

رضایت‌مندی بازدیدکنندگان بر اساس تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت و تجزیه و تحلیل شکاف (مطالعه موردی: منطقه حفاظت‌شده هامون)

علیرضا میکائیلی تبریزی^۱؛ سمانه سرحدی نسب^{۲*}

۱ دانشیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، دانشکده شیلات و محیط‌زیست

۲ دانش آموخته کارشناسی ارشد محیط‌زیست، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، دانشکده شیلات و محیط‌زیست

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۳/۲۵؛ تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۰۴/۰۱)

چکیده

تمایلات بازدیدکنندگان نقش مهمی در تصمیمات اتخاذ شده توسط مدیران مناطق تفریحی ایفا می‌کند. اهمیت روزافزون استفاده از فرایندهای مشارکتی در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، یک رویکرد جدید نسبت به مدیریت است. هدف هر توسعه‌ای مبتنی بر رضایت مدیریت و استفاده‌کنندگان است. به منظور بهبود روش‌های مدیریت، ثبت نظرات، ترجیحات و رضایت مردم از چنین مناطقی مهم است. پژوهش حاضر با استفاده از پرسشنامه به منظور بررسی رضایت بازدیدکنندگان از تسهیلات تفریحی منطقه حفاظت‌شده هامون با توجه به عوامل مختلف از جمله ویژگی‌های طبیعی منطقه، امکانات تفریحی، زیرساخت‌ها و اطلاعات برای بازدیدکنندگان صورت گرفت. داده‌های مربوطه با استفاده از تکنیک تجزیه و تحلیل شکاف (Gap Analysis) و چندمعیاره رضایت (MUSA) و نرم‌افزارهای Winqsb, Spss & Exell پردازش شد. نتایج به‌دست آمده در شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت بازدیدکنندگان و همچنین نقاط بحرانی که مدیریت منطقه باید روی آن متمرکز شود، اشاره داشت. در این راستا ویژگی‌های طبیعی و امکانات تفریحی اثر قابل توجهی در رضایت بازدیدکنندگان دارد. همچنین آثار باستانی با ۹۷٪ دارای بالاترین سطح رضایت و آب‌خوری با ۴۲/۱٪ دارای کم‌ترین سطح رضایت بازدیدکنندگان است.

کلید واژه‌ها: رضایت بازدیدکنندگان، تجزیه تحلیل شکاف، منطقه حفاظت‌شده هامون، تسهیلات تفریحی

سرآغاز

به دنبال تنزل محیط طبیعی ناشی از فعالیت‌های انسانی در اواخر قرن نوزدهم تلاش در جهت توسعه مناطق حفاظت‌شده رو به فزونی نهاد. این مناطق سهم بالایی در نگهداری تنوع زیستی، ژنتیکی و عناصر فرهنگی دارند (Papageorgious and Arabatzis, 1998 & Colchester, 2004). اکوتوریسم و طبیعت‌گردی از فعالیت‌هایی هستند که می‌توانند رشد دیدگاه‌های حفاظتی این قبیل نواحی را حمایت کنند (Grigoroudis & Arabatzis, 2010). امروزه در جامعه پسا صنعتی مطالبات مردم برای گذران اوقات فراغت در مناطق تفریحی منجر به گسترش مناطق حفاظتی شده است (Getzner & Jungmeier, 2002). بنابراین ارتقاء اکوسیستم موجب تشکیل یک قطب جاذبه می‌شود و توسعه اکوتوریسم و طبیعت‌گردی منجر به جذب بازدیدکننده می‌شوند (Udaya, 2003; Hovardas & Poirazidis, 2006). همچنین موجب ارتقاء فعالیت‌هایی مانند پیاده‌روی، کوهنوردی، آشنایی با محیط‌زیست طبیعی، سیمای‌های فرهنگی و نیز باستانی و مذهبی می‌شود (Karameris, 1991; Hjerpi & Kim, 2007). 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 تفریح 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، نگهداری، رشد و توسعه منابع طبیعی و ملی بهره می‌جوید و همزمان با آن از مزایای اقتصادی و آمد و شدهای مربوطه برخوردار می‌شود (میکائیلی، ۱۳۷۹). از آن‌جا که وجود تسهیلات مورد نیاز اولین گام در جذب و نگهداری 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 دلبستگی آن‌ها را نسبت به مقصد ایجاد نماید (Udaya, 2003). به عبارتی دیگر امکان بازگشت و تقاضای مجدد گردشگران

بستگی به میزان رضایت آن‌ها از مقصد دارد و تأمین رضایت آن‌ها به نوبه خود دلبستگی آن‌ها را به مقصد افزایش خواهد داد (ابراهیم‌پور و ارباطنی، ۱۳۹۰). برای این منظور گام مهم سنجش میزان رضایت بازدیدکنندگان از کیفیت امکانات تفریحی است. بنابراین ثبت نظرات، ترجیحات و رضایت مردم از چنین مناطقی به منظور بهبود روش‌های مدیریت مهم است. هدف اصلی از این مقاله این است که به بررسی سطح رضایت بازدیدکنندگان از منطقه حفاظت‌شده هامون به منظور بهبودبخشی مدیریت با توجه به درک خصوصیات طبیعی منطقه، خدمات و امکانات ارائه شده برای بازدیدکنندگان می‌پردازد. علاوه بر این نشان می‌دهد چگونه یک رویکرد تجزیه و تحلیل شکاف در زمینه مدیریت امکانات تفریحی، به منظور تجزیه و تحلیل رفتار و اولویت‌بندی و پیشرفت اقدامات مفید است.

تجزیه و تحلیل شکاف در چهارچوب اکوتوریسم

امروزه استفاده از مناطق حفاظتی و پارک‌های ملی در حال افزایش است. یکی از مؤلفه‌های مهم در مدیریت کارآمد این مناطق بستگی به ارزیابی نظرات بازدیدکنندگان و حفظ محیط‌زیست طبیعی دارد. تجزیه و تحلیل شکاف روشی است که به تازگی برای بررسی کیفیت استفاده می‌شود (Grigoroudis & Arabatzis, 2010). این روش اولین بار توسط (Parasuraman et al., 1998) توسعه داده 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 تسهیلات). هرچه این شکاف کوچکتر باشد، نشانه کیفیت تسهیلات بالاتر و در نتیجه رضایت بیشتر بازدیدکنندگان است.

مواد و روش

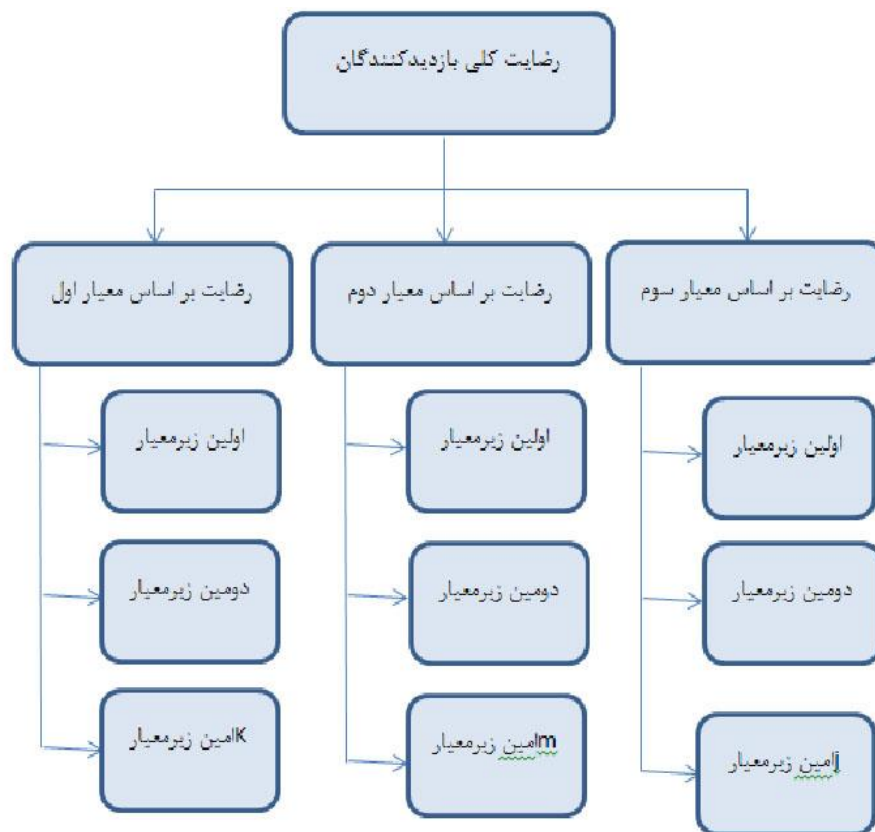
روش پژوهش

در این پژوهش از دو روش تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت و تجزیه و تحلیل کاستی‌ها/شکاف استفاده شده است.

روش تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت (MUSA)^(۱)

این روش به وسیله (Mihelis et al., 2001) به عنوان 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

تک تک بازدیدکنندگان است. اندازه‌گیری رضایت بازدیدکنندگان به عنوان یک مساله تجزیه و تحلیل چندمعیاره مورد بررسی قرار می‌گیرد. با استفاده از این روش، مساله 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 (نوری و فتاحی، ۱۳۹۰). هدف اصلی روش تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت تجمع قضاوت فردی به تابع ارزش تجمعی است (Grigoroudis & Arabatzis, 2010). شکل (۱) به عنوان ساختار کلی ابعاد رضایت بازدیدکنندگان در روش MUSA، بیانگر ادغام قضاوت‌ها و اولویت‌های بازدیدکنندگان برای تعیین رضایت کلی آنان است.



شکل(۱): ساختار کلی رضایت بازدیدکنندگان در روش MUSA

(Xi) به دست می‌آورد. باید متذکر شد این روش بر پایه مفاهیم رگرسیون ترتیبی و تکنیک‌های برنامه‌ریزی خطی توسعه یافته است (Grigoroudis & Siskos, 2002). فرض می‌شود رضایت کلی بستگی به n معیار یا متغیر دارد. این معیارها

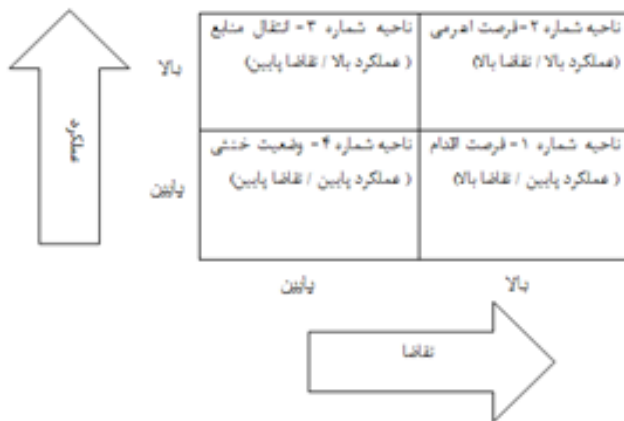
شرح مدل سازی مساله رضایت بازدیدکنندگان همراه

متغیرهای مربوطه آن

روش MUSA توابع رضایت کلی (Y^*) و رضایت جزئی (X^*) را با توجه به قضاوت‌های بیان شده توسط بازدیدکنندگان (Y و

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

ناحیه شماره ۴- وضعیت خنثی^(۴)، با عملکرد پایین و تقاضا پایین، معیارهای واقع در این ناحیه نیاز به توجه و بهبود ندارند.



شکل (۲): نمودار عملکرد (Grigoroudis & Arabatzis, 2010)

منطقه مورد مطالعه

پژوهش مورد نظر در منطقه حفاظت شده هامون در ایران صورت گرفت. این منطقه با مساحت ۲۰۱۰۶۲ هکتار، یکی از پدیده‌های طبیعی و ارزشمند از نظر بین المللی است (شکل ۳). منطقه هامون با داشتن چشم‌اندازهای متنوع طبیعی و مصنوعی از جمله کوه خواجه و دیگر آثار باستانی و فراهم نمودن امکانات تفرجگاهی همچون قایقرانی، پرندنگری، صید ماهی از ارزش توریستی قابل توجهی برخوردار است (نوری و همکاران، ۱۳۸۶). تنها برجستگی منطقه حفاظت شده هامون کوه خواجه است. این برجستگی که در میان دریاچه هامون اندکی به غرب تمایل دارد، ارتفاع آن از ۹۰۰ متر تجاوز نمی‌کند و در ۳۰ کیلومتری غرب شهرستان زابل قرار دارد. بر این کوه آثار باستانی مربوط به دوره اشکانیان و ساسانیان دیده می‌شود. (طرح جامع مدیریت منطقه هامون، ۱۳۸۳). منطقه مورد مطالعه در این تحقیق محدوده کوه خواجه است.

یافته‌ها

جمع‌آوری داده‌ها به وسیله توزیع پرسشنامه بین بازدیدکنندگان

با $X=(X_1, X_2, X_n)$ نشان داده می‌شوند. که در آن معیار خاص i به صورت یکنواخت X_i نشان داده می‌شود. همان‌طور که اشاره شد هدف روش MUSA، تجمع قضاوت فردی (X_i) به تابع ارزش تجمعی (Y^*) است. همچنین هدف اصلی از این روش رسیدن به حداکثر سازگاری بین تابع Y^* و Y است. معادله تجزیه و تحلیل رگرسیون ترتیبی به صورت فرمول (۱) می باشد:

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

(منبع: نوری و فتاحی، ۱۳۹۰)

متغیرهای معادله در جدول (۱) شرح داده شده اند:

جدول (۱): شرح متغیرهای معادله مدل MUSA

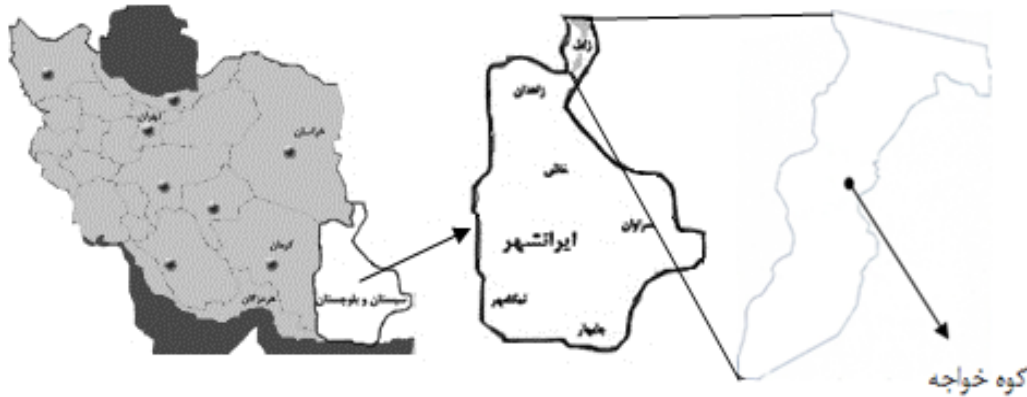
نام متغیر	شرح متغیر
Y^*	توابع رضایت کلی
X_i^*	توابع رضایت جزئی
Y	قضاوت کلی بازدیدکنندگان
X_i	قضاوت جزئی بازدیدکنندگان
\bar{Y}^*	تخمین مقدار تابع رضایت کلی Y^*
σ^+	خطای تخمین بالا
σ^-	خطای تخمین پایین
B_i	وزن معیار i ام

تجزیه و تحلیل شکاف

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:

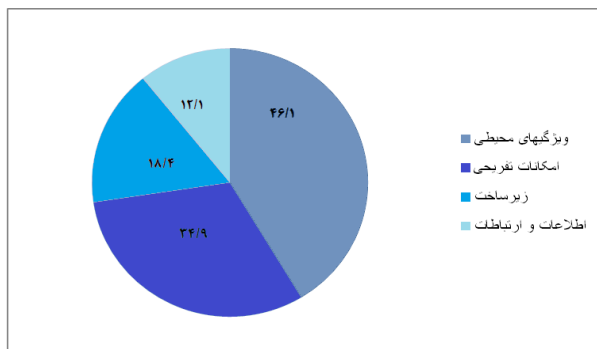
ناحیه شماره ۱- فرصت اقدام^(۱)، با عملکرد پایین و تقاضای بالا، معیارهای واقع در این ناحیه نیاز به توجه و بهبود دارند.

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



شکل (۳): موقعیت منطقه حفاظت‌شده هامون در کشور

بازدیدکنندگان برابر ۸۶/۷٪ است. شکل (۴) درصد میانگین اهمیت (وزن) ابعاد رضایت بازدیدکنندگان را نشان می‌دهد که با توجه به آن، معیار ویژگی‌های محیطی با ۴۶/۱٪ بیشترین اهمیت (وزن) را دارد. کم‌ترین اهمیت (وزن) را اطلاعات و ارتباطات با ۱۲/۱٪ دارد. شکل (۵) درصد میانگین سطوح رضایت ابعاد کلی رضایت بازدیدکنندگان را نشان می‌دهد. که با توجه به آن معیار ویژگی‌های محیطی با ۸۷/۲٪ دارای بالاترین میزان رضایت است. همچنین اطلاعات و ارتباطات با ۸۱/۲٪ کم‌ترین میزان رضایت‌مندی بازدیدکنندگان را دارد که باید مورد توجه قرار بگیرد. شکل (۶) نیز نتایج تحلیلی برای ساختار سلسله مراتبی ابعاد رضایت بازدیدکنندگان را نشان می‌دهد. در خصوص زیر معیارها با توجه به آن آثار باستانی با ۹۷٪ دارای بالاترین سطح رضایت و آب‌خوری با ۴۲/۱٪ دارای کم‌ترین سطح رضایت بازدیدکنندگان است.



شکل (۴): میانگین اهمیت (وزن) ابعاد رضایت بازدیدکنندگان (به درصد)

صورت گرفت. پرسشنامه‌ی مربوط به این پژوهش با بازدید اولیه از منطقه و مطالعه‌ی تحقیقات مشابه طرح‌ریزی گردید. سوالات پرسشنامه مشتمل بر شناخت مشخصات فردی پاسخ دهندگان، شناخت ویژگی‌های تفریحی بازدیدکنندگان و بررسی شرایط، امکانات و تسهیلات منطقه بود. تعداد پرسشنامه با ۴۹ سوال، طی دو فصل زمستان ۱۳۹۱ و بهار ۱۳۹۲ بین بازدیدکنندگان به صورت تصادفی توزیع گردید. از این تعداد ۱۸۰ پرسشنامه در تحلیل‌ها استفاده شد.

آمار توصیفی

نتایج به‌دست آمده از تحلیل‌های آماری با نرم‌افزار Spss نشان داد که ۴۶/۱ درصد بازدیدکنندگان را زنان و ۵۳/۳ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. ۷۰ درصد در فروردین‌ماه به منطقه مراجعه کرده‌اند و ۷۴/۴ درصد به‌صورت خانوادگی از منطقه بازدید کرده‌اند. اکثر افراد یعنی ۵۰/۶ درصد با انگیزه تفریح و تفرج به منطقه آمده‌اند. ۴۰ درصد بازدیدکنندگان، بازدید از محدوده آثار باستانی را ترجیح داده‌اند و اکثر بازدیدکنندگان بومی هستند.

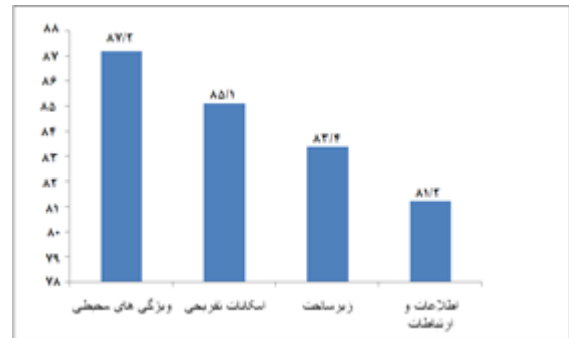
نتایج حاصل از روش MUSA

جهت بررسی رضایت‌مندی بازدیدکنندگان از کیفیت تسهیلات تفریحی از نرم افزار Winqsب استفاده شد. با توجه به نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل نرم‌افزار Winqsب می‌توان نتیجه گرفت که تسهیلات منطقه حفاظت‌شده هامون از سطح رضایت بالایی برخوردار است. میانگین سطح رضایت کلی از دید

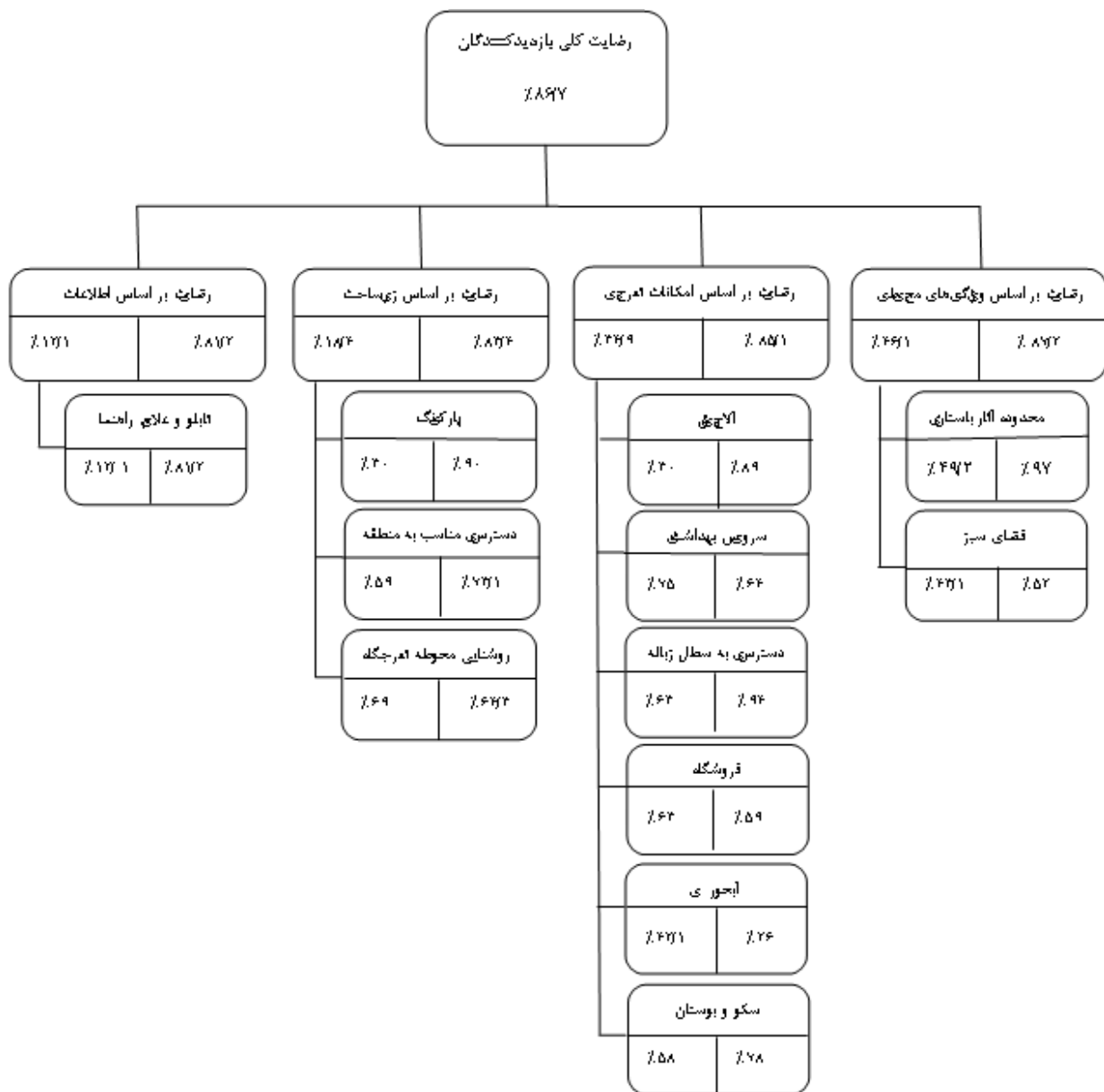
در شکل (۶) اعداد سمت راست درصد اهمیت (وزن) و اعداد سمت چپ میزان رضایت‌مندی را نشان می‌دهند.

تجزیه و تحلیل شکاف

همان‌طور که قبلاً اشاره شد، تجزیه و تحلیل شکاف بر اساس روش تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت انجام شد. در ادامه این پژوهش با ترکیب میانگین سطوح رضایت و وزن یک‌سری نمودارهای عملکرد ایجاد می‌شود که میانگین رضایت بازدیدکنندگان را نشان می‌دهد (شکل ۷).

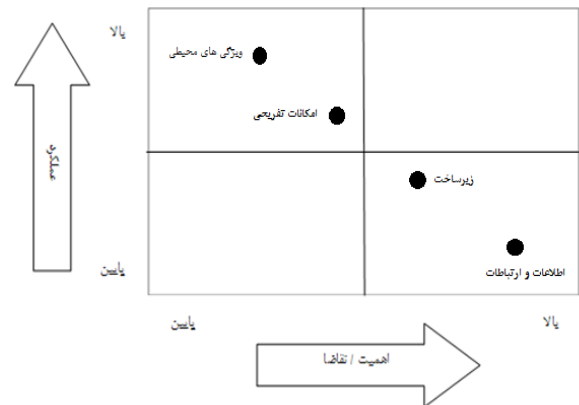


شکل (۵): میانگین سطوح رضایت ابعاد کلی رضایت بازدیدکنندگان (به درصد)



شکل (۶): نتایج تحلیلی برای ساختار سلسله مراتبی ابعاد رضایت بازدیدکنندگان

معیار دارد. از این‌رو در خصوص تسهیلات منطقه کوه خواجه از دیدگاه بازدیدکنندگان، معیارهای ویژگی‌های طبیعی و امکانات تفریحی نسبت به معیارهای دیگر مهم‌تر بوده و سهم بیشتری در رضایت‌مندی بازدیدکنندگان دارند. با توجه به نمودار عملکرد (شکل ۷)، معیارهای اصلی ویژگی‌های محیطی و امکانات تفریحی در ناحیه‌ای قرار گرفته‌اند که عملکرد بالا و اهمیت پایین است. به نظر می‌رسد بازدیدکنندگان از این دو معیار راضی‌تر هستند. زیرساخت‌ها و اطلاعات و ارتباطات در ناحیه‌ای با اهمیت بالا و عملکرد پایین قرار دارند، در نتیجه این معیارها نیاز به توجه و بهبود دارند. مدیریت منطقه باید در جهت بهبود این معیارها به منظور ارتقاء سطح کیفیت تسهیلات و جلب رضایت بازدیدکنندگان توجه بیشتری کند.



شکل (۷): نمودار عملکرد برای معیارهای اصلی

با توجه به این که معیارها سمت چپ بالا و یا سمت راست پایین قرار گرفته‌اند، یک شکاف قابل توجه به نظر می‌رسد.

بحث و نتیجه‌گیری

برای ارزیابی عملکرد مدیریت، اندازه‌گیری کیفیت خدمات از طریق بررسی رضایت بازدیدکننده، به عنوان اطلاعات قابل اعتماد در نظر گرفته می‌شود. تجزیه و تحلیل رفتار استفاده‌کننده و 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 خدمات 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 مدیریت برای درک بازدیدکننده در تعیین نیازها و انتظارات خود، به طور خاص کمک کند. بررسی آمار مراجعه‌کنندگان به منطقه هامون نشان‌دهنده استقبال بیش‌تر زنان نسبت به مردان (با اختلاف ۷/۲ درصد) است. درصد بیشتر گردشگران در این مناطق متاهل بوده و ترجیح می‌دادند بیشتر به شکل خانوادگی در این منطقه حضور یابند. بیشتر بازدیدکنندگان، بازدید از محدوده آثار باستانی را ترجیح می‌دهند و طبق (شکل ۶) رضایت بیشتری از این زیرمعیار دارند که دلیل آن می‌تواند ارتباطات فرهنگی، آموزش و آگاهی باشد. با توجه به (شکل ۵)، بیشترین اهمیت (وزن) را در بین معیارها ویژگی‌های محیطی دارد در نتیجه بیشترین تاثیر را در برآیند کلی میانگین سطح رضایت بازدیدکنندگان دارد. رضایت بازدیدکنندگان بیش‌ترین وابستگی را با اهمیت‌ترین معیار و کم‌ترین وابستگی را با کم اهمیت‌ترین

پیشنهادها

پیشنهاد می‌شود نسبت به ارتقاء وضعیت فیزیکی و بهداشتی آب‌خوری منطقه اقدامات لازم صورت پذیرد. طبق پرسشنامه هدف بیشتر مردم از سفر به منطقه هامون در مرحله اول تفریح و تفرج است، لذا توصیه می‌شود:

- نسبت به توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلاتی همچون تابلو و علائم راهنمای بازدیدکنندگان توجه بیشتری شود. به خصوص این‌که بالاترین درصد نارضایتی کمیت تسهیلات مربوط به تابلو و علائم راهنمای بازدیدکنندگان است.
 - با توجه به رده‌های تحصیلی مراجعین، نیازهای روانی گروه‌های تحصیلی در کانون توجه برنامه‌ریزان قرار بگیرد.
 - افزایش آگاهی‌های عمومی و معرفی منطقه از طریق رسانه‌های عمومی، بروشور و توزیع سی دی در منطقه.
 - احداث رستوران و افزایش کیفیت آلاچیق‌ها
 - احداث زمین بازی کودکان
 - افزایش میزان فضای سبز منطقه.
- در کل به روزرسانی مستمر امکانات تفریح و سرگرمی یکی از اهداف اصلی یک مدیریت اصولی و کارآمد است. با توجه به این که نیمه اول فروردین ماه (تعطیلات عید)، حجم بالایی از بازدیدکنندگان به منطقه مراجعه می‌کنند، سیستم مدیریت بازدیدکننده باید طوری به فکر ارتقای کیفیت تسهیلات باشد که ظرفیت روانی بازدیدکنندگان را در نظر بگیرد. با توجه به این که

خاطر نشان کرد مسئله ثبت نظرات و ترجیحات بازدیدکنندگان مسئله‌ای پویاست و باید به‌صورت دوره‌ای تکرار شود.

یادداشت‌ها

1. Multi-Criteria Satisfaction Analysis
2. Action opportunity
3. Leverage opportunity
4. Transfer resources
5. Status que

اکثر بازدیدکنندگان بومی هستند، لذا احداث کمپینگ و استراحتگاه شبانه می‌تواند باعث جذب افراد غیربومی به منطقه کوه خواجه و جلب رضایت آن‌ها شود. از آن جا که همه امکانات تفریحی که ارائه می‌شوند، رضایت‌بخش نیست، یکی از انواع اصلی تفریح و سرگرمی که دارای حداقل تاثیر منفی بر محیط است، پیاده‌گردی است، لذا پیشنهاد می‌شود مسیرهای مشخصی برای این فعالیت در نظر گرفته شود. در این راستا باید

فهرست منابع

- ابراهیم‌پور، 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.
- اداره کل محیط زیست. ۱۳۸۳. طرح جامع مدیریت منطقه هامون. اداره کل محیط زیست استان سیستان و بلوچستان.
- میکائیلی، ع. ۱۳۷۹. برنامه ریزی توریستی بر اساس اصول اکولوژیکی. پژوهش‌های جغرافیایی. شماره ۳۹، ص ۲۱-۲۸.
- نوری، الف. و فتاحی، ک. ۱۳۹۰. اندازه‌گیری رضایت مشتری در بانک توسعه صادرات ایران با استفاده از روش تجزیه و تحلیل چندمعیاره رضایت (MUSA). مدرس علوم انسانی. شماره ۲ (پیاپی ۷۲).
- نوری، غ؛ اربابی، ط. و نوری، س. ۱۳۸۶. تالاب هامون حیات سیستان، تهران، نشر سپهر، ص ۳۳.
- Colchester, M. 2004. Conservation policy and indigenous peoples. *Environmental Science and Policy*, 7 (3), 145–153.
- Grigoroudis, E. & Siskos, Y. 2002. Preference disaggregation for measuring and analyzing customer satisfaction: the MUSA method. *European Journal of Operational Research*, 143 (1), 148–170.
- Grigoroudis, E. & Arabatzis, G. 2010. Visitors' satisfaction, perceptions and gap analysis: The case of Dadia-Lefkimi-Souflion National Park. *Forest Policy and Economics*, 12 (2010) 163–172.
- Getzner, M. & Jungmeier, M. 2002. Conservation policy and the regional economy: the regional economic impact of Natura 2000 conservation sites in Austria. *Journal for Nature Conservation*, 10 (1), 25–34.
- Hovardas, T. & Poirazidis, K. 2006. Evaluation of the environmentalist dimension of ecotourism of the Dadia Forest Reserve (Greece). *Environmental Management*, 38, 810–822.
- Hjerpe, E. & Kim, Y.-S. 2007. Regional economic impacts of Grand Canyon river runners. *Journal of Environmental Management*, 85 (1), 137–149.
- Karameris, A. 1991. The social, tourist and educational dimension of national parks. *Scientific Annals of the Department of Forestry and Natural Environment*, AUTH, volLD/1, pp. 559–576 (in Greek).
- 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).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. (1998). Servqual: A Multiple- Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal of retailing*. Volume, 64. Number 1.
- Papageorgiou, A.C, Arabatzis, G. 1998. Protected natural areas and biodiversity in Greece: social and politic and developmental dimensions. *Scientific Annals of the Department of Forestry and Natural Environment*, AUTH, vol MA/1998. (Dedicated to Dr. L. Arvanitis, Emeritus Professor, 713–733. (in Greek).
- 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.