

تحلیل و ارزیابی چندبعدی گردشگری شهری با استفاده از مدل اهمیت-عملکرد (نمونه مطالعاتی: شهر همدان)

احد مؤمن*، حجتا... مرادی**، سجاد آذریپوند***، مهرداد مؤمنی****

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۷/۱۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۲/۹/۱۲



چکیده

تحلیل اهمیت - عملکرد، ابزار مؤثری برای ارزیابی موقعیت رقابتی سازمان، شناسایی فرصت‌های پیشرفت و نیز طراحی استراتژی‌های بازاریابی و مشخص‌کننده گزینه‌های مورد توجه مصرف‌کنندگان است. برای نخستین بار، ماریتا و جیمز تحلیل اهمیت-عملکرد را برای شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های محصول یا خدمت که سازمان می‌تواند برای حداکثر کردن رضایت مشتریان بر آن تمرکز کند، ارائه کردند. از طریق تشکیل ماتریس دویعدی که محور عمودی آن ادراک مشتریان از عملکرد کیفیت هر ویژگی و محور افقی آن اهمیت آن ویژگی در تصمیم‌گیری مشتریان را نشان می‌دهد، می‌توان پیشنهادهای مؤثری را برای مدیران در هر سطحی از مقیاس سازمان گرفته تا شهر ارائه کرد. در سیستم‌های مدیریت شهری ارتباط با مشتریان، اهمیت و عملکرد ویژگی‌های خدمت بسیار حائز اهمیت است. تحلیل اهمیت - عملکرد ابزار مؤثری برای اولویت‌بندی ویژگی‌های خدمت بر پایه نیازها و انتظارات مشتریان و همچنین شناسایی نقاط قوت و ضعف سازمان است. در این پژوهش با هدف افزایش اعتبار و کاربرد نتایج به دست آمده از تحلیل اهمیت - عملکرد، ابتدا اهمیت مکان‌های گردشگر پذیر شهر از گردشگران سؤال گردید و در ادامه ادراکشان از عملکرد ویژگی‌های ارائه شده سازمان‌های شهری در این مکان‌ها مورد پرسش قرار گرفت.

واژگان کلیدی

تحلیل اهمیت - عملکرد، ادراک مشتریان، سازمان‌های شهری

Email: ahadmomen1@gmail.com

Email: hojat.moradi@yahoo.com

Email: sazarpeivand@yahoo.com

Email: momeni.mehرداد@yahoo.com

* دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

** دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

*** دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

**** دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

مقدمه

در سازمان‌ها غالباً دو پرسش، قاب توجه است که آیا کارهای انجام گرفته درست انجام شده است، یا اینکه آیا روش اجرای آن کارها درست است کیفیت از طریق فرایند خدماتی که توسط هر سازمان به کار می‌روند، مشخص می‌شوند (اوکلند، ۱۳۸۴). تحلیل آماری صحیح، پایه و اساس برداشت درست و نتایج قابل اطمینان در هر طرح تحقیقاتی است. در بسیاری از مواقع، با استفاده از روش‌های نادرست، نتایجی دور از واقعیت و حتی متناقض از واقعیت حاصل می‌گردد. بنابراین اولین گام در تحلیل آماری، تشخیص آزمون و روش صحیح جهت تجزیه و تحلیل است.

پژوهشگران بر این موضوع تأکید داشته‌اند که از مهم‌ترین عوامل تعیین کننده رضایت مشتریان و در نتیجه وفاداری آنها، کیفیت خدمات سازمان است (Zeithaml, 2002) عدم استفاده مدیران از ابزارها و روش‌های مناسب برای درک نیازها و انتظارات مشتریان موجب هدر رفتن منابع و نیز روی‌گردانی مشتریان از سازمان خواهد شد؛ از این رو استفاده از ابزارهای مدیریت ارتباط با مشتری برای طراحی محصولات و ارائه‌ی خدمات متناسب با نیازها و خواسته‌های بخش‌های متفاوت از مشتریان تبدیل به ضرورت برای سازمان‌ها شده است یکی از ابزارهای مدیریت ارتباط با مشتریان تحلیل اهمیت- عملکرد است که با استفاده از آن ویژگی‌های خدمت بر پایه انتظارات و ادراک‌های مشتریان اولویت‌بندی می‌شوند (Pezeshki, 2009). بر پایه نتایج تحلیل اهمیت-عملکرد می‌توان در جهت تخصیص منابع سازمان برای بهبود کیفیت ویژگی‌های خدمت که در اولویت قرار دارند، تلاش کرد تا از این طریق رضایت و وفاداری مشتریان را به حداکثر رساند. (حسینی، ۱۳۹۱)

پیشینه پژوهش

در این بخش به برخی پژوهش‌های داخلی و خارجی در زمینه موضوع پرداخته می‌شود. پژوهشی برای ارزیابی عملکرد فرایند شرکت‌های پویا به کار رفته است که به وسیله مدل‌های ارزیابی فعالیت بر اساس هزینه و فعالیت بر اساس مدیریت به ارزیابی شش نوع فرایند جریان منابع، جریان هزینه، جریان اطلاعات محصول، جریان نقدینگی، جریان فعالیت در بخش ساخت و تولید شرکت‌ها پرداخته است (ونان و همکاران، ۲۰۰۶). در تحقیقی دیگر با عنوان عوامل انتخاب هتل در صنعت هتلداری هنگ‌کنگ با رویکرد تحلیل اهمیت - عملکرد به بررسی و اولویت‌بندی عوامل انتخاب هتل از نظر مسافران کاری و مسافران گردشگری پرداخته است و با توجه به اهمیت عوامل از نظر مسافران و عملکرد عوامل از نظر آنها، عوامل مذکور را به عنوان مشخصه‌ها در چهار بخش طبقه‌بندی و در مورد اولویت آنها تحلیل و بحث کرده است (رایموند، ۲۰۰۰). بهمنش و همکارانش در سال ۱۳۸۹ از این روش برای اولویت‌بندی فرآیندهای قابل بهبود سرمایه انسانی در شرکت پالایش نفت اصفهان، حسینی و همکارانش در سال ۱۳۸۸ از این روش در بازار خدمات تلفن همراه استان یزد، دلگشایی و همکارانش در سال ۱۳۸۹ از این روش برای گردشگری پزشکی استان تهران استفاده نمودند. همچنین در سال ۱۳۹۰ خلیفه و همکارانش برای ارزشیابی و تضمین کیفیت در یادگیری الکترونیکی از مدل اهمیت - عملکرد استفاده نمودند.

معرفی ماتریس تحلیل اهمیت - عملکرد: این ماتریس ابزاری آماری است که می‌توان از آن در اولویت‌بندی طرح‌های بهبود استفاده کرد. جیمز و مارتیلا در سال ۱۹۷۷ در مقاله‌هایی با عنوان "تحلیل اهمیت عملکرد" خاطر نشان ساختند که چگونه می‌توان از این ماتریس در اولویت‌بندی پروژه‌ها استفاده کرد. در این مدل از دو معیار اهمیت از نظر مشتری و عملکرد سازمان استفاده شده است. در روش ماتریس اهمیت - عملکرد اولویت با طرح‌های بهبودی خواهد بود که عملکرد سازمان در آن نواحی بسیار ضعیف است در حالی که این موارد برای مشتریان سازمان از اهمیت بسیار زیادی برخوردارند (گنگ، ۲۰۱۲، آذر، ۱۳۸۵).

داده‌های عملکرد و اهمیت به صورت دو بعد جداگانه در محور مختصات ترسیم می‌شوند به طوری که داده‌های اهمیت بر محور Y و داده‌های عملکرد بر محور X قرار می‌گیرند. سپس چهار ناحیه که در ذیل توصیف می‌گردد، بر روی ناحیه مختصاتی مشخص می‌شوند (زیگلر، ۲۰۱۲، گنگ، ۲۰۱۲، فرام، ۲۰۱۲، کیچروئن، ۲۰۰۴). شکل ۱ ماتریس اهمیت عملکرد را نشان می‌دهد.

ناحیه ۱	ناحیه ۲
تمرکز برای بهبود-اهمیت زیاد- عملکرد ضعیف	نگهداری مزایایی- رقابتی- اهمیت زیاد- عملکرد قوی
ناحیه ۴	ناحیه ۳
اتلاف منابع- اهمیت کم- عملکرد قوی	اولویت پایین- اهمیت کم- عملکرد ضعیف

اهمیت

عملکرد

شکل ۱- ماتریس تحلیل اهمیت - عملکرد و نواحی تحلیلی (کیچروئن، ۲۰۰۴)

در ناحیه ۱، اهمیت فرایند بسیار بالا، ولی عملکرد فرایند ضعیف است، بنابراین فرایندهای این بخش آسیب‌پذیرند و باید در اولویت بهبود قرار گیرند. در ناحیه ۲، اهمیت فرایند بسیار بالا و عملکرد فرایند قوی است، بنابراین فرایندهای این بخش به عنوان مزایای رقابتی، نگهداری و مورد توجه بیشتری قرار می‌گیرند. در ناحیه ۳، اهمیت فرایند کم و عملکرد فرایند ضعیف است، بنابراین فرایندهای این بخش نیازمند، هیچ گونه سرمایه‌گذاری اضافی نیست و ناحیه ۴ منطقه‌ای است که در آن اهمیت فرایند کم ولی عملکرد فرایند بسیار قوی می‌باشد، بنابراین فرایندهای این بخش موجب اسرا در سازمان هستند و باید به گونه‌ای حذف شوند یا از آنها بهره برداری مناسب انجام گیرد (ربانی مهر، ۱۳۸۸).

تعیین محل دقیق فرایندها یا داده‌ها در چهار ناحیه ماتریس تحلیل اهمیت-عملکرد فقط به میانگین اهمیت‌ها و عملکردهای فرایند از دیدگاه پرسش شونده‌گان بستگی دارد. از آنجائی که جایگاه نقاط پراکندگی در ماتریس تحلیل اهمیت -عملکرد به میانگین در نمونه‌ها وابسته است، بنابراین ممکن است به علت خطای نمونه گیری، نوعی تنوع پذیری در جایگاه نقاط پراکندگی در خوشه‌ها، ایجاد شده باشد. برای نمونه، در برخی از نقاط مرزی نزدیک به میانگین نمی‌توان به طور قطعی تعیین کرد که آن داده در کدام خوشه قرار خواهد گرفت. به همین علت برای قضاوت درست در تعیین محل نقاط پراکندگی و ایجاد ماتریس اهمیت-عملکرد اثربخش و تبدیل آن از رویکرد سنتی به توسعه یافته فاصله اطمینان-محور، منطق به کارگیری فواصل اطمینان بر اساس حجم نمونه مورد مطالعه، در راستای کاهش تنوع و بهبود تصمیم‌گیری و ایجاد نتایج اثربخش پیشنهاد می‌گردد (هونیک وو وهمکاران، ۲۰۰۹).

تفسیر یافته‌ها بر اساس ماتریس تحلیل اهمیت-عملکرد:

با توجه به نتایج میانگین عملکرد و اهمیت هر فرایند یا داده، ماتریس تحلیل اهمیت - عملکرد را تشکیل می‌دهیم. شایان ذکر است که میانگین اهمیت و عملکرد کلیه فرایندها در ماتریس، تعیین کنند مرز چهار ناحیه تحلیلی فرایندها است. با توجه به داده‌ها به تفکیک و تحلیل هر یک از نواحی چهارگانه و وضعیت فرایندها در آن می‌پردازیم:

۱- فرایندهای آسیب پذیر و اولویت دار برای بهبود (ناحیه اول): تعداد داده‌های که با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکردی ضعیف تر از میانگین عملکرد فرایندها بسیار آسیب پذیر بوده، باید در اولویت بهبود قرار گیرند، بنابراین با توجه به اختلاف بیشتر داده آماری اهمیت و عملکرد در اولویت بالاتری قرار می‌گیرند.

۲- فرایندها یا داده‌های خوب و مزایای رقابتی (ناحیه دوم): تعداد داده‌های با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکردی قویتر از میانگین عملکرد فرایندها، به عنوان فعالیت‌های خوب و مزایای رقابتی سازمان بوده، باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند. بنابراین ابتدا با توجه به معیار عملکرد قویتر و سپس معیار اهمیت بیشتر در اولویت بالاتری برای توجه سازمان قرار می‌گیرند.

۳- فرایندهای بدون اولویت برای بهبود (ناحیه سوم): تنها مدیریت فرایند گزارش دهی با اهمیت پایین تر از میانگین اهمیت و عملکردی ضعیف تر از میانگین عملکرد فرایندها در اولویت پایین قرار دارد، و نیازمند هیچ گونه سرمایه گذاری اضافی نیست. بنابراین هیچ گونه نگرانی برای بهبود آن وجود ندارد، این انتظار می‌رود که منابع کمتری از لحاظ تلاش و توجه و زمان برای تمرکز و اجرای فرایند فوق‌الذکر صرف شود.

۴- فرایندهای موجب اتلاف منابع سازمان (ناحیه چهارم): تعداد داده‌ها با اهمیت پایین تر از میانگین اهمیت و عملکردی قویتر از میانگین عملکرد فرایندها موجب اتلاف منابع بوده، باید به گونه‌ای مناسبتر از آنها بهره برداری انجام گیرد، به عبارت دیگر، تلاش‌های سازمان برای اجرای فرایندهای این ناحیه باید طی استانداردهای موجود باشد و از تخصیص هرگونه منبع اضافی اکیداً خودداری شود. (کیچروئن، ۲۰۰۴).

تحلیل اهمیت- عملکرد با یک مدل سازی ساده، خوشه بندی مناسبی ایجاد می‌کند و وضعیت فرایندها را در چهار خوشه مطالعه و تحلیل می‌کند نسبت به AHP که تنها فرایندها را اولویت بندی کرده و به مطالعه خوشه‌ای آنها نمی‌پردازد، توسعه یافته تر است (بهمنش،

۱۳۹۱). تحلیل اهمیت- عملکرد به منظور اولویت بندی فرایندها و برای بهبود، یک سیستم ارزیابی عملکرد فرایندی برای عارضه یابی فرایندهای آن و سپس اولویت بندی آنها برای بهبود اجرا می‌شود. همانطور که قبل که ذکر شد مدل اهمیت - عملکرد به دلیل سادگی و سهولت کاربرد آن از زمانی که مارتیز و جیمز در سال ۱۹۷۷ آن را به عنوان چارچوبی برای تحلیل دیدگاه‌های مشتریان نسبت به ویژگی‌های برجسته محصول یا خدمت ارائه نمودند، محبوبیت زیادی یافت (چی، ۸۵، ۲۰۰۵). از دلایل اهمیت آن، توجه همزمان به اهمیت و عملکرد محصول است. شکل ۲ راهبردهای ماتریس اهمیت عملکرد را نشان می‌دهد.

ربع دوم راهبرد حفظ	ربع اول راهبرداکانون توجه
ربع سوم راهبرداکاستن	ربع چهارم راهبرد اولویت پایین

شکل ۲: شبکه اهمیت - عملکرد (چی ۸۵، ۲۰۰۵)

یافته‌ها

داده‌های استفاده شده در این تحقیق گردشگران داخلی و خارجی ورودی به شهر همدان در یک برهه زمانی یک ماه می‌باشند. جامعه آماری تحقیق در مجموع گردشگران داخلی و خارجی ۱۳۸ نفر می‌باشد که شامل ۹۰ گردشگر داخلی و ۴۸ گردشگر خارجی است که اطلاعات آن از طریق تهیه پرسش نامه حاصل گردید. ابتدا جاذبه‌های شهر همدان را بصورت جدول زیر تقسیم بندی گردید. و با توجه به پرسشنامه تدوین گردیده، اطلاعات هر کدام از جاذبه‌ها با نرم افزار SPSS تحلیل و در ادامه در قالب مدل اهمیت - عملکرد ارائه گردید.

این جاذبه‌ها به سه دسته جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و انسان‌ساخت تقسیم شدند و هریک از این دسته‌ها در خود تعدادی از جاذبه‌های گردشگری شهر همدان را جای دادند. متأسفانه از میان تمام آثار جذب گردشگر فقط چهار اثر دارای باجه فروش بلیط می‌باشند. به همین دلیل فقط می‌توان این چهار اثر را با هم مقایسه نمود. هرچند با توجه به پرسشنامه‌ها، نمودارهای آماری نشان دادند که از میان سه جاذبه تاریخی، طبیعی و انسان‌ساخت فقط جاذبه تاریخی برای گردشگران مهم بوده‌اند. ما جاذبه‌های تاریخی را به دو دسته جاذبه‌های مذهبی و جاذبه‌های تاریخی باستانی تقسیم نمودیم. در میان جاذبه‌های دوره تاریخی مقبره استرو مردخای در بین گردشگران خارجی اولویت اول می‌باشد و بعد از آن تپه هگمتانه و آرامگاه بوعلی سینا در اولویت دوم می‌باشد، این درحالی است که در میان گردشگران داخلی سهم جاذبه‌های تاریخی (تاریخی - اسلامی) ۹/۵۲ درصد، آرامگاه بوعلی و کتیبه گنج نامه ۲۲/۱۲ درصد و ۷۷/۱۷ درصد سهم تپه هگمتانه، کتیبه گنج نامه و سنگ شیر به صورت مشترک است. برآیند این پژوهش بیانگر این نکته است که از بین آثار جذب گردشگر در شهر همدان فقط جاذبه‌های تاریخی عامل جذب گردشگر چه از حیث گردشگر داخلی و چه خارجی می‌باشد.

با توجه به آمارهای که از پرسشنامه‌ها به دست آمد از مجموع ۱۳۸ گردشگر، سهم گردشگران داخلی ۶۵/۲ درصد و ۳۴/۸ درصد سهم گردشگران خارجی می‌باشد. از لحاظ تحصیلات گردشگران بیسواد ۲/۲ درصد، گردشگردان زیر دیپلم ۴۹/۳ درصد و ۴۸/۶ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی می‌باشند که سهم گردشگران خارجی ۷۵ درصد است. در مجموع گردشگران داخلی و خارجی ۵۰/۷ درصد زن و ۴۹/۳ درصد مرد هستند. امار به دست آمده از سن گردشگران داخلی و خارجی نشان از ۴۷/۱ درصدی بالاتر از ۵۰ سال سن دارد. این در حالی است که ۳۶/۲ درصد بین ۵۰-۲۵ سال و ۱۷/۴ درصد زیر ۲۵ سال می‌باشند که تمام آنها گردشگران داخلی هستند.

از نظر منبع اطلاعاتی در مورد شهر همدان ۱۳ درصد از طریق دوستان و آشنایان و ۵۲/۲ درصد از طریق رسانه‌های جمعی ۲۱ درصد از طریق مراکز راهنمایی گردشگری و ۱۳/۸ درصد از طریق آژانس‌های مسافرتی با آثار گردشگری همدان آشنا شده بودند. نمودار انگیزه سفر نشان می‌دهد که ۷۴/۶ درصد گردشگران وجود آثار تاریخی و ۲۵/۴ درصد گردشگران قرار گرفتن همدان در مسیر سفر را دلیل سفر خود به شهر همدان ذکر نمودند. باید اشاره کرد از بین گردشگران جاذبه‌های تاریخی ۱۰/۹ درصد فقط جاذبه دوره تاریخی (که شامل تپه هگمتانه، کتیبه گنج نامه و سنگ شیر بود) را اولویت نخستین سفر خود ذکر نموده‌اند. ۵۲/۹ درصد فقط دوره تاریخی - اسلامی (که شامل تپه هگمتانه، کتیبه گنج‌نامه، سنگ شیر و مقبره استرو مردخای به‌عنوان جاذبه‌های دوره تاریخی و آرامگاه بوعلی سینا، آرامگاه باباطاهر، گنبد علویان، و برج قربان به‌عنوان جاذبه‌های دوره اسلامی) را اولویت نخستین سفر خود ذکر نموده‌اند. همچنین ۹/۴ درصد دلیل سفر خود به شهر همدان را تپه هگمتانه و آرامگاه بوعلی سینا و ۲۶/۱ درصد تپه هگمتانه، آرامگاه بوعلی سینا و مقبره استرو مردخای ذکر نموده‌اند. در واقع این درصد فقط شامل گردشگران خارجی می‌باشد. همچنین باید اشاره کرد که از بین این سه اثر مقبره استرو مردخای دلیل اصلی بیان شد. به عبارت دیگر از بین ۴۸ گردشگر خارجی ۳۶ گردشگر دلیل اصلی سفر به همدان را دیدن مقبره استرو مردخای ذکر نمودند که برابر با ۷۵ درصد کل گردشگران خارجی است.

با توجه به داده‌ها به تفکیک و تحلیل هر یک از نواحی چهارگانه و راهبرد مربوطه می‌پردازیم:

۱- فرایندهای آسیب‌پذیر و اولویت‌دار برای بهبود (ناحیه اول): تعداد داده‌های که با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکردی ضعیف‌تر از میانگین عملکرد فرایندها بسیار آسیب‌پذیر بوده، باید در اولویت بهبود قرار گیرند. بنابراین با توجه به اختلاف بیشتر داده آماری اهمیت و عملکرد در اولویت بالاتری قرار می‌گیرند. این داده‌ها شامل تپه هگمتانه، شیر سنگی، مقبره استرو مردخای، و جاذبه‌های اقتصادی می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد کانون توجه است.

۲- فرایندها یا داده‌های خوب و مزایای رقابتی (ناحیه دوم): تعداد داده‌های با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکردی قوی‌تر از میانگین عملکرد فرایندها، به عنوان فعالیت‌های خوب و مزایای رقابتی سازمان بوده، باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند. بنابراین ابتدا با توجه به معیار عملکرد قوی‌تر و سپس معیار اهمیت بیشتر در اولویت بالاتری برای توجه سازمان قرار می‌گیرند. این داده‌ها شامل آرامگاه بوعلی سینا، آرامگاه باباطاهر، گنبد علویان و گنجانامه می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد حفظ است.

۳- فرایندهای بدون اولویت برای بهبود (ناحیه سوم): تنها مدیریت فرایند گزارش‌دهی با اهمیت پایین‌تر از میانگین اهمیت و عملکردی ضعیف‌تر از میانگین عملکرد فرایندها در اولویت پایین قرار دارد و نیازمند هیچ‌گونه سرمایه‌گذاری اضافی نیست. بنابراین هیچ‌گونه نگرانی

برای بهبود آن وجود ندارد، این انتظار می‌رود که منابع کمتری از لحاظ تلاش و توجه و زمان برای تمرکز و اجرای فرایند فوق‌الذکر صرف شود. این داده‌ها شامل جاذبه‌های مذهبی، جاذبه‌های تفریحی مصنوعی می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد کاستن است. ۴- فرایندهای موجب اتلاف منابع سازمان (ناحیه چهارم): تعداد داده‌ها با اهمیت پایین‌تر از میانگین اهمیت و عملکردی قوی‌تر از میانگین عملکرد فرایندها موجب اتلاف منابع بوده، باید به گونه‌ای مناسب‌تر از آنها بهره‌برداری انجام گیرد، به عبارت دیگر، تلاش‌های سازمان برای اجرای فرایندهای ناحیه باید طی استانداردهای موجود باشد و از تخصیص هرگونه منبع اضافی اکیداً خودداری شود. این داده‌ها شامل تپه پیسا، برج قربان و جاذبه‌های فرهنگی می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد اولویت پایین است.

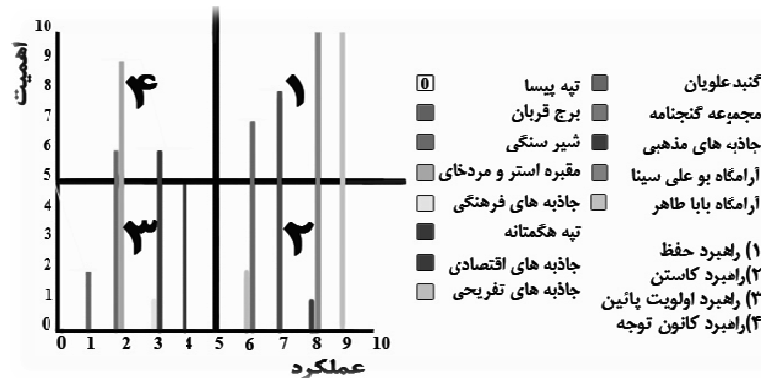
جدول ۲: تحلیل جاذبه‌های شهر همدان بر اساس تکنیک اهمیت-عملکرد

راهبرد کانون توجه	راهبرد حفظ
تپه هگمتانه- شیرسنگی مقبره استر و مردخای- جاذبه‌های اقتصادی	آرامگاه باباطاهر- آرامگاه بوعلی گنجمه- گنبد علویان
راهبرد اولویت پایین	راهبرد کاستن
برج قربان- تپه پیسا- جاذبه‌های فرهنگی	جاذبه‌های مذهبی- جاذبه‌های تفریحی و مصنوعی

جدول ۳: تحلیل جاذبه‌های شهر همدان بر اساس نظر گردشگران

لازمه توجه	کسب درآمد در جهت توسعه گردشگری	عملکرد (توجه نهادهای زیربنا)	اهمیت از دید گردشگر	جاذبه‌های گردشگری	
۳	۲	۸	۱	جاذبه‌های مذهبی	۱
۵	۳	۶	۲	جاذبه‌های تفریحی مصنوعی	۲
۲	۲	۳	۱	جاذبه‌های فرهنگی	۳
۷	۶	۴	۵	جاذبه‌های تجاری اقتصادی	۴
۳	۰	۰	۰	تپه پیسا	۵
۸	۷	۳	۶	تپه هگمتانه	۶
۹	۷	۷	۸	مجموعه گنجمه	۷
۶	۳	۲	۶	مجسمه سنگ شیر	۸
۹	۸	۲	۹	مقبره استر مردخای	۹
۱۰	۹	۸	۱۰	آرامگاه بوعلی سینا	۱۰
۱۰	۹	۹	۱۰	آرامگاه باباطاهر	۱۱
۷	۵	۶	۷	گنبد علویان	۱۲
۴	۲	۱	۲	برج قربان	۱۳

نمودار ۱: تحلیل جاذبه‌های شهر همدان بر اساس ماتریس اهمیت - عملکرد



نتیجه گیری

محاسبه اهمیت ویژگی‌ها از مهم‌ترین مراحل تحلیل اهمیت - عملکرد به شمار می‌آید که توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده و آنها را تشویق به استفاده از روش‌ها و رویکردهای متفاوتی در این زمینه کرده است. روش‌های برآورد و شناسایی اهمیت ویژگی‌ها را می‌توان در دو دسته کلی جای داد. دسته اول، روش‌های به اصطلاح صریح یا مستقیم هستند که در آنها به صورت مستقیم از مشتریان خواسته می‌شود، ویژگی‌ها را از دیدگاه خود اهمیت‌دهی کنند. دسته دوم، روش‌های ضمنی هستند که در آنها اهمیت هر ویژگی را به صورت غیرمستقیم و از طریق شناسایی تأثیر عملکرد آن ویژگی بر میزان رضایت کلی یا قصد خرید مشتری با استفاده از روش‌های آماری و داده کاوی محاسبه می‌کنند. برخی از پژوهشگران به این نکته اشاره کرده اند که استفاده از نظرات مستقیم مشتریان در محاسبه اهمیت ویژگی‌ها، قابلیت پیش بینی و اعتبار تحلیل اهمیت-عملکرد را کاهش خواهد داد. از سوی دیگر روش‌های آماری مرسوم مانند رگرسیون و معادلات ساختاری دارای محدودیت‌ها و پیش‌فرض‌هایی مانند نرمال بودن داده‌ها، وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل و وابسته و عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل هستند و از آنجا که در پژوهش‌های مرتبط با پیش بینی نگرش و رفتار مشتریان نمی‌توان از وجود تمام این فرضیه‌ها اطمینان داشت، استفاده از این روش‌ها در محاسبه اهمیت ویژگی‌ها، نتایج معتبر و قابل اتکایی را به دنبال نخواهد داشت و مدل تحلیلی اهمیت-عملکرد می‌تواند به عنوان جایگزین مناسب برای این روش‌ها مورد استفاده قرار بگیرد.

فهرست مراجع

- آذر، عادل، توکلی، غلامرضا. (۱۳۸۵) توسعه مدل تعالی بنیادکیفیت اروپا: طراحی یک مدل غربالگری فازی برای انتخاب مساله‌های کلیدی در سازمان‌های صنعتی ایران، فصلنامه علوم مدیریت ۴.
- اکلند، جان. ا (۱۳۸۴) تعالی سازمانی فراگیر: دستیابی به عملکرد کلان جهانی، ترجمه محسن الوندی، تهران: رسا، ۸۵.
- بهمنش، رضا، زارع مهرجردی، یحیی، اولیاء، محمدصالح (۱۳۸۵) اولویت‌بندی فرآیندهای قابل بهبود سرمایه انسانی در شرکت پالایش نفت اصفهان بر اساس PCF با رویکرد IPAM مدیریت تولید و عملیات، دوره سوم، پیاپی (۴) شماره (۴)، بهار و تابستان.
- حسینی، سیدیعقوب، بحرینی زاده، منیژه، ضیائی بیده، علیرضا (۱۳۹۱). تحلیل اهمیت-عملکرد ویژگی‌های خدمات بر پایه بخش بندی مشتریان با رویکرد داده‌کاوی: پژوهشی در بازار خدمات تلفن همراه در استان یزد، فصلنامه علوم مدیریت، دوره ۴، شماره ۱۳، زمستان ۱۳۹۱
- ربانی مهر، مهرداد (۱۳۸۸) اولویت‌بندی و تحلی توانمندسازهای مدل EFQM با استفاده از رویکرد QFD، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.
- Chi, G. (2005). A study of developing destination loyalty model, Doctoral Dissertation, Okhahama state university, 85
- Geng, Xiuli, & Chu, Xuening. (2012). "A new importance-performance analysis approach for customer satisfaction evaluation supporting PSS design". Expert Systems with Applications, 39, 1492-1502.
- Hsin-Hung Wua, Jiunn-I Shieh. (2009). "The development of a confidence interval-based importance-performance analysis by considering variability in analyzing service quality". Expert systems with applications, 36 (3), 7040-7044.
- Kitcharoen, K. (2004). "The importance performance analysis of service quality in administrative departments of private universities in Thailand". ABAC Journal, 24(3), 20-46.
- Pezeshki V., Mousavi A. (2009), Grant S. Importance-performance analysis of service attributes and its impact on decision making in the mobile telecommunication industry. Measuring Business Excellence 2009; 13(1): 82 – 92.