، رابطه منفی با میزان تمایل پرداخت افراد، داشته است. در تحقیقات داخلی و خارجی مذکور به بررسی تأثیر مواردی از قبیل مدیریت، نگهداری محیط و امنیت پارک، پرسنل، فضای سبز و تفریحی و نقش حمل و نقل مناسب بر میزان جذب گردشگر و

بازدیدکننده با استفاده از روش سروکوال، برای سنجش میزان رضایتمندی، پرداخته شده است. نتایج به دست آمده، نشان می‌دهد که این روش، ابزاری مناسب برای سنجش میزان رضایت مراجعه‌کنندگان می‌باشد؛ با این حال، تحقیقی که از این ابزار برای سنجش میزان رضایت بازدیدکنندگان پارک‌های جنگلی استفاده کرده باشد، یافت نشد؛ همچنین، در تحقیقات فوق از معیارهای رضایتمندی بازدیدکنندگان به چند مورد محدود، پرداخته شده است. این مقاله، پژوهشی نواست که با استفاده از پنج بعد روش سروکوال برای شناسایی عوامل مؤثر در رضایت بازدیدکنندگان پارک جنگلی چغاسبز به عنوان یکی از مهمترین پارک‌های جنگلی نزدیک شهر ایلام، به بررسی تأثیر مواردی مانند امکانات رفاهی، امنیتی و حمل و نقل بر میزان جلب رضایت بازدیدکنندگان می‌پردازد.

روش تحقیق

با استفاده از پرسش‌نامه‌ای حاوی ۲۹ سؤال و پنج بعد مدل سروکوال (فیزیکی، تضمین، پاسخگویی، اطمینان، همدلی) که اعتبار و روایی آن بررسی و ثابت شده است، اطلاعات مورد نیاز تحقیق از بین تعداد ۱۶۸ نمونه از بازدیدکنندگان پارک جنگلی چغاسبز ایلام، به عنوان جامعه تحقیق، گردآوری شد. انتخاب نمونه‌ها با حضور در پارک جنگلی و مراجعه تصادفی به خانوارهای مستقر بر سکوها تعبیه شده در آنجا، صورت گرفت و به تکمیل پرسش‌نامه‌ها اقدام شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با به کارگیری نرم‌افزار SPSS، ابتدا با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، نرمال بودن متغیرها بررسی گردید؛ سپس با استفاده از آزمون پیرسون، آزمون دو جمله‌ای Binomial و آزمون T داده‌های تحقیق، تجزیه و تحلیل شدند.

مبانی نظری

مدل‌های شکل‌گیری رضایت مشتری

«فرایندهای مختلف شکل‌گیری رضایتمندی مشتری را می‌توان در مدل‌های مختلفی طبقه‌بندی کرد. این مدل‌ها ارتباط رضایتمندی مشتری و محرک‌های آن را ترسیم می‌کنند. معتبرترین مدل شکل‌گیری رضایتمندی مشتری بر اساس یکی از نظریه‌های مشهور؛ یعنی نظریه «عدم تأیید انتظارات» بنا شده است» (دیواندری و دلخواه، ۱۳۸۴: ۱۸۹).

مدل رضایتمندی مشتری سوئدی

این مدل در سال ۱۹۹۲ به عنوان اولین مدل شاخص رضایتمندی تولیدات و خدمات در سطح ملی، در کشور سوئد معرفی شد. این مدل اولیه، شامل دو محرک اولیه رضایتمندی است:

- ارزش درک شده

- انتظارات مشتری

«به طور دقیق‌تر ارزش درک شده، برابر است با سطح دریافت شده از کیفیت، نسبت به قیمت پرداخت شده. کیفیت، نسبت به پول پرداختی یکی از شاخص‌هایی است که مشتری توسط آن،



محصولات و خدمات مختلف را با هم مقایسه می کند» (آیدین، و همکاران، ۲۰۰۵: ۴۸۷).

مدل شاخص رضایت مشتری در آمریکا

این مدل در سال ۱۹۹۴ با همکاری مشترک انجمن کیفیت آمریکا و دانشکده تجارت دانشگاه میشیگان، ارائه شد. این مدل برگرفته از مدل کشور سوئد است.

مدل شاخص رضایت مشتری در آمریکا، مدلی ساخت یافته و در برگیرنده تعدادی از متغیرها و روابط علی بین آنهاست. شاخص رضایت مشتری در وسط این زنجیره، قرار گرفته است. انتظارات، ارزش و کیفیت درک شده به عنوان عوامل مؤثر بر رضایت مشتری، معرفی شده و از سوی دیگر، وفاداری و شکایت مشتری به عنوان خروجی های مدل، عنوان گردیده اند.

یک پرسش نامه ۱۵ سؤالی، جهت استخراج شش قسمت این مدل استفاده می شود. اختلاف اصلی این مدل با مدل سوئد، اضافه شدن کیفیت ادراک شده به صورت مجزاست (جانسون و همکاران، ۲۰۰۰: ۸).

مدل شاخص رضایت مشتری در اروپا

تجارب همراه با موفقیت کشورهای آمریکا و سوئد در طراحی مدل شاخص رضایت مشتری، سبب شد تا سازمان های اروپایی؛ همچون مؤسسه کیفیت اروپا و سازمان مدیریت کیفیت اروپا، تحت حمایت اتحادیه اروپایی، اقدام به ایجاد شاخص رضایت مشتری در اروپا نمایند.

مدل اروپایی، شاخص رضایت مشتری را نشان می دهد و رضایت مشتری را همراه با وفاداری بررسی می کند. محرک های رضایت مشتری در این مدل عبارتند از: تصویر درک شده از شرکت، انتظارات مشتری، کیفیت و ارزش درک شده (آیدین و همکاران، ۲۰۰۵: ۴۸۹). کیفیت درک شده را میتوان در دو بخش بررسی کرد: (۱) کیفیت درک شده از سخت افزار، به معنای بخشی از کیفیت که مربوط به ویژگی محصول و یا خدمت می باشد؛ (۲) کیفیت درک شده از نرم افزار که منظور از آن، بخشی از کیفیت است که نمایانگر عناصر تعاملی در خدمت ارائه شده است؛ مثل پرسنل یا ویژگی های محیط ارائه خدمت. در این مدل هفت متغیر، وجود دارد که هر یک از آنها توسط دو تا شش متغیر دیگری که از طریق ممیزی و پرسش از مشتریان اندازه گیری می شود، توصیف می گردد (جانسون و دیگران، ۲۰۰۰: ۱۱).

«سرو کوال از قوی ترین و پر کاربردترین مدل ها جهت ارزیابی کیفیت خدمات به شمار می آید که توسط پاراسورمان و زیت هامل در اواسط دهه ۱۹۸۰ ارائه شده است» (کاتلر، ۱۳۸۴: ۵۱۷). این مدل سعی دارد کیفیت خدمات را در محیط هایی اندازه گیری کند که کیفیت خدمات به عنوان یک ضرورت برای درک مشتری، احساس شود. مدل پاراسورمان دارای ویژگی هایی است که برای طیف گسترده ای از محیط های خدماتی می تواند کاربرد داشته باشد. در کیفیت خدمات مقدماتی، چند شکاف وجود دارد که عبارتند از:

- شکاف ۱. تفاوت بین ادراک مدیریت از آنچه مشتریان انتظار دارند و انتظارات واقعی مشتریان.
- شکاف ۲. تفاوت بین ادراک مدیریت و مشخصات کیفیت خدمات (استانداردهای کیفیت خدمات).
- شکاف ۳. تفاوت بین مشخصات کیفیت خدمات و ارائه خدمات واقعی؛ آیا استانداردها به طور مداوم رعایت شده‌اند؟
- شکاف ۴. تفاوت بین ارائه خدمات و آنچه که در خارج از سازمان، مورد نظر است؛ آیا به تعهدات به صورت مداوم، عمل شده است؟
- شکاف ۵. تفاوت بین آنچه که مشتریان از یک خدمت، انتظار دارند و آنچه را که عملاً دریافت می‌کنند.

عوامل مؤثر در انتخاب پارک‌های جنگلی

معیار جاذبه‌های طبیعی

منظره، ترکیبی از عناصر اصلی تشکیل دهنده؛ مثل: شکل زمین، پوشش گیاهی، آب و هر چیز قابل رؤیت است. منظره یک منطقه، شامل رستنی‌ها، آب و شکل زمینی است که به چشم دیده می‌شود و از نقطه‌ای به نقطه دیگر، فرق می‌کند. به آن قسمت از منظره که به چشم دیده می‌شود، به آن نما نیز می‌گویند. انتظار گردشگر از یک پارک جنگلی، علاوه بر طبیعی بودن، وجود وضعیت استثنا نسبت به جنگل‌های همجوار است؛ مخصوصاً وجود گیاهان و جانوران منحصر به فرد و جذاب؛ همچنین، وجود آب که حتی تماشای آن برای آنها لذت‌بخش است (شرکت مهندسی مشاور آمایش منطقه‌ای فلات، ۱۳۸۵).

مزیت نسبی دسترسی به پارک

در این مزیت به سه معیار اصلی، به ترتیب اولویت، توجه می‌شود:

پروژه: کتابخانه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال: جامع علوم انسانی

-فاصله

-دسترسی به خدمات عمومی

-نوع جاده

مزیت نسبی وجود تجهیزات پارکی

اغلب سفرهای طبیعت گردی در ایران به صورت خانوادگی برگزار می‌شود. در صورت اقامت شبانه، حفظ امنیت گردشگران در پارک، مستلزم تأسیسات و تجهیزات ویژه، هم برای تفریح متمرکز و هم برای تفریح اکوتوریستی است. دسترسی به آب برای شستشوی ظروف، وجود سایه‌بان در پارک‌های مناطق گرم، وجود پارکینگ و محل مناسب برای ورزش و تفریح کودکان و بزرگسالان، جذابیت سفر و حضور گردشگران با فرهنگ طبیعت گردی - نه اکوتوریسم - را افزایش می‌دهد؛ هرچند که در طراحی پارک باید زون‌های کمتر دست‌خورده برای حضور اکوتوریست‌ها نیز فراهم شود؛ با این حال، به دلیل اینکه در حال حاضر تعداد طبیعت گردان از اکوتوریست‌های داخلی بیشتر است، مزیت



نسبی تجهیزات پارکی، کماکان جایگاه ویژه‌ای در انتخاب پارک مناسب دارد.

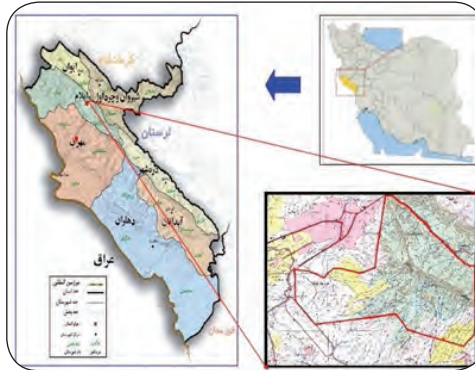
مزیت نسبی امنیت اجتماعی و طبیعی

حفاظت و امنیت گردشگر در امور تهدیدات اجتماعی و حتی تهدیدات طبیعی، موجب استمرار و پایداری گردشگری در یک پارک جنگلی خواهد شد. خیلی از پارک‌های جنگلی در مسیرهای دور افتاده به علت عدم امنیت جانی و عدم وجود پاسگاه انتظامی، کمتر مورد بهره‌برداری گردشگران قرار می‌گیرند. تهدیدات طبیعی نظیر حیوانات آزاردهنده، صاعقه و آتش‌سوزی‌های عمدی نیز باید در پارک‌ها مد نظر قرار گیرند. در برخی پارک‌ها خصوصاً جلگه شمال کشور، وجود پشه و حشرات، مانعی برای اقامت شبانه گردشگران است (شرکت مهندسی مشاور آمایش منطقه‌ای فلات، ۱۳۸۵).

پارک جنگلی چغاسبز

پارک جنگلی چغاسبز با مساحتی در حدود ۲۰۵۷ هکتار، در محدوده جنگل‌های بلوط زاگرس و در حاشیه جنوب شرقی شهر ایلام، واقع است (شکل ۱). این پارک در سال ۱۳۷۴ در محدوده جنگل‌های طبیعی، احداث گردید؛ ولی از همان سال که به عنوان پارک مشخص گردید؛ علاوه بر گونه‌های درختی طبیعی، گونه‌های دست کاشت نیز به آن اضافه شد. این پارک با توجه به مزیت‌های نسبی؛ مانند: جاذبه‌های طبیعی، وجود آب آشامیدنی، مدت نسبتاً طولانی ایام مساعد در طول سال، امکان دسترسی راحت، وجود تجهیزات پارکی، برخورداری از امنیت اجتماعی و طبیعی؛ همچنین، وجود نمایشگاه و شهر بازی با تأسیسات مربوطه در مجاورت آن، از فضاهای مناسب، زیبا و دلنشین با شرایط طبیعی مناسب جهت گذران اوقات فراغت مردم به شمار می‌رود.

«جاده آسفالت شده ورودی پارک جنگلی چغاسبز، از داخل شهر و میدان امام حسین (ع) شروع و از ضلع جنوبی میدان مذکور، وارد محدوده پارک می‌شود. به دلیل همجواری پارک با شهر ایلام، امکان دسترسی به آن بسیار آسان و با هزینه بسیار ناچیز، میسر می‌باشد. غالب مراجعه‌کنندگان بومی در ایام تعطیل به وسیله خودروهای شخصی یا کرایه، به راحتی می‌توانند از پارک استفاده نمایند. قابل ذکر است که «در صورت طراحی جامع و صحیح و ایجاد امکانات رفاهی بیشتر با توجه به طبیعی بودن محیط این پارک جنگلی، شهر ایلام می‌تواند پذیرای گردشگران بیشتری از سراسر کشور باشد؛ البته با توجه به احداث بزرگراه راه کربلا که از محدوده پارک می‌گذرد، دسترسی به آن برای مسافران راحت‌تر خواهد گردید» (شرکت مهندسی مه‌هاب گستر زاگرس، ۱۳۸۶: ۱۵).



شکل شماره (۱): نقشه موقعیت پارک جنگلی چغاسبز در مقیاس ۱/۵۰۰۰۰ شیت ایلام، شماره ۵۷/۵۲، برگ ۲، شهرستان، استان و کشور (نقشه توپوگرافی)

بحث و بررسی الف) بعد فیزیکی

دیدگاه پاسخگویان نسبت به عوامل ملموس و فیزیکی (فضای تمیز و نگهداری شده، سیستم روشنایی، علائم و نشانه‌های کافی در پارک، رعایت اصول بهداشتی، پارکینگ خودروها، جاده‌های مناسب، مسیرهای پیاده‌روی، دسترسی به امکانات و تأسیسات فوری مانند آتش‌نشانی و حفاظت از محیط زیست) در پارک نشان می‌دهد که در گروه مخالف، بیشترین درصد (۵۴/۲) به سؤال دسترسی به امکانات و کمترین درصد (۹/۵) به سؤال مسیرهای پیاده‌روی امن و در گروه موافق، بیشترین درصد (۳۴/۵) به سؤال فضای کافی پارکینگ و کمترین درصد (۴/۸) به سؤال دسترسی به امکانات، مربوط می‌شود. شکاف سروکوال، مربوط به انتظارات بازدیدکنندگان از شرایط فیزیکی با شرایط فیزیکی موجود پارک با استفاده از آزمون دو جمله‌ای (Binomial) در جدول شماره (۱) نشان داده می‌شود؛ در نتیجه می‌توان گفت: میان انتظارات بازدیدکنندگان و شرایط فیزیکی پارک، شکاف زیادی وجود دارد.

جدول شماره (۱): آزمون دو جمله‌ای بعد فیزیکی

سطح معناداری	آزمون	نتیجه	تعداد	دسته	گروه	بعد فیزیکی
۰۰۰.	۵۰.	۹۸.	۱۶۵	≤ 3	گروه ۱	
		۰۲.	۳	> 3	گروه ۲	
		۱۰۰	۱۶۸		جمع کل	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



بعد قابلیت اطمینان

دیدگاه بازدیدکنندگان نسبت به عوامل قابلیت اطمینان (توجه مسئولان، امنیت اجتماعی، اطلاعات پرسنل و محیط مناسب برای گذران اوقات فراغت) در پارک نشان می‌دهد که بیشترین درصد (۴۷/۶) در گویه مخالف مربوط به سؤال اطلاعات پرسنل و کمترین درصد (۹/۵) مربوط به سؤال محیط و منظر زیباست و در گروه موافق، بیشترین درصد (۴۲/۹) به سؤال محیط و مناظر زیبا و کمترین درصد (۳/۶) به سؤال توجه مسئولان، مربوط می‌شود. بر اساس جدول شماره (۲) نتایج آزمون شکاف سروکوال برای بعد اطمینان، نشان می‌دهد که شکاف انتظارات بازدیدکنندگان در بعد اطمینان پارک جنگلی چغاسبز نیز وجود دارد.

جدول شماره (۲): آزمون دو جمله‌ای بعد اطمینان

سطح معناداری	آزمون	نتیجه	تعداد	دسته		
۰۰۰.	۵۰.	۹۷.	۱۶۳	≤ 3	گروه ۱	بعد قابلیت اطمینان
		۰۳.	۵	> 3	گروه ۲	
		۱۰۰.	۱۶۸		جمع کل	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

بعد تضمین

در خصوص دیدگاه پاسخگویان نسبت به عوامل بعد تضمین (در دسترس بودن پرسنل، بررسی‌های مفید پرسنل و علاقه‌مند و کوشا بودن پرسنل) می‌توان گفت که بیشترین درصد (۷۵/۱) در گویه مخالف، به سؤال پیگیری پرسنل و کمترین درصد (۵۰/۶) به سؤال دسترسی به پرسنل و در گویه موافق نیز، بیشترین درصد (۷/۱) به سؤال پیگیری پرسنل و کمترین درصد (۱/۲) به سؤال علاقه پرسنل برای کمک، مربوط می‌شود. جدول شماره (۳) نتایج آزمون شکاف سروکوال را برای بعد تضمین، نشان می‌دهد که بر این اساس، می‌توان گفت که شکاف در بعد تضمین، زیاد است.

جدول شماره (۳): آزمون دو جمله‌ای بعد تضمین

سطح معناداری	آزمون	نتیجه	تعداد	دسته		
۰۰۰.	۵۰.	۹۵.	۱۵۹	≤ 3	گروه ۱	بعد تضمین
		۰۵.	۹	> 3	گروه ۲	
		۱۰۰.	۱۶۸		جمع کل	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

بعد پاسخگویی

بررسی دیدگاه پاسخگویان در ارتباط با عوامل بعد پاسخگویی (رفتار مؤدبانہ پرسنل، امکانات خدماتی و رفاهی پارک، وجود وسایل تفریحی برای کودکان و ظرفیت و پذیرش پارک) نشان می‌دهد که بیشترین درصد (۲۹/۸) در گویہ مخالف، به سؤال رفتار مؤدبانہ پرسنل و کمترین درصد (۱۰/۱) به سؤال ظرفیت و در گویہ موافق بیشترین درصد (۴۰/۵) به سؤال تفریح کودکان و کمترین درصد (۷/۷) به سؤال خدمات رفاهی، مربوط می‌شود. جدول شماره (۴) نتایج آزمون شکاف سرو کوال را برای بعد پاسخگویی، نشان می‌دهد؛ بر اساس آن، می‌توان گفت که شکاف در بعد پاسخگویی هم زیاد است.

جدول شماره (۴): آزمون دو جمله‌ای بعد پاسخگویی

سطح معناداری	آزمون	نتیجه	تعداد	دسته		
۰۰۰	۵۰	۰۹	۱۱۵	≤ 3	گروه ۱	بعد پاسخگویی
		۱۰	۱۷	> 3	گروه ۲	
		۱,۰۰	۱۶۸		جمع کل	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

بعد همدلی

در خصوص عوامل بعد همدلی (اطلاعات لازم مانند نقشه، قطع درختان، تمایل برای بازدید دوباره از پارک و رضایت کلی از پارک) نتایج نشان می‌دهد که در گویہ مخالف، بیشترین درصد (۴۳/۵) به سؤال اطلاعات و کمترین درصد (۱۳/۱) به سؤال تمایل به بازدید دوباره و در گویہ موافق، بیشترین درصد (۲۸) مربوط به سؤال تمایل به بازدید دوباره و کمترین درصد (۱۱/۳) به سؤال اطلاعات پارک، مربوط می‌شود. جدول شماره (۵) نتایج آزمون شکاف سرو کوال را برای بعد همدلی نشان می‌دهد؛ بر این اساس می‌توان گفت که شکاف در این بعد هم زیاد است.

جدول شماره (۵): آزمون دو جمله‌ای بعد همدلی

سطح معناداری	آزمون	نتیجه	تعداد	دسته		
۰۰۰	۵۰	۰۹	۱۱۵	≤ 3	گروه ۱	بعد همدلی
		۱۰	۱۷	> 3	گروه ۲	
		۱,۰۰	۱۶۸		جمع کل	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



جدول شماره (۶): نتایج آزمون پیرسون در بررسی رابطه بین امکانات رفاهی، امنیتی و حمل و نقل

با میزان رضایت مندی بازدیدکنندگان

نتیجه	سطح معناداری sig	مقدار آماره	فرضیه
رابطه معنادار	.۰۰۰	۰/۶۸۹	بین امکانات رفاهی و میزان رضایت مندی بازدیدکنندگان رابطه وجود دارد.
رابطه معنادار	.۰۰۰	۰/۶۵۶	بین امکانات امنیتی و میزان رضایت مندی بازدیدکنندگان رابطه وجود دارد.
رابطه معنادار	.۰۰۰	۰/۳۸۶	میان امکانات حمل و نقل و میزان رضایت مندی رابطه ای وجود دارد.

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول شماره (۶) رابطه بین امکانات رفاهی، امنیتی و حمل و نقل با میزان رضایت مندی بازدیدکنندگان در پارک جنگلی چغاسبز را نشان می دهد. همان طور که دیده می شود، در همه موارد، رابطه آماری معناداری بین امکانات رفاهی، امنیتی و حمل و نقل با میزان رضایت مندی بازدیدکنندگان وجود دارد و این رابطه از نوع مستقیم (مثبت) می باشد.

نتیجه گیری

یافته های تحقیق نشان می دهد که پارک جنگلی چغاسبز با وجود تعداد بازدیدکنندگان مناسب و شرایط مستعد برای توسعه نتوانسته است انتظارات بازدیدکنندگان خود را برآورده نماید و در پنج بعد فیزیکی، اطمینان، تضمین، پاسخگویی و همدلی که بیان کننده شرایط تفریحی و توجه مسئولان به نیاز بازدیدکنندگان است، دارای شکاف بین انتظارات بازدیدکنندگان با خدمات ارائه شده از سوی متولیان پارک می باشد و بعد فیزیکی این شکاف، بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است. این نتیجه با یافته های رنجبر عزت آبادی و همکاران (۱۳۸۹) مطابقت دارد.

بسیاری از منافع پارک ها و سایر منابع طبیعی در بازارهای متداول، قابل داد و ستد نیستند؛ از این رو، برآورد ارزش آنها به طور ساده و مستقیم امکان پذیر نیست و نمی توان میزان تقاضا برای پارک های عمومی را از روابط بازاری، استخراج کرد. این موضوع، باعث می شود در برنامه ریزی برای ایجاد پارک ها به مشکل برخورد شود؛ زیرا در عین حال که برنامه ریزان در جهت حداکثرسازی رفاه اجتماعی، تلاش می کنند، باید قادر به تعیین سطحی باشند که در آن، منافع حاصل از ایجاد پارک ها بیشترین چربش را بر هزینه ها، داشته باشد. اداره امور بیشتر پارک ها؛ همچنین، پارک جنگلی چغاسبز، به عهده ادارات دولتی است و هزینه ورودی از بازدیدکنندگان دریافت نمی شود؛ ولی اگر اداره پارک به بخش خصوصی واگذار شود و در جهت محافظت از پارک و ارتقای کیفیت خدماتی که ارائه

می‌دهد، ورودی گرفته شود، هزینه‌ای که در جهت جلب رضایت بازدیدکنندگان، صرف می‌شود، بیشتر خواهد بود؛ همچنین، در پنج بعد سروکوال که کیفیت خدمات سنجیده می‌شود، می‌توان شاهد شکاف کمتری بود؛ زیرا با تطمیع و تشویق کارکنان پارک، می‌توان انگیزه و شور و شوق بیشتری برای انجام امور با کیفیت بالاتر، ایجاد کرد و هزینه‌ی عاید شده از قسمت ورودی پارک را صرف ایجاد تسهیلات و خدمات رفاهی در پارک نمود.

بر اساس نتایج تحقیق، میان امکانات رفاهی، حمل و نقل و امکانات امنیتی با رضایتمندی بازدیدکنندگان، رابطه‌ی معنادار مثبتی وجود دارد؛ بدین معنا که هر چه میزان امکانات رفاهی، امنیت موجود در پارک، وجود وسایل حمل و نقل در دسترس، بیشتر باشد به همان میزان، رضایت بازدیدکنندگان از پارک جنگلی چغاسبز نیز بیشتر خواهد بود. دونا فلتچیر و هاوارد فاتچر (۲۰۰۳) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که ۳۴ درصد از دامنه‌ی تغییرات رضایت بازدیدکنندگان، صرفاً برای دو دسته از مؤلفه‌ها (نگهداری و کارکنان) قابل تفسیر است که با نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر تا حدودی مغایرت دارد؛ اگرچه نگهداری از فضای سبز و محیط زیست پارک نیز می‌تواند از امکانات رفاهی در پارک جنگلی محسوب گردد؛ شاید دلیل این موضوع به اندک بودن یا حتی فقدان هر نوع پرسنل متصدی خدمات در این پارک، مربوط باشد. نورالیزاواتی محمد و نوریه عثمان (۲۰۰۸) در خصوص رابطه‌ی امکانات امنیتی با رضایتمندی بازدیدکنندگان، به نتیجه‌ای مشابه نتیجه‌ی تحقیق حاضر رسیدند که نشان می‌داد محیط ناامنی که به خوبی نگهداری نشده باشد، بر رضایت بازدیدکنندگان تأثیر منفی دارد.

با توجه به نزدیکی پارک جنگلی چغاسبز به شهر ایلام، حمل و نقل بازدیدکنندگان با وسایل نقلیه‌ی شهری صورت می‌گیرد که این امر با توجه به مناسب بودن جاده‌ها و جلوگیری از ایجاد ترافیک در روزهای پر بازدید پارک، مانند سیزده بدر، بسیار حائز اهمیت است؛ همچنین، وجود راه‌های مناسب فرعی جهت دستیابی به مکان‌های دور از جاده‌ی اصلی و کاهش ازدحام جاده را باید در نظر داشت؛ زیرا حمل و نقل ساده و راحت به پارک جنگلی، همان‌طور که در فرضیه‌ی سوم اثبات شد بر رضایت بازدیدکنندگان مؤثر است.

شایان و تقیلو (۱۳۹۱) نیز در تحقیق خود با عنوان «بررسی کیفی خدمات گردشگری و تأثیر آن در جذب گردشگر در مناطق روستایی» به این نتیجه رسیدند که امکانات و تسهیلات جاده‌ای که بخش حمل و نقل و راه‌های ارتباطی به مقصد گردشگری را در بر می‌گیرد، از ارکان مهم شکل‌گیری جریان گردشگری در مناطق روستایی، محسوب می‌شود.

پیشنهادها

با توجه به پاسخ‌های داده شده به سؤالات پرسش‌نامه و نتایج به دست آمده؛ باید در طرح‌ریزی فضاهای تفرجگاهی پارک به موارد زیر توجه شود، برخی از پیشنهادها زیر می‌تواند در افزایش



بهره‌وری پارک جنگلی چغاسبز مثمر ثمر باشد:

۱. توجه و تخصیص مکان‌های سرگرمی، فرهنگی و اجتماعی به زنان و کودکان در پارک‌های جنگلی.
۲. در نظر گرفتن شرایط گروه‌های اجتماعی مختلف با ساختار متفاوت سنی و تحصیلی آن‌ها در پارک‌ها؛ به عنوان مثال ایجاد کتابخانه و دسترسی به اینترنت در فضای پارک، می‌تواند عامل مهمی در جذب بازدیدکنندگان با مدارک تحصیلی بالاتر باشد.
۳. با توجه به زمان اوج بازدید (فصول تابستان و بهار) باید ظرفیت برد کانون‌های تفرجگاهی، بتواند این زمان‌ها را تحمل کند و در طرح‌ریزی‌ها، این موضوع مورد توجه قرار گیرد.
۴. با توجه به عوامل اصلی جذب مردم به این منطقه؛ مانند محیط زیست زیبا و پاکیزه، باید نواحی تفرجگاهی پارک به گونه‌ای طرح‌ریزی شوند که به این عوامل، آسیب وارد نشود.
۵. با توجه به عدم پراکنش یکنواخت مراجعین در فصول مختلف، امکانات کنترل، نظارت، نیاز به سرویس‌های خدماتی و بهداشتی باید از نظر کمیت به گونه‌ای برآورده شوند که نیازهای آتی بازدیدکنندگان را در این فصول خاص، تأمین کنند.
۶. طراحی مسیرهای پیاده‌روی بازدیدکنندگان با هدف حفاظت از بافت طبیعی و رونق بخشیدن به صنعت گردشگری، باید مورد توجه قرار گیرد.
۷. در این تحقیق ابعاد پنجگانه کیفیت خدمات به ترتیب از بیشترین تا کمترین اولویت به صورتی که بیشترین شکاف، مربوط به بعد اطمینان باشد، تعیین گردید. این اولویت‌بندی، می‌تواند به عنوان مبنایی برای تعیین تقدم و تأخر برنامه‌های ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده در پارک جنگلی چغاسبز، مورد نظر باشد و برنامه‌ریزان با تأکید بر ابعادی که دارای اولویت بالاتری هستند، از منابع سازمان به صورت اثربخش‌تری استفاده کنند.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

۱. پژوهشی در ارتباط با میزان تخریب خاک و پوشش گیاهی پارک جنگلی در اثر تداوم بهره‌گیری و ازدحام بازدیدکنندگان؛
۲. پژوهشی در ارتباط با کیفیت ادوات تهیه شده در شهر بازی و پارک جنگلی و میزان رضایت بازدیدکنندگان؛
۳. پژوهشی در ارتباط با تأثیر حضور، عملکرد و رفتار پرسنل بر میزان رضایت بازدیدکنندگان؛
۴. پژوهشی در ارتباط با برگزاری نمایشگاه دوره‌ای و صنایع دستی، در جهت جذب بازدیدکننده و تأثیر آن بر میزان رضایت بازدیدکنندگان.

منابع و مأخذ

الف) فارسی

- باقرزاده خواجه، حمید و فاطمه باقرزاده؛ (زمستان ۱۳۸۸)، «بررسی کیفیت خدمات مراکز آموزش عالی تبریز با استفاده از مدل سروکوال و رتبه‌بندی مراکز با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی»، علوم تربیتی، سال دوم، شماره ۸، ۳۱-۵۴.
- حیاتی، باب‌الله، مهدی احسانی و محمد قهرمان‌زاده؛ (۱۳۸۹)، «عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان پارک‌های ائل‌گلی و مشروطه شهر تبریز: کاربرد روش دو مرحله‌ای همکن»، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی (علوم صنایع کشاورزی)، شماره ۱، ج ۲۴، بهار ۱۳۸۹، ۹۱-۹۸.
- دیواندری، علی و جلیل دلخواه؛ (زمستان ۱۳۸۴)، «تدوین و طراحی مدلی برای سنجش رضایتمندی مشتریان در صنعت بانکداری و اندازه‌گیری رضایتمندی مشتریان بانک ملت بر اساس آن»، فصل‌نامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۳۷، ۱۸۵-۲۲۳.
- رفعت، بتول و بقیت‌اله موسوی؛ (بهار ۱۳۹۲)، «برآورد ارزش تفریحی پارک هشت بهشت در اصفهان با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط (CV)»، محیط‌شناسی، سال سی‌نهم، شماره ۱، ۱۵۷-۱۶۴.
- رنجبر عزت‌آبادی، محمد، محمدامین بهرامی و حبیب‌زارع احمدآبادی؛ (۱۳۸۹)، تحلیل شکاف بین ادراکات و انتظارات گیرندگان خدمت با استفاده از رویکرد سروکوال در بیمارستان افشار یزد، فصل‌نامه علمی پژوهشی دانشگاه بهداشت یزد، شماره ۲ و ۳.
- شایان، حمید، علی‌اکبر تقیلو، رضا خسروبیگی و حسن درویشی؛ (۱۳۹۱)، «بررسی سطح کیفی خدمت گردشگری و تأثیر آن در جذب گردشگر در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستای هدف گردشگری در محور شیراز - یاسوج)»، فصل‌نامه جغرافیا و آمایش سرزمین، شماره ۵۹، ۱۶۱۸۷/۵۹.
- شرکت مهندسین مشاور آمایش منطقه‌ای فلات؛ (۱۳۸۵)، «طرح شناسایی و طبقه‌بندی پارک‌های جنگلی جهت بهره‌برداری اکوتوریسم پارک جنگلی چغاسبز، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور معاونت سرمایه‌گذاری و طرح‌ها»، مرحله اول، مطالعات پایه.
- شرکت مهندسین مهتاب گستر زاگرس؛ (۱۳۸۶)، «گزارش نهایی مطالعات احداث پارک چغاسبز ایلام»، ج اول، مطالعات پایه، صحافی کردستان، چاپ زرکوب.
- کاتلر، فلیپ و گری آرمسترانگ؛ (۱۳۸۴)، «مدیریت بازاریابی»، ترجمه بهمن فروزنده، انتشارات آترویات، ۵۱۷ و ۵۱۸.
- گشتاسب میگونی، حمید، بهمن شمس و بهاره چشمه‌خاور؛ (۱۳۸۷)، «بررسی آراء و نیازهای تفریحی بازدیدکنندگان پارک جنگلی سی‌سنگان»، علوم محیطی، شماره دوم، سال ششم، ۴۳ و ۵۴.

ب) انگلیسی

- Aydin S., Ozer G., Arasil O., (۲۰۰۵)، «Customer Loyalty and the effect of switching costs as a moderator variable»، Marketing Intelligence & Planning, Vol. ۲۳, No. ۱, pp. ۱۰۳-۸۹.
- Fletcher, D, Fletcher, H, Manageable Predictors of Park Visitor Satisfaction: Maintenance and Personnel, Journal of Park and Recreation Administration Volume 21, Number 11, Spring 2003 pp. 2003, 37-21.
- Makonjio Okello, M, Yerian, S, »Tourist satisfaction in relation to attractions and implications for conservation in the protected areas of the Northern Circuit, Tanzania«, Journal of Sustainable Tourism Vol. 17, No. 5, September, 2009. 625-605.
- Mohamed, N, Othman, N, Push and Pull Factor: Determining the Visitors' Satisfactions at Urban Recreational Area, 2008.
- Doucouliagos, h, hall, j. »park visitation ,constraint ,and satisfaction: A Meta-Analysis, faculty of business and law s«, school of accounting, economics and finance, swp ,18/2010 2010.
- Johnson M., Gustafsson A., Andteassen T., Lervik L., Cha J, « The evolution and future of national customer satisfaction index models», Journal of Economic Psychology, 2000.