

مجله آمایش جغرافیایی فضا،
فصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه گلستان
سال نهم / شماره مسلسل سی و سوم / پاییز ۱۳۹۸ / صفحات: ۱۳۰-۱۱۵

سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری با استفاده از مدل کانو-سروکوال، مطالعه موردی: روستاهای دهستان سپیددشت، شهرستان خرم آباد، استان لرستان

سیروس قنبری^۱، احداله فتاحی^{۲*}، خدیجه نصیری^۳

^۱ دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.
^۲ دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
^۳ کارشناس ارشد، اقلیم‌شناسی، مخاطرات آب و هوایی، دانشگاه تربیت مدرس
تاریخ دریافت: ۹۵/۱۲/۱۲؛ تاریخ پذیرش: ۹۶/۷/۳۰

چکیده

در دنیای امروز گردشگری روستایی به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم اقتصادی و راهکاری برای نجات روستا از فقر و مهاجرت در کنار سایر گونه‌های گردشگری مورد توجه صاحب نظران گردشگری قرار گرفته است. در این راستا خدمات ارائه شده به گردشگران (خدمات اقامتی، رفاهی و...) و کیفیت آن بسیار برجسته است و نظر گردشگران میزان کیفیت خدمات ارائه شده را تعیین می‌نماید. بخش پایی در شهرستان خرم آباد به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی و برخورداری از طبیعت زیبا، آبشارهای متعدد، جنگل‌های بلوط و کوههای برف‌گیر و چشمه‌های پرآب یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری روستایی استان لرستان به شمار می‌رود. هدف از انجام این پژوهش، ارزیابی میزان شکاف کیفیت خدمات ارائه شده در روستاهای مورد مطالعه با استفاده از تفاوت بین ادراکات و انتظارات گردشگران از خدمات و همچنین اولویت‌بندی و تقسیم‌بندی آنها بر اساس عناصر اساسی، عناصر انگیزشی و عناصر عملکردی است. بدین منظور نظرات ۱۷۰ نفر از گردشگرانی که روستاهای بخش پایی را برای گردشگری انتخاب نموده‌اند به‌صورت مقطعی و به روش در دسترس انتخاب شد و پرسشنامه میان آنها توزیع و تکمیل گردید. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که از دید جامعه نمونه میان عناصر و عوامل طبیعی شکافی میان انتظارات و ادراکات گردشگران وجود ندارد، اما در سایر عوامل زیرساختی و زیر بنایی همانند تأسیسات اقامتی، دسترسی به خدمات بهداشتی و درمانی، امنیت جاده‌ها و... این شکاف قابل مشاهده است؛ همچنین نتایج حاصل از آزمون کانو نشان می‌دهد که امنیت در مقصد با ضریب رضایت ۰/۴۹۴ مهم‌ترین الزام اساسی، تجربه سبک زندگی جدید و متفاوت از زندگی شهرنشینی با ضریب رضایت ۰/۸۰۰ مهم‌ترین الزام عملکردی و چشم انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم اندازها، پوشش گیاهی و جانوری) با ضریب رضایت ۰/۸۲۱ مهم‌ترین الزام انگیزشی است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، کیفیت خدمات، رضایتمندی گردشگران، بخش پایی، مدل کانو-سروکوال

مقدمه

است (شمس‌الدینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۶).
زیرساخت‌های گردشگری عواملی هستند که به قصد ارائه خدمات و انتفاع توسعه خدمات به گردشگران و مسافران تهیته می‌شوند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۱) ولی دستیابی به مزیت نسبی در این بخش نیازمند ایجاد زیرساخت‌های مناسب، تأمین نیازمندی‌های گردشگران و ایجاد تسهیلات مطلوب

امروزه صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از مهمترین و متنوع‌ترین صنایع درآمدزا در دنیا مطرح است و با نرخ رشدی شتابان نچمنبع درآمد قابل ملاحظه‌ای برای بسیار از مناطق شهری و روستایی

*نویسنده مسئول: fatahi.ahad@gmail.com

مبانی نظری

جهان امروز به‌طور فزاینده به سوی شهرنشینی هر چه بیشتر پیش می‌رود و یکی از پیامدهای آشکار این پدیده افزایش عدم تعادل در سطوح توسعه مناطق روستایی و شهری است^۱ (کاستاوچالپ، ۲۰۰۵: ۲۵۷). در این شرایط، رکود کشاورزی به عنوان بخش غالب در اقتصاد روستایی، همراه با رشد بیکاری، مهاجرت‌های مداوم روستا-شهری، سالخورده‌گی جمعیت، پیامدهای نامطلوب تغییرات اقلیمی، گرایش دولت‌ها به سیاست بازار آزاد و کاهش حمایت از بخش کشاورزی از جمله نمودهای بارز مشکلات توسعه روستایی در بسیاری از نواحی شناخته می‌شوند^۲ (پارکویون، ۲۰۰۹: ۹ و شارپلی، ۲۰۰۲: ۲۳۳) بنابراین در مقیاس جهانی، به‌ویژه در کشورهای توسعه یافته‌تر، از اوایل دهه ۱۹۹۰ رشد فزاینده اشکال متنوع گردشگری و گذران اوقات فراغت در نواحی روستایی به‌عنوان یکی از فرصت‌های نوین برای غلبه بر مشکلات توسعه روستایی، به‌ویژه در بُعد اقتصادی، مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت^۳ (لن، ۲۰۰۲ و برام ول، ۲۰۰۴؛ باتلر و کلارک، ۱۹۹۸؛ جنکینز، ۱۹۹۳؛ گتز، ۱۹۹۷). گردشگری روستایی شامل طیف گسترده‌ای از جاذبه‌های گردشگری و فعالیت‌هایی است که معمولاً در محیط‌های کشاورزی و یا غیر شهری اتفاق می‌افتد^۴ (لانیو و فروچوت، ۲۰۰۵) و از این منظر قابل توجه است که منافع اقتصادی زیادی را برای جوامع محلی به همراه دارد و همچنین فرصت‌های مناسبی را برای ایجاد تعامل بین جوامع محلی و گردشگران فراهم می‌کند^۵ (عارف و گیل، ۲۰۰۹ و خوند، ۲۰۱۳). با توجه به این‌که هدف گردشگران از سفر به نواحی مختلف، استفاده از اوقات فراغت و دستیابی به آرامش روحی و روانی است، کمبود و یا وجود مشکل در سطح و نحوه خدمات‌دهی به آنها باعث کم‌شدن میزان گردشگران شده و همچنین مانع پایداری گردشگری خواهد شد؛ زیرا یکی از عوامل مهم در جلب رضایت گردشگران، میزان

گردشگری است. در این میان گردشگری روستایی به عنوان راهکاری برای نجات روستا از فقر و مهاجرت یکی از انواع مهم گردشگری است. ولی با این وجود تا دهه ۱۹۸۰ کمتر مورد توجه قرار گرفته است. افرادی که به عنوان گردشگر به محیط‌های روستایی مراجعه می‌کنند در طول مسافرت و اقامت در روستا به خدمات اقامتی، رفاهی و... نیاز دارند. این خدمات ممکن است در روستای مقصد و یا در شهرها و روستاهای اطراف تأمین شوند. رضایت گردشگران تنها زمانی به دست می‌آید که فرایندهای مناسب به گونه‌ای طراحی شوند تا خدمات ارائه شده توقعات و نیازهای گردشگری را برآورده نماید. بخش پایی در شهرستان خرم‌آباد به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی و برخورداری از طبیعت زیبا، آبشارهای متعدد، جنگل‌های بلوط و کوه‌های برفگیر و چشمه‌های پرآب قابلیت گردشگری بالایی دارد و توانایی تبدیل شدن به منطقه بزرگ گردشگری و تأمین نیازهای مختلف گردشگران را دارد تا بتواند با تأمین این نیازها و ایجاد رضایت دیداری، فیزیکی، عاطفی و اجتماعی در آنها، امکان توسعه منطقه را فراهم نماید. معذک بررسی‌های مقدماتی نشان می‌دهد، این منطقه با وجود برخورداری از زمینه‌ها و گزینه‌های گردشگری زیرساخت‌ها و امکانات لازم را برای گردشگری فراهم نکرده است و این امر موجب نارضایتی گردشگران و اذیت و آزار و گله‌مندی آنها از وضعیت منطقه شده است. این وضعیت پژوهشگران را بر آن داشت که بررسی مسئله را مد نظر قرار دهند. این پژوهش با بررسی عوامل و عناصر گردشگری تأثیرگذار در رضایت و وفاداری گردشگران در منطقه گردشگری پایی، درصد فراهم آوردن زمینه‌های مناسب برای توسعه گردشگری در استان لرستان است تا با استخراج این عوامل و لحاظ آنها در سیاست‌گذاری‌های گردشگری زمینه مطلوبی برای توسعه پایدار گردشگری در استان فراهم شود. براین اساس این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این پرسش‌هاست:

- ۱- تا چه اندازه میان ادراک و انتظارات گردشگران از خدمات موجود در منطقه مورد مطالعه فاصله وجود دارد؟
- ۲- مهم‌ترین عناصر و الزامات گردشگری در منطقه مورد مطالعه کدامند؟

1. Costa & Chalip
2. Park, Yoon & Sharpley
3. Lane, Bramwell, Butler & Clarke, Jenkins, Getz
4. Lanea, Frochot
5. Aref & Gill, Khound

می‌یابد و در برگیرنده روستاهای دارای قابلیت گردشگری است که محصولات خود را با توجه به تقاضای گردشگران عرضه می‌کند (مافی و سقایی، ۱۳۸۷:۲۵). این چرخه تحت تأثیر سطح کیفی خدمات یعنی مقایسه انتظارات با ادراکات^۱ (لاولی واسپینک، ۲۰۰۳:۲)، دیدگاه‌های گردشگران و میزان رضایتمندی آنها از کارایی عناصر شکل می‌گیرد. در بخش گردشگری روستایی زمانی انتظارات سازمانی و خواسته‌های افراد برآورده خواهد شد که ارتباط منطقی بین عوامل خدماتی برقرار باشد و کارایی و عملکرد مطلوب، جذابیت‌های لازم را جهت جلب گردشگر فراهم سازد و تجربه مطلوبی در گردشگر با حضور در محیط روستایی به وجود آورد. به طوری که این نگرش زمینه‌های لازم را برای تداوم جریان گردشگری ایجاد نماید؛ بنابراین در این جا نقش سازنده مطلوبیت عملکرد خدماتی به عنوان عنصر اصلی شکل‌دهنده ساختار فضایی گردشگری در مناطق روستایی در ایجاد جاذبه مشخص می‌گردد. مطالعه رضایت مشتریان اغلب به طور نزدیکی با اندازه‌گیری کیفیت خدمات مرتبط می‌گردد. رضایت، احساس یا نگرشی است که مشتری پس از دریافت خدمت با آن مواجه می‌شود. در یکی از تعاریف رضایتمندی آمده است رضایتمندی واکنش مربوط به خشنودی مصرف‌کنندگان و قضاوتی درباره این است که آیا محصولات و خدمات و یا ویژگی‌های آنها سطح قابل قبولی از رضایت را فراهم می‌کنند یا خیر؟ (زامل ویتنر، ۲۰۰۳:۲۵). سطح رضایت به دست آمده توسط یک فرد ممکن است تصمیمات آینده او را برای بازدید مجدد یک مقصد که از آن دیدن کرده است و یا توسط دیگران پیشنهاد شده است را تحت تأثیر قرار دهد (نیادو و دیگران، ۲۰۱۱). با وجود رشد گسترده مطالعات گردشگری روستایی در دهه‌های اخیر، اما پژوهش درباره شناخت، بررسی و تحلیل کیفیت خدمات گردشگری در نواحی روستایی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همانگونه که شکل (۱) نشان می‌دهد عوامل بی‌شماری در توسعه گردشگری و افزایش تقاضا در یک مقصد گردشگری از جمله

تسهیلاتی است که در جهت گردش و بازدید در مناطق گردشگری فراهم می‌شود. براین اساس می‌توان گفت، کیفیت خدمات و زیرساخت‌های گردشگری یکی از الزامات اساسی است که روی تصمیم‌گیری فرد برای بازدید مجدد مشتریان تأثیر گذار است^۱ (تیتو و همکاران، ۲۰۱۶:۲۹۸). بنابر اظهارات بادلر کیفیت خدمات یک عنصر مهم از تجارت گردشگری است که برای ماندن ارائه‌کنندگان این خدمات در رقابت در زمان حال و آینده بایستی بهبود بخشیده شود^۲ (بادلر، ۲۰۰۴). امروزه یکی از روش‌های سنجش کارایی خدمات و تسهیلات موجود در یک ناحیه، ارزیابی نظر بهره‌برداران و استفاده‌کنندگان از این خدمات و به طور کلی سنجش رضایتمندی آنهاست^۳ (لوپز و دیگران، ۲۰۰۹). یک ارزیابی از رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری می‌تواند به دست اندرکاران گردشگری روستایی کمک کند تا به درک بهتری از ادراکات گردشگران رسیده و در نتیجه تلاش خود را برای افزایش تجارب مثبت گردشگران در مقاصد گردشگری روستایی متمرکز و افزایش دهند^۴ (راجراتنام، ۲۰۱۴:۲۰۳).

در سال‌های اخیر به دلیل انتظارات بیشتر برای کیفیت بهتر و استانداردهای بالاتر خدمات و راحت طلبی لازم است که برای جلب گردشگران به سوی روستاها، انواع جاذبه‌ها برای سرگرمی آنها مهیا شود و به گردشگران امکان داده شود تا در اقتصاد محلی روستا مشارکت کنند. در عین حال لازم است که خدمات گردشگری روستایی با سایر نیازهای روستا در تناسب باشند؛ بنابراین ارتباط و همکاری سازنده میان سازمان‌هایی که با این امر مرتبط هستند ضروری است (راسق قزلباش، ۱۳۸۸:۱۰۹). لازمه این روند شناخت و بررسی سطح کیفی خدمات گردشگری در وضعیت موجود، تعیین استراتژی‌های مناسب است که مهم‌ترین آن شناخت نیاز گردشگران و عوامل مؤثر بر رضایت آنان است. استدلال بر این است محصول گردشگری روستایی در یک "مکان" جغرافیایی تبلور

1. Titu and et al
2. Badler:2004
3. Lopez and et.al
4. Rajaratnam and et al

مناطق روستایی مؤثر است که یکی از مهم‌ترین این عوامل کیفیت خدمات است (تریپ به نقل از محرابی و

همکاران: ۱۹۹۷).

شکل ۱: عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری

بر اساس دیدگاه گردشگران داخلی و خارجی» به این نتایج دست یافت که سنجش کیفیت خدمات گردشگری می‌تواند اطلاعات سودمندی را برای بهبود کیفیت خدمات گردشگری فراهم آورد و همچنین آن نتایج می‌تواند کمک ویژه‌ای به برنامه‌ریزان و بازاریابان در مصر برای درک مفهوم کیفیت خدمات گردشگری فراهم نماید. پور محمدی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی الزامات رضایتمندی گردشگران شهری مطالعه موردی: شهر تبریز» دریافتند که هرچه میزان خدمات ارائه شده به گردشگران از کمیت و کیفیت مطلوب‌تری برخوردار باشد، احساس رضایت و تمایل گردشگران به سفر مجدد به تبریز نیز افزایش می‌یابد. همچنین ابراهیم زاده و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی الزامات رضایتمندی گردشگری شهری با استفاده از مدل کانو مطالعه موردی: گردشگران شهر بروجرد» به این نتایج دست یافتند که امنیت گردشگران با ضریب رضایتمندی ۰,۵۶، مهم‌ترین الزام اساسی، رستوران‌ها و تدارک غذا با ضریب رضایتمندی ۰,۸۰، مهم‌ترین الزام عملکردی و سیستم‌های ارتباطی (اینترنت، تلفن) با ضریب رضایتمندی ۰,۸۲، مهم‌ترین الزام انگیزشی گردشگران

می‌توان گفت در زمینه سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری مطالعات مختلفی انجام شده است اما بیشتر این مطالعات در زمینه سنجش رضایتمندی گردشگری شهری انجام شده است و تاکنون در زمینه گردشگری روستایی با استفاده از مدل ترکیبی سروکوال و کانونی پژوهشی انجام نشده است. در ذیل به پاره‌ای از مطالعات انجام گرفته در این زمینه اشاره می‌شود. نتایج مطالعات میدانی تیتو و همکاران^۱ (۲۰۱۶) با عنوان «اندازه‌گیری کیفیت خدمات در صنعت گردشگری» نشان می‌دهد که رضایت مشتری باعث به دست آوردن یک موقعیت ممتاز در بازار گردشگری می‌شود و در نتیجه منابع مالی و اقتصادی مطلوبی را نصیب دست‌اندرکاران این صنعت و جامعه می‌کند؛ بنابراین برنامه‌ریزان و مدیران بایستی روی این جنبه از گردشگری تأکید نمایند. ابابنه (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «کیفیت خدمات و تأثیر آن رضایتمندی گردشگران در سایت گردشگری پیترا در کشور اردن» نشان داد که که ارتباط معناداری میان کیفیت خدمات گردشگری و رضایتمندی گردشگران وجود دارد. ایرایی (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «کیفیت خدمات گردشگری در مصر

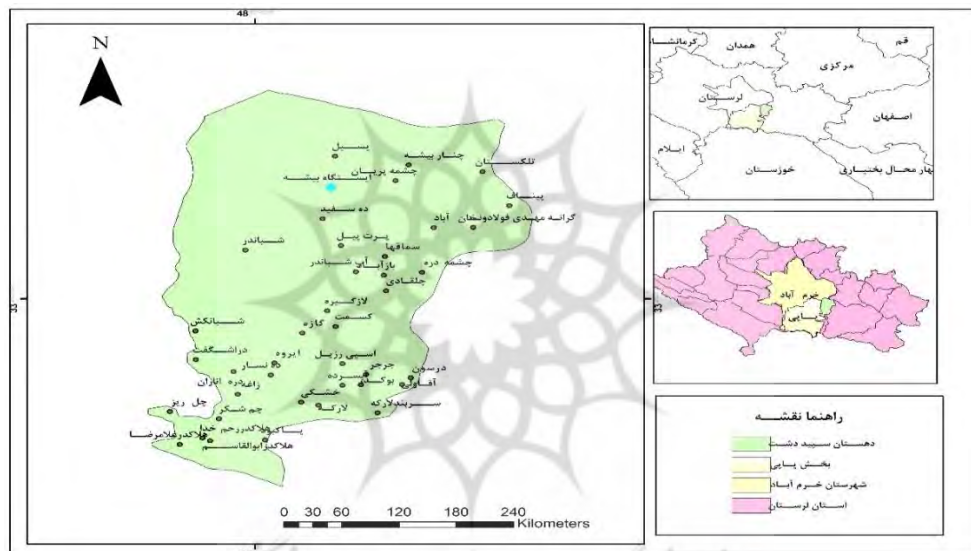
1. Titu and et al

در است. شاکری روش و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان مناطق شهری با بهره‌گیری از مدل سرکوال (مطالعه موردی: خدمات مناطق شهرداری)» دریافتند که بین سطح انتظارات گردشگران و درک آنان از نحوه عملکرد مناطق شهری مشهود شکاف وجود دارد.

منطقه مورد مطالعه

براساس آخرین تقسیمات سیاسی کشور، شهرستان خرم‌آباد از ۴ بخش به نام‌های پایپی، چغلوندی، زاغه و مرکزی تشکیل یافته است. دهستان سپیددشت با مرکزیت روستای هدف گردشگری بیشه

در جنوب شرقی شهرستان خرم‌آباد از توابع بخش پایپی است بخش پایپی در جنوب شهرستان خرم‌آباد واقع شده و از ۵ دهستان به نام‌های سپیددشت، گریت، چم‌سنگر، کشور و تنگ‌هفت تشکیل یافته است. این بخش از سمت شرق از طریق شهرستان الیگودرز، از شمال از طریق بخش‌های زاغه و مرکزی شهرستان خرم‌آباد، از غرب توسط شهرستان پلدختر، و از جنوب از طریق شهرستان‌های دزفول و اندیمشک از توابع استان خوزستان محدود گردیده است (امیری یاراحمدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲). در شکل زیر، موقعیت دهستان سپیددشت نشان داده شده است.



شکل ۲: موقعیت بخش پایپی و دهستان سپیددشت در استان لرستان

شکل ۳: تصاویر طبیعت بخش پایپی

منطقه غنای گردشگری منطقه را نشان می‌دهد که همه از طریق دو جاده اصلی خرم آباد به ایستگاههای بیشه، سپیددشت، چم‌سنگر و خرم‌آباد به نوژیان با حداکثر ۶۰ کیلومتر فاصله از مرکز استان منتهی می‌شود؛ بنابراین بخش گردشگری روستایی می‌تواند به‌عنوان اقتصاد مکمل بخش اول (کشاورزی و دامداری) توسعه یابد (خسروی وزید علی، ۱۳۹۰: ۲۵). از آنجایی که گردشگرانی که به منطقه مورد مطالعه مسافرت می‌کنند از نوع گردشگران طبیعت محور هستند گردشگران فقط از امکانات خدماتی و رفاهی روستاهای منطقه مورد مطالعه استفاده کنند. چون که اغلب گردشگرانی که به این منطقه به ویژه آبشار بیشه سفر می‌کنند برای اقامت در محلی دور از امکانات و خدمات گردشگری برنامه‌ریزی می‌کنند، تجهیزات و مواد غذایی مورد نیاز را به همراه خود می‌آورند؛ زیرا منطقه مورد مطالعه به لحاظ امکانات و تسهیلات زیرساختی از جمله تسهیلات اقامتگاهی در سطح ضعیفی است. از جمله تسهیلات زیرساختی که در منطقه وجود دارد می‌توان به موارد زیر اشاره نمود (جدول ۲).

در میان فعالیت‌های اقتصادی در روستاهای بخش پایی کشاورزی و دامداری بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. ۹۵ درصد از شاغلین در این بخش مشغول فعالیت هستند. بخش خدمات نزدیک ۴/۷ درصد فعالیت‌ها را شامل می‌گردد و تنها ۰/۳ درصد از مردم در بخش صنعت (عمدتاً در دهستان سپیددشت) مشغول فعالیت‌اند (شرکت بین‌المللی پردازش اطلاعات نقش کلیک ۱۳۸۹: ۱۶). از دیگر منابع اقتصادی بخش پایی، صنعت گردشگری است. بخش پایی به دلیل برخورداری از طبیعت زیبا، آبشارها، جنگل‌های بلوط و کوه‌های برفگیر و چشمه‌های پرآب یکی از کانون‌های عمده گردشگری روستایی در شهرستان خرم‌آباد و استان لرستان تلقی می‌گردد. به‌عنوان مثال وجود آبشارهای زیبای وارک، تاف (نوژیان)، بیشه، هفت‌چشمه (گریت)، و شوی و همچنین طبیعت سبز و زیبا و جنگل‌های بلوط این منطقه مانند دره اناران و روستاهای گازه و ایروه، و دره پسپیل بین سپیددشت، بیشه و سراب چکان، جنگل‌های بلوط و جاده زیبای چم‌سنگر و کوه‌های کوه کلا و نیز رشته کوه‌های زاگرس، و برف‌گیر بودن آنها و دیگر سراب‌ها، مراکز و گردشگاههای این

جدول ۲: وضعیت تسهیلات گردشگری در دهستان سپیددشت

دهستان سپیددشت	پاسگاه پلیس	سرویس بهداشتی	کمپ موقت تابستانه	وسایل نقلیه عمومی	نماز خانه	پست	بهداری	آنتن دهی تلفن
بخش پایی (روستای بیشه)	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد	دارد

ماخذ: مهندسین مشاور نقش، کوثر، جلد هفتم، ۱۳۹۰

روش شناسی تحقیق

زمانی شهریور به منطقه پایی سفر داشتند. تعداد ۱۸۰ نفر با توجه به موقعیت جغرافیایی به عنوان نمونه آماری انتخاب شد که از آنها ۱۷۰ نفر به پرسشنامه پاسخ دادند. پس از تعیین حجم نمونه و انتخاب آنها پرسشهای پرسشنامه استاندارد سروکوال جهت پاسخ‌دهی در اختیار آنها قرار گرفت. نحوه نمره گذاری پرسشنامه طیف لیکرت پنج مقیاسی بوده است: (۱= بسیار ضعیف ۲= ضعیف ۳= متوسط ۴= خوب و ۵= بسیار خوب). در گام بعدی پس از

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. در گام نخست برای شناسایی شاخص‌های تبیین‌کننده کیفیت خدمات گردشگری با تأکید ویژه بر مناطق روستایی از ادبیات مرتبط به مطالعات گردشگری بهره گرفته شد. براین‌اساس و همچنین براساس الگوی جانسن - وربگ ۲۶ شاخص شناسایی گردید و مبنای طراحی پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی پژوهش در مطالعات میدانی قرار گرفت جامعه آماری گردشگرانی هستند که در بازه

کارشناسان این حوزه) درباره پرسش‌های تحقیق برای مشخص کردن این‌که پرسش‌ها از نظر محتوایی و صوری تا چه میزانی معرف محتوا و هدف‌های پژوهش‌اند، انجام گرفته است سپس از آزمون آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی ابزارپژوهش استفاده شد و عدد ۰/۷۰۷ به دست آمد که نشان دهنده پایایی نسبتاً مناسب ابزار پژوهش است.

جمع‌آوری داده‌ها براساس تکنیک سروکوال شکاف میان ادراکات و انتظارات گردشگران از محصولات گردشگری مشخص و سپس به منظور اندازه‌گیری کیفیت محصولات و اولویت‌بندی خواسته‌های مشتریان از مدل کانو استفاده شده است؛ همچنین در این پژوهش برای افزایش روایی از روش و تکنیک روایی محتوایی و صوری استفاده شده است که این مرحله با قضاوت متخصصان (استادان دانشگاه و

جدول ۳: عناصر محصول گردشگری براساس الگوی جانسن وربک

محصولات گردشگری	
مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده در مقصد گردشگری	فیزوگرافی (مناظر، چشم اندازه‌ها، پوشش گیاهی و جانوری...)
امنیت در مقصد	تنوع فعالیت‌ها
احساس راحتی و آرامش در مقصد	خدمات و تسهیلات فرهنگی
دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی	سنت‌ها آداب و رسوم محلی
حفاظت پلیسی و انتظامی	تجربه سبک زندگی جدید و متفاوت از زندگی شهرنشینی
سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت)	کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاهها (خدمات سرویس اتومبیل)
هنر و صنایع دستی	غذاهای محلی
مراکز اطلاع رسانی گردشگری	رفتار دوستانه و مهمانوازی جامعه میزبان
علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها)	ارتباط و تعامل با ساکنین محلی و زندگی اصیل روستایی
پاکیزگی مقصد	تاسیسات اقامتی
امنیت در مقصد	قابلیت دسترسی مقصد
احساس راحتی و آرامش در مقصد	امنیت جاده‌ها
نشاط و شادابی	ترافیک و شلوغی

مدل سروکوال

چند شکاف بررسی می‌شود که به شرح زیر است:
 ۱- شکاف تفاوت بین ادراکات مدیریت از آنچه مشتریان انتظار دارند و انتظار واقعی مشتریان. ۲- شکاف تفاوت بین ادراکات مدیریت و مشخصات کیفیت خدمات. ۳- شکاف تفاوت بین مشخصات کیفیت خدمات و ارائه خدمت واقعی. ۴- شکاف تفاوت بین ارائه خدمت و آنچه که در خارج از سازمان مورد نظر است. ۵- شکاف تفاوت بین آنچه که مشتریان از یک خدمت انتظار دارند و آنچه را که عملاً دریافت می‌کنند^۳ (متال ولسار، ۱۹۹۸: ۱۱۵). همانگونه که

به منظور ارزیابی کیفیت خدمات، مدل سروکوال یکی از گسترده‌ترین مدل‌های کاربردی است. این مدل در اواسط سال ۱۹۸۰ توسط^۱ پاراسورامون و همکارانش توسعه یافت تا کیفیت خدمات با استفاده از فاصله بین تصورات و انتظارات مشتری درباره عملکرد کیفیت خدمات سازمان تعیین گردد (الباست سائز، فونتس و لورنز، مونتس، ۲۰۰۷: ۶۵-۴۵)^۲ مدل ارائه شده توسط پاراسورمان و همکارانش دارای ویژگی‌هایی است که برای طیف گسترده‌ای از محیط‌های خدماتی می‌تواند کاربرد داشته باشد. در فن کیفیت خدمات

3. Mittal & Lassar

1. Parasuraman
 2. Albacete-Saez, Fuentes & Iorens-Montes

مؤلفه‌های مدل سروکوال سنجیده می‌شود (عصاریان
نژاد و شیرازی رومنان، ۱۳۹۰: ۲۱۲).
انتظارات مردم- ادراکات مردم = شکاف کیفیت
خدمات

مشاهده می‌شود شکاف پنجم کیفیت خدمات را نشان
می‌دهد (شکل ۴). بنابراین برای ارزیابی کیفیت
خدمات، بایستی انتظارات و ادراکات مردم را سنجید.
معادله اولیه کیفیت خدمات که به اصطلاح شکاف
مطلوبیت نام دارد، به صورت زیر است که براساس



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

شکل ۴: مدل تحلیل شکاف خدمات (پراسورمن و زمال بری، ۱۹۸۸: ۴۰-۱۲)



شکل ۵: مدل کانو (شاهین و صالح‌زاده، به نقل از کانو و همکاران، ۱۹۸۴).

مدل کانو

کانو یکی از مشهورترین تکنیک‌های کیفی است که نیازمندی‌های مشتریان و یا به عبارت دیگر، خصوصیات کیفی محصولات را به سه دسته یعنی الزامات اساسی، الزامات انگیزشی و الزامات عملکردی تقسیم می‌کند و هر سه نوع نیازمندی را در یک نمودار دو بُعدی نشان داد (میسولیک، ۲۰۰۶: ۱). محور عمودی، میزان رضایت و یا خشنودی مشتری و محور افقی، میزان ارائه الزام کیفی مورد نظر مشتری را نشان می‌دهد. بالاترین و پایین‌ترین نقطه از محور عمودی نمودار به ترتیب بیانگر رضایت مشتریان و عدم رضایت مشتریان است محل تلاقی عمودی و افقی بیانگر جایی است که مشتری در حالت عدم تعادل از نظر رضایت و عدم رضایت قرار دارد. سمت راست محور افقی بیانگر جایی است که الزام کیفی مورد انتظار به‌طور کامل عرضه شده است و سمت چپ محور افقی، نقطه ارائه محصولی است که خصوصیات کیفی مورد انتظار را ندارد و الزام کیفی مورد نظر به هیچ عنوان در محصول یا خدمت لحاظ نشده است (شکل ۵) (طاهری کیا، ۱۳۸۹: ۶۹).

ابزار طبقه‌بندی الزامات در مدل کانو، پرسشنامه کانو است. پرسش‌های این پرسشنامه به صورت پرسش‌های دوگانه مثبت و منفی برای هر یک از ویژگی‌ها طراحی می‌گردد. پرسش اول (مثبت)، عکس العمل شخص در صورت لحاظ شدن یک ویژگی در کالا یا خدمت است. پرسش دوم (منفی)، نیز بیانگر عکس العمل شخص در صورت لحاظ نشدن همان ویژگی در کالا یا خدمت است.

نتایج و بحث

به‌منظور تعیین ویژگی‌های قوی و ضعیف کیفیت خدمات گردشگری از مدل سروکوال استفاده شد. نتایج این مدل نشان می‌دهد که از ۲۲ محصول گردشگری که در منطقه مورد مطالعه مورد ارزیابی قرار گرفت ۱۶ محصول وضعیت ضعیفی دارند و ۶ محصول وضعیت قوی دارند. برای مثال عناصری همانند سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت) با نمره

منفی ۲/۰۲۳-، قابلیت دسترسی مقصد، دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی با نمره منفی ۱/۲۳۵- مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده در مقصد گردشگری با نمره منفی ۱/۵۴۴-، علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها) با نمره منفی ۱/۱۲۱-، مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری با نمره منفی ۱/۲۶۴- بیشترین شکاف بین انتظارات و ادراکات گردشگران را دارند. بدین معنا که انتظارات و رضایتمندی گردشگران از این عناصر تأمین نشده است. در مجموع می‌توان گفت خدماتی که جزء عناصر زیرساختی هستند وضعیت نامناسبی ندارند و کمترین رضایتمندی نسبت به این محصولات در بین گردشگران وجود دارد؛ همچنین کمترین شکاف یا بیشترین رضایتمندی در میان گردشگران نسبت به عناصر انگیزشی یعنی چشم‌انداز و مناظر طبیعی، امنیت در مقصد، قابلیت دسترسی به مقصد و وجود دارد جدول (۳).

پس از این که کیفیت خدمات گردشگری با استفاده از مدل سروکوال مورد ارزیابی قرار گرفت. در دومین مرحله از پژوهش، اقدام به طبقه‌بندی عناصر و الزامات و سپس اولویت‌بندی متغیرها به تفکیک الزامات گردشگری با استفاده از مدل کانو گردید. همانگونه که جدول (۳) نشان می‌دهد. چشم‌انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم‌اندازها، پوشش گیاهی و جانوری) تنوع فعالیت‌ها (دامنه و تنوع تجربه‌ها و فرصت‌های گردشگری، احساس راحتی و آرامش در مقصد، سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت)، مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری و علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها) در گروه الزامات انگیزشی، تجربه سبک زندگی جدید و متفاوت از زندگی شهرنشینی، هنر و صنایع دستی، غذاهای محلی، مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده در مقصد گردشگری، ترافیک و شلوغی و کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاهها (خدمات سرویس اتومبیل) در گروه الزامات عملکردی و سنت‌ها آداب و رسوم محلی، رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی جامعه میزبان، ارتباط و تعامل با ساکنان محلی و زندگی اصیل روستایی، تأسیسات

اقامتی، قابلیت دسترسی مقصد، امنیت جاده‌ها، امنیت در مقصد، دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی، حفاظت پلیسی و انتظامی و پاکیزگی مقصد در گروه الزامات اساسی قرار می‌گیرند جدول (۴).

جدول ۴: شکاف انتظارات و ادراکات در مورد عوامل مؤثر در جذب گردشگری براساس مدل سروکوال

ردیف	محصولات گردشگری	ادراکات گردشگران (P)	انتظارات گردشگران (E)	شکاف ادراکات - انتظارات (Gap=P-E)	کیفیت خدمات
۱	چشم‌انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم‌اندازها، پوشش گیاهی و جانوری، ...)	۴/۳۴۱	۳/۹۸۲	۰/۳۵۹	قوی
۲	تنوع فعالیت‌ها	۳/۵۲۴	۴/۰۷۷	-۰/۵۵۳	ضعیف
۳	سنت‌ها آداب و رسوم محلی	۳/۹۱۲	۳/۱۱۸	۰/۷۹۴	قوی
۴	هنر و صنایع دستی	۲/۵۹۴	۳/۷۲۴	-۱/۱۳	ضعیف
۵	غذاهای محلی	۳/۰۷۱	۳/۰۳۵	۰/۰۳۶	ضعیف
۶	رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی جامعه میزبان	۳/۶۱۲	۳/۱۵	۰/۴۶۲	ضعیف
۷	ارتباط و تعامل با ساکنان محلی	۳/۵۲۹	۳/۴۴۵	۰/۰۸۴	ضعیف
۸	تاسیسات اقامتی	۲/۸۲۹	۴/۹۲۴	-۲/۰۹۵	ضعیف
۹	مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده	۲/۳۰۶	۳/۸۵	-۱/۵۴۴	ضعیف
۱۰	قابلیت دسترسی مقصد	۳/۵۲۳	۳/۲۴۱	۰/۲۸۲	قوی
۱۱	امنیت جاده‌ها	۳/۱۳۵	۵/۴۵۳	-۲/۳۱۸	ضعیف
۱۲	ترافیک و شلوغی	۲/۶۱۱	۳/۹۴۷	-۱/۳۳۶	ضعیف
۱۳	امنیت در مقصد	۴/۳۴۲	۲/۵۳۶	۱/۸۰۶	قوی
۱۴	احساس راحتی و آرامش در مقصد	۴/۱	۳/۷۲۴	۰/۳۷۶	قوی
۱۵	دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی	۲/۷۱۸	۴/۹۵۳	-۲/۲۳۵	ضعیف
۱۶	حفاظت پلیسی و انتظامی	۳/۴	۳/۹۲۴	-۰/۵۲۴	ضعیف
۱۷	سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت)	۲/۰۱۸	۴/۰۴۱	-۲/۰۲۳	ضعیف
۱۸	کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاهها	۱/۸۳۵	۳/۸۷۷	-۲/۰۴۲	ضعیف
۱۹	مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری	۲/۸۲۴	۴/۰۸۸	-۱/۲۶۴	ضعیف
۲۰	علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها)	۳/۰۱۲	۴/۱۴۱	-۱/۱۲۱	ضعیف
۲۱	پاکیزگی مقصد	۳/۴۳۵	۴/۰۸۲	-۰/۶۴۷	ضعیف

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵

اولویت‌بندی عناصر به تفکیک الزامات: پس از آن‌که مشخص گردید هر یک از عناصر گردشگری در کدام طبقه از الزامات گردشگری قرار می‌گیرند، به اولویت‌بندی آنها براساس ضریب رضایت به تفکیک الزامات پرداخته شده است جدول (۵).

اولویت‌بندی در گروه الزامات انگیزشی: چشم‌انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم‌اندازها، پوشش گیاهی و جانوری، ...) با ضریب رضایت ۰/۸۲۱ - احساس راحتی و آرامش در مقصد با ضریب رضایت ۰/۷۸۸

- تنوع فعالیت‌ها با ضریب رضایت ۰/۷۷۶

- سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت) با ضریب رضایت ۰/۷۶۵

- علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها) با ضریب رضایت ۰/۶۶۵

- مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری با ضریب رضایت ۰/۳۳۵

اولویت‌بندی در گروه الزامات عملکردی: تجربه سبک زندگی جدید و متفاوت از زندگی

شهرنشینی با ضریب رضایت ۰/۸۰۰

- غذاهای محلی با ضریب رضایت ۰/۷۴۷

- مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده در مقصد گردشگری با ضریب رضایت ۰/۷۴۱

- ترافیک و شلوغی با ضریب رضایت ۰/۷۱۸
- کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاه‌ها (خدمات سرویس اتومبیل) با ضریب رضایت ۰/۶۷۶
- هنر و صنایع دستی با ضریب رضایت ۰/۶۷۱
- **اولویت‌بندی در گروه الزامات اساسی**
- امنیت در مقصد با ضریب رضایت ۰/۴۹۴
- قابلیت دسترسی مقصد ضریب رضایت ۰/۴۰۰
- تاسیسات اقامتی ضریب رضایت ۰/۴۶۵
- سنت‌ها آداب و رسوم محلی ضریب رضایت ۰/۳۸۲
- حفاظت پلیسی و انتظامی رضایت ۰/۴۴۱
- دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی ضریب رضایت ۰/۴۱۲
- ارتباط و تعامل با ساکنان محلی با ضریب رضایت ۰/۴۱۸
- پاکیزگی مقصد ضریب رضایت ۰/۴۰۰
- رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی جامعه میزبان ضریب رضایت ۰/۳۵۳

جدول ۵: طبقه‌بندی عوامل الزامات رضایتمندی گردشگران

طبقه انتخابی بر اساس فراوانی	فراوانی پاسخ‌ها در هر طبقه				پرسش‌ها	ردیف
	I بی تفاوتی	A انگیزشی	O عملکردی	M اساسی		
A	-	۹۰	۴۸	۳۰	چشم‌انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم اندازها، پوشش گیاهی و جانوری...)	۱
A	۱	۹۰	۴۲	۳۷	تنوع فعالیت‌ها (دامنه و نوع تجربه‌ها و فرصت‌های گردشگری)	۲
M	-	۴۵	۲۰	۱۰۵	سنت‌ها آداب و رسوم محلی	۳
O	۳	۳۳	۹۴	۴۰	تجربه سبک زندگی جدید و متفاوت از زندگی شهرنشینی	۴
O	۸	۲۹	۸۵	۴۸	هنر و صنایع دستی	۵
O	-	۲۵	۹۰	۵۵	غذاهای محلی	۶
M	۲۵	۱۵	۴۵	۸۵	رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی جامعه میزبان	۷
M	-	۵۳	۳۵	۸۲	ارتباط و تعامل با ساکنان محلی	۸
M	۷	۳۳	۳۵	۹۵	تاسیسات اقامتی	۹
O	۳	۴۳	۸۳	۴۱	مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده	۱۰
M	۴	۲۸	۵۱	۸۷	قابلیت دسترسی مقصد	۱۱
M	۴	۲۷	۳۰	۱۱۰	امنیت جاده‌ها	۱۲
O	۳	۴۳	۷۹	۴۵	ترافیک و شلوغی	۱۳
M	۱۱	۳۴	۵۰	۷۵	امنیت در مقصد	۱۴
A	۶	۸۹	۴۵	۳۰	احساس راحتی و آرامش در مقصد	۱۵
M	۲۱	۲۷	۴۳	۷۹	دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی	۱۶
M	۵	۴۲	۳۳	۹۰	حفاظت پلیسی و انتظامی	۱۷
A	۵	۸۱	۴۹	۳۵	سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت)	۱۸
O	۹	۴۰	۹۶	۲۵	کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاه‌ها	۱۹
A	۳	۷۸	۴۷	۴۲	مراکز اطلاع رسانی گردشگری	۲۰
A	۱۹	۶۷	۴۶	۳۸	علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها)	۲۱
M	-	۳۷	۳۱	۱۰۲	پاکیزگی مقصد	۲۲

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵

جدول ۶: ضرایب رضایت و نارضایتی عناصر گردشگری

ردیف	عناصر گردشگری	ضریب رضایت	ضریب نارضایتی
۱	چشم‌انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم‌اندازها، پوشش گیاهی و جانوری)...	۰/۸۲۱	-۰/۴۶۴
۲	تنوع فعالیت‌ها	۰/۷۷۶	-۰/۴۶۵
۳	سنت‌ها آداب و رسوم محلی	۰/۳۸۲	-۰/۷۳۵
۴	تجربه سبک زندگی جدید و متفاوت از زندگی شهرنشینی	۰/۸۰۰	-۰/۷۱۲
۵	هنر و صنایع دستی	۰/۶۷۱	-۰/۷۸۲
۶	غذاهای محلی	۰/۷۴۷	-۰/۷۸۸
۷	رفتار دوستانه و مهمانوازی جامعه میزبان	۰/۳۵۳	-۰/۷۵۶
۸	ارتباط و تعامل با ساکنین محلی و زندگی اصیل روستایی	۰/۵۱۸	-۰/۶۸۸
۹	تاسیسات اقامتی	۰/۴۰۰	-۰/۷۶۵
۱۰	مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده در مقصد گردشگری	۰/۷۴۱	-۰/۷۲۹
۱۱	قابلیت دسترسی مقصد	۰/۴۶۵	-۰/۸۱۲
۱۲	امنیت جاده‌ها	۰/۳۳۳	-۰/۸۱۹
۱۳	ترافیک و شلوغی	۰/۷۱۸	-۰/۷۲۹
۱۴	امنیت در مقصد	۰/۴۹۴	-۰/۷۳۵
۱۵	احساس راحتی و آرامش در مقصد	۰/۷۸۸	-۰/۴۴۱
۱۶	دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی	۰/۴۱۲	-۰/۷۱۸
۱۷	حفاظت پلیسی و انتظامی	۰/۴۴۱	-۰/۷۲۴
۱۸	سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت)	۰/۷۶۵	-۰/۴۹۴
۱۹	کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاهها (خدمات سرویس اتومبیل)	۰/۶۷۶	-۰/۸۵۳
۲۰	مراکز اطلاع رسانی گردشگری	۰/۳۳۵	-۰/۵۲۴
۲۱	علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها)	۰/۶۶۵	-۰/۴۹۴
۲۲	پاکیزگی مقصد	۰/۴۰۰	-۰/۷۸۲

مأخذ: نویسندگان، ۱۳۹۵

نتیجه‌گیری

گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری شکاف معناداری وجود دارد. همانگونه که جدول (۴) یافته‌های مدل سروکوال نشان می‌دهد میان ادراکات گردشگران و انتظارات آنها عناصری همانند (تنوع فعالیت‌ها، هنر و صنایع دستی، غذاهای محلی، تاسیسات اقامتی، مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده، امنیت جاده‌ها، ترافیک و شلوغی، دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی، حفاظت پلیسی و انتظامی، سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت)، کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاهها، مراکز اطلاع رسانی گردشگری، علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها) و پاکیزگی مقصد) شکاف وجود دارد و کیفیت آنها ضعیف ارزیابی شده است، اما بیشترین

توسعه گردشگری جهت فقرزدایی، کاهش مهاجرت و ایجاد فرصت‌های شغلی در کنار فعالیت‌های کشاورزی و دامداری در مناطق روستایی و دور افتاده، عنصری اساسی و ضروری محسوب شد و می‌تواند راه نجاتی برای رهایی این مناطق از مسائل و مشکلات اجتماعی و اقتصادی باشد (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۲). در این راستا خدمات ارائه شده به گردشگران (خدمات اقامتی، رفاهی و...) و کیفیت آن بسیار برجسته است و نظر گردشگران میزان کیفیت خدمات ارائه شده را تعیین می‌نماید. در این پژوهش نتایج استفاده از مدل سروکوال حاکی از این است که در اکثر عناصر بین انتظارات و ادراک

وجود نمی‌آورد در حالی که نبودن آن، نارضایتی چشمگیری را به همراه خواهد داشت؛ همچنین تجربه سبک زندگی جدید و متفاوت از زندگی شهرنشینی، غذاهای محلی، مناسب بودن هزینه و کیفیت کالا و خدمات عرضه شده در مقصد گردشگری، ترافیک و شلوغی، کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاهها (خدمات سرویس اتومبیل) و هنر و صنایع دستی می‌توانند جزء الزامات عملکردی قلمداد شوند و در نهایت عواملی همانند چشم انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم اندازها، پوشش گیاهی و جانوری،...)، احساس راحتی و آرامش در مقصد، تنوع فعالیتها، سیستمهای ارتباطی (تلفن، اینترنت)، علائم راهنمایی (نقشه، بروشورها) و مراکز اطلاع رسانی گردشگری در گروه الزامات انگیزی قابل طبقه بندی است. این عوامل به دلیل غافلگیر کننده بودن، وجود آن رضایت چشمگیری برای مشتری پدید می‌آورد در حالی که نبودن آن نارضایتی خاصی را به همراه نخواهد داشت. بر اساس نتایج حاصل از مدل کانو، در فرایند برنامه ریزی برای توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه در درجه اول بایستی به الزامات اساسی توجه ویژه‌ای نمود زیرا وجود آنها برای گردشگر حتمی و غیر قابل اغماض می‌باشد و نبود و یا پایین بودن کیفیت آنها موجب نارضایتی گردشگر خواهد شد.

از آنجایی که منطقه مورد مطالعه، دارای جاذبه‌های گردشگری فراوانی برای جذب گردشگر است، اما به لحاظ زیرساخت‌های گردشگری از جمله در زمینه اقامتگاهی بسیار ضعیف است، براین اساس سازمان میراث گردشگری بایستی برای ایجاد زیرساخت‌هایی اقامتگاهی از جمله ایجاد هتل، کمپینگ‌های گردشگری اقدامات لازم را به عمل آورد؛ همچنین نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که همانند بسیاری از مناطق کشور، کمبود سرمایه از عوامل اصلی ضعف زیرساخت‌های گردشگری در منطقه مورد مطالعه به حساب می‌آید لذا سازمان میراث گردشگری و سایر ارگان‌های مربوط بایستی زمینه و سازوکار لازم را برای جذب بخش خصوصی برای مشارکت و سرمایه‌گذاری فراهم نمایند. براساس متون مورد

شکاف مشاهده شده در گروه الزامات اساسی از جمله امنیت، دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی، جاده‌ها، تاسیسات اقامتی، سیستم‌های ارتباطی (تلفن، اینترنت) و کیفیت خدمات ارائه شده در تعمیرگاهها (خدمات سرویس اتومبیل) است، که با نتایج پژوهش‌های دیگر از جمله ابراهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)، ابراهیم پور و روشندل اربطانی (۱۳۹۰)، همخوانی دارد. از طرفی همانگونه که یافته‌ها نشان می‌دهد میان ادراکات گردشگران و انتظارات آنها عناصری همانند (احساس راحتی و آرامش در مقصد، امنیت در مقصد، دسترسی مقصد، رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی جامعه میزبان و ارتباط و تعامل با ساکنان محلی) شکاف وجود ندارد و کیفیت آنها قوی ارزیابی می‌شود. در نتیجه پیشنهاد می‌شود، به ترتیب و براساس مؤلفه‌ها و شاخص‌های مطرح شده در بالا نسبت به تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی برای بالا بردن کیفیت عناصر و محصولات گردشگری در منطقه اقدام گردد، اما از طرفی از دید جامعه نمونه میان عناصر و عوامل طبیعی که منجر به جذب گردشگر در منطقه مورد مطالعه شده است هماتند چشم انداز و مناظر طبیعی (مناظر، چشم اندازها، پوشش گیاهی و جانوری،...)، سنت‌ها آداب و رسوم محلی، رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی جامعه میزبان، قابلیت دسترسی مقصد، امنیت در مقصد، احساس راحتی و آرامش در مقصد، شکافی میان ادراکات و انتظارات آنها وجود ندارد و این امر نشان‌دهنده پتانسیل بالای منطقه برای جذب گردشگر می‌باشد؛ همچنین نتایج حاصل از مدل کانو در بررسی رضایتمندی گردشگران نشان می‌دهد که ارتباط و تعامل با ساکنین محلی و زندگی اصیل روستایی، امنیت در مقصد، قابلیت دسترسی مقصد، تأسیسات اقامتی، حفاظت پلیسی و انتظامی ضریب رضایت، دسترسی به خدمات درمانگاهی و سلامتی، پاکیزگی مقصد، رفتار دوستانه و مهمان‌نوازی جامعه میزبان ضریب رضایت و سنت‌ها آداب و رسوم محلی می‌توانند جزء الزامات اساسی قرار بگیرند. بدان معنا که گردشگر انتظار این خدمت را دارد. پس وجود آن رضایت خاصی برای گردشگر به

۴. خسروی، کوروش، زیدعلی، معصومه. ۱۳۹۰. پهنه‌بندی پتانسیل‌های توریستی در مناطق شهری استان لرستان، با GIS موانع و راهکارهای توسعه گردشگری، نخستین گردشگری و توسعه پایدار.
۵. راسق قزلباش، سلیمان، ۱۳۸۸. گردشگری روستایی و لزوم توجه به آن در برنامه‌های توسعه و آبادانی روستاها، فصلنامه مسکن و محیط روستا، شماره ۱۲۹، صص ۹۸-۱۰۹.
۶. شاکری‌روش، مجتبی، تقی‌زاده، محمد و عاطفه ذاکری. ۱۳۹۱. بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان مناطق شهری با بهره‌گیری از مدل سروکوال (مطالعه موردی: خدمات مناطق شهرداری)، چهارمین کنفرانس برنامه‌های برنامه‌ریزی و مدیریت شهری.
۷. شمس‌الدینی، علی، امینی، زهران، پیروزی، الناز و مریم رضایی. ۱۳۹۴. مجله آمایش جغرافیایی فضا، فصلنامه علمی-پژوهشی گلستان، سال ششم. صص ۴۰-۲۶.
۸. شرکت بین‌المللی پردازش اطلاعات نقش کلیک. ۱۳۸۹. طرح ساماندهی کالبدی فضاهای روستایی بخش پاپی، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان لرستان.
۹. طاهری کیا. ۱۳۹۰. شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر میزان رضایت مشتریان از محصول پودر آب. ب. شرکت کندر با استفاده از مدل کانو، فصلنامه مدیریت، سال هشتم، شماره ۲۲، صص ۸۱-۶۷.
۱۰. عصاربان نژاد، حسین، شیرازی رومنان، حسن. ۱۳۹۰. ارزیابی خدمات انتظامی: ارزیابی کیفیت خدمات انتظامی پلیس +۱۰ با استفاده از مدل تحلیل سروکوال، مطالعات مدیریت انتظامی، شماره ۱۸، صص ۲۲۱-۲۰۸.
۱۱. مافی، عزت‌اله، سقایی، مهدی. ۱۳۸۷. تحلیلی بر گردشگری روستایی در پیرامون کلانشهرها، مطالعه موردی: کلانشهر مشهد، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۰، صص ۴۰-۲۱.
۱۲. موسوی، میرنجف، آفتاب، احمد، مجنونی، علی و صغری نیروند شیشوان. ۱۳۹۵. توسعه گردشگری مناطق روستایی با تأکید بر اولویت‌های سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌ها، مطالعه موردی: آذربایجان شرقی، مجله آمایش جغرافیایی فضا، فصلنامه علمی-پژوهشی گلستان، سال نهم، صص ۵۳-۴۰.
۱۳. محرابی، جواد، خلیلی شورینی، سیاوش، خلفی، احمد. ۱۳۹۱. بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در

مطالعه توجه به امنیت یکی از فاکتورهای اساسی در بالابردن کیفیت تجربه گردشگران است؛ بنابراین فراهم نمودن امنیت روانی و جانی گردشگران از جمله در جاده‌ها و مقاصد از ضروریات توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه است و در این زمینه بایستی اقدامات لازم صورت گیرد. یکی دیگر از الزامات و نیازهای زیرساختی منطقه مورد مطالعه که بایستی به آن توجه جدی شود زیرساخت‌های مخابراتی و ارتباطی است با توجه به کوهستانی بودن منطقه مورد مطالعه بایستی امکانات لازم برای بهبود سیستم‌های ارتباطی از جمله تلفن همراه فراهم شود. یکی دیگر از نکات بسیار مهمی که تاکنون مسئولان بدان توجهی نداشته‌اند این است که بیشتر گردشگرانی که منطقه مورد را به‌عنوان یکی از مقاصد گردشگری انتخاب نموده‌اند جزء گردشگران طبیعت محور هستند و برای فعالیت‌های همانند کوهنوردی، صخره نوردی، شنا و.. به این منطقه سفر می‌کنند، از آنجایی که این فعالیت‌ها با خود خطراتی را به همراه دارند بنابراین بایستی برای تأمین سلامتی گردشگران به ایجاد مراکز درمانگاهی اقدام کنند.

منابع

۱. ابراهیم‌زاده، عیسی، یاری، منیره و یاسمن یاری. ۱۳۹۲. شناسایی و اولویت‌بندی الزامات رضایتمندی گردشگری شهری با استفاده از مدل کانو مطالعه موردی: گردشگران شهر بروجرد، فصلنامه علمی-پژوهشی دانشگاه لرستان، سال سوم- شماره نهم، صص ۹۹-۱۴۹.
۲. امیری یاراحمدی، بهروز، سپهوند، نورالدین و معصومه قوامی. ۱۳۹۳. نقش آب و هوا و تنوع اقلیمی در فرایند توسعه گردشگری استان لرستان، مجموعه مقالات ارائه شده توسط کارکنان هواشناسی استان لرستان.
۳. پورمحمدی، محمدرضا، خلیلی، رضا، کرمی، مرتضی و سمیرا پورکریم. ۱۳۹۴. شناسایی و اولویت‌بندی الزامات رضایتمندی گردشگران شهری مطالعه موردی: شهر تبریز، فصلنامه فضای گردشگری، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۲۴-۲.

26. Lane, B. 2002. "Will rural tourism succeed?", In T. Hart, S. Hardy and T. Shaw (eds) *The Role of Tourism in the Urban and Regional Economy*, 34-39, London: Regional Studies Association.
27. Lanea, B. 1994. What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2): 7-21.
28. Lopez-Toro, A.A., Diaz-Munoz, R. and Perez-Moreno, S. 2010. An assessment of the quality of a tourist destination: The case of Nerja, Spain. *Total Quality Management*, 21(3): 269-289.
29. Mittal, B. and Lassar, W.M. 1998. Why do customers switch? The dynamics of satisfaction versus loyalty, *Journal of Services Marketing*, 12: 94-177
30. Naidoo, P., Ramseook, P. and Seegoolam, P. 2011. An assessment of visitor satisfaction with nature-based tourism attractions. *International Journal of Management & Marketing Research*, 4(1): 87-98.
31. Page, S.J. and Getz, D. 1997. "The business of rural tourism: international perspectives", in S.J. Page and D. Getz (eds) *The Business of Rural Tourism: International perspective*, London Thomson Business Press,
32. Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Spring, pp. 12- 40.
33. Park, D. and Yoon, Y. 2009. "Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study", *Tourism Management*, 30: 99-108.
34. Rajaratnam, S.D., Munikrishnan, U.T., Sharif, S.P. and Nair, V. 2014. Service quality and previous experience as a moderator in determining tourists' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia: A partial least squares approach, *Procardia - Social and Behavioral Sciences* 144: 203-211.
35. Sharpley, R. 2002. *Rural tourism: an introduction*, International Thomson Business Press, UK, London.
36. Titu, M.M, Raulea, A-S. and Titu, S. 2016. Measuring Service Quality in Tourism Industry, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 221: 294-301.
- جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول شماره ۹، صص ۱۰-۱.
۱۴. مهندسین مشاور نقش، کوثر. ۱۳۹۰. مطالعات ساماندهی هفت آبشار لرستان، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
15. Ababneh, M. 2013. Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4: 12.
16. Albacete-Saez, C.A., Fuentes-Fuentes, M.M. and Loren-Montes, F.J.(2007. Service quality measurement in rural accommodation. *Annals of Tourism Research*, 34(1): 45-65.
17. Eraqi, M.I. 2009. Tourism services quality (Tour Serve Qual) in Egypt, The viewpoints of external and internal customers, *Benchmarking: An International Journal* 13(4): 469-49.
18. Aref, F. and Gill, S.S. 2009. Rural tourism development through rural cooperatives. *Nature and Science*, 7(10): 68-73.
19. ASEAN Secretariat 2009. *ASEAN Tourism Structure Plan, 2010-2015*, Jakarta: A SEAN Secretariat.
20. Badler, H. 2004. *Quality Customer Care*, Wands beck, South Africa, Reach Publishers.
21. Bramwell, B. 2004. 'Sustainability and rural tourism policy in Britain', *Tourism Recreation Research*, 16(2): 49-51.
22. Costa, C.A. and Chalip, L. 2005. "Adventure Sport Tourism in Rural Revitalization-An Ethnographic Evaluation", *European Sport Management Quarterly*, 5(3): 257-279.
23. Frochot, I. 2005. A benefit segmentation of tourists in rural areas: A Scottish perspective. *Tourism Management*, 26(3): 335-346.
24. Jenkins, J. 1993. "Tourism policy in rural New South Wales: Policy and research priorities", *Geo Journal*, 29(3), 281-290.
25. Khound, J.M. 2013. Constraints and prospects of rural tourism development: An overview of tourism in Shyamgaon of Titabor of Jorhat, District (Assam). *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 1(1): 27-31.

- Tourism Faculty of Economics and Business.
39. Lawley, M.A. and Spinks, W. 2003. Conceptualizing Service Performance of Tourist Attractions, A Celebration of Ehrenberg and Bass: Marketing Discoveries Knowledge and Contribution, Conference Proceedings: pp. 2321-2327.
37. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. 2003. Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm. New York: McGraw-Hill.
38. Mikulic, J. 2006. The Kano Model – A Review of its Application in Marketing Research from 1984 to 2006, Teaching and Research Assistant, Department of

