

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده جغرافیا

گروه پژوهشی جغرافیا

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری

(گرایش مطالعات منطقه‌ای)

**موضوع:**

**ارزیابی رضایت گردشگران از محصول گردشگری پارک ساحلی قروق**

**با استفاده از مدل HOLSAT**

استاد راهنما: پروفسور مریم بیاتی خطیبی

استاد مشاور: دکتر ابوالفضل قنبری

پژوهشگر: بهرام زینلی

شهریور ۱۳۹۳

## مراتب تقدیر و تشکر

در ابتدا؛ مراتب عالیقدر سپاس و تشکر را به تک تک اعضای خانواده ام تقدیر می‌کنم که در طول شش سال تحصیل دانشگاهی ام هرگز و هرگز از پیچ‌کلی‌دینغ نکرذند و بیچگاه در کسر و دار مصائب و

مشکلات بیشتر و تنایم نگذاشتند. مادر پدر، برادرها و خواهرهای مهربانم می‌خواهم بدانید که با تمام وجودم دوستتان دارم.

در مرتبه بعدی؛ سپاس و تشکر را به سرکار خانم دکتر مریم بیاتی خطیبی تقدیر می‌کنم که در طول دو سال تحصیلی در دانشگاه تبریز به مانند اسادی واقعی و تشکر مسیر مورد علاقه من بودند، اگر نمی بود هرگز نمی

توانستم راه را به درستی بشناسم.

در مرتبه بعدی؛ سپاس و تشکر را تقدیر آقای دکتر ابوالفضل قهری می‌نمایم که استادشوری پامانامه را بر عهده داشتند و به واقع حق استادشوری را به جا آورد.

در مرتبه بعدی؛ سپاس و تقدیرم را تقدیرم خانم دکتر فریبا کرمی می‌نمایم؛ تشکرم.

و در پایان؛ پامانامه حاضر را به ادبیات علمی کرد تشکر می‌کنم، امید است که شاید این تقدیر باشد.

پستی نسوان ایران جمله زبی دانشی است

مردمان برتری رتبت زدانشین است

نام خانوادگی: زینلی	نام: بهرام
عنوان پایان نامه: <b>ارزیابی رضایت گردشگران از محصول گردشگری پارک ساحلی قروق با استفاده از مدل HOLSAT</b>	
استاد راهنما: پرفسور مریم بیاتی خطیبی استاد مشاور: دکتر ابوالفضل قنبری	
مقطع تحصیلی: کارشناسی ارشد	رشته: جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری گرایش: مطالعات منطقه ای
دانشگاه: تبریز	دانشکده: جغرافیا و برنامه ریزی
تعداد صفحات: ۸۲	
واژه‌های کلیدی: <b>مدل HOLSAT، رضایت گردشگر، محصول گردشگری، پارک ساحلی قروق.</b>	
<p><b>چکیده</b></p> <p>هدف از پژوهش حاضر در مرتبه اول، تدوین یک چارچوب تئوریک برای ماهیت محصول مقاصد گردشگری در ایران است. در این مطالعه پارک ساحلی قروق (پارک ساحلی قروق با مساحتی بیش از ۲۴ هکتار در شمال غرب استان گیلان قرار دارد) به عنوان مقصد گردشگری انتخاب شده است. این پارک به دلیل برخورداری از سه اس "دریا، ماسه و آفتاب" یکی از پر بازدیدکننده ترین مقاصد گردشگری شهر هشتر در دو فصل بهار و تابستان است. در مرتبه دوم، هدف سنجش رضایت گردشگران از محصول گردشگری پارک قروق با استفاده از مدل HOLSAT است، مدلی که به ارزیابی رضایت گردشگران از طریق تجزیه و تحلیل انتظارات و عملکرد از یک مقصد گردشگری می پردازد. به منظور سنجش رضایت گردشگران از ابعاد محصول گردشگری پارک قروق، از طریق مدل HOLSAT، پرسشنامه به عنوان ابزار تحقیق وارد پژوهش شده است. سنجش روایی و پایایی پرسشنامه استوار بر روش اعتبار محتوا (نظر خواهی از اساتید و کارشناسان) و آزمون آلفای کرونباخ در نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ بوده است. در مجموع، تعداد ۳۸۴ پرسشنامه به روش نمونه گیری در دسترس بین گردشگران از ۲۰ اسفند ۱۳۹۲ تا ۲۰ فروردین ۱۳۹۳ در پارک قروق توزیع شده است. نتایج گویای آن است که محصول گردشگری پارک ساحلی قروق شامل محیط و جاذبه مقصد، دسترسی مقصد، تسهیلات مقصد، هزینه های مصرف کننده و تصویر از مقصد است. نتایج حاصل از اندازه گیری رضایت گردشگران در مدل HOLSAT نیز گویای سطوح متفاوت رضایت گردشگران از ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق است. علاوه براین، نتایج نشان می دهد که ابعاد محصول گردشگری پارک قروق محیط و جاذبه مقصد، دسترسی مقصد، تسهیلات مقصد، هزینه های مصرف کننده و تصویر از مقصد، بطور مستقیم و معنی داری بر رضایت گردشگران تأثیر گذار هستند. باید افزود، مهمترین کاربرد این مطالعه وجود چارچوبی نظری و تجربی برای سرمایه گذاران، مسئولان دولتی و بازاریابان عرصه صنعت گردشگری در ایران به منظور توسعه و یا ایجاد مقاصد گردشگری در مناطق مختلف است. هم چنین در پایان این مطالعه مسیر تحقیقات آینده برای محققان ترسیم شده است.</p>	

## فهرست مطالب

### صفحه

۱	فصل اول: کلیات
۱-۱	مقدمه
۲	۲-۱ بیان مسأله
۳-۱	اهمیت و ضرورت تحقیق
۴	۴-۱ پیشینه موضوع
۵-۱	اهداف تحقیق
۶-۱	سوالات تحقیق
۷-۱	فرضیات تحقیق
۸-۱	مشکلات و محدودیت های تحقیق
۹-۱	ساختار پایاننامه
۱۱	فصل دوم: مبانی نظری
۱-۲	مقدمه
۲-۲	گردشگری
۳-۲	سیر تحول گردشگری
۴-۲	آثار گردشگری
۵-۲	گردشگر
۶-۲	پروفایل گردشگر

۲۲	۷-۲ . رویکرد کیفیت
۲۳	۱-۲ . رویکرد محصول گردشگری
۳۰	۹-۲ . رویکرد رضایت گردشگر
۳۲	<b>فصل سوم: روش تحقیق</b>
۳۳	۱-۳ . مقدمه
۳۵	۲-۳ . روش پژوهش
۳۵	۳-۳ . جامعه آماری
۳۶	۴-۳ . تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری
۳۶	۵-۳ . روش گردآوری داده ها و اطلاعات تحقیق
۳۷	۶-۳ . تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق
۳۹	۷-۳ . اعتبار یا روایی تحقیق
۳۹	۸-۳ . قابلیت اعتماد یا پایایی تحقیق
۴۰	۱۰-۳ . مدل HOLSAT
۴۲	۱۱-۳ . تحلیل عاملی
۴۳	<b>فصل چهارم: نتایج و یافته ها</b>
۴۴	۱-۴ . مقدمه
۴۴	۲-۴ . آمار توصیفی
۴۴	۱-۲-۴ . ویژگی های دموگرافیکی-اجتماعی گردشگران
۴۶	۲-۲-۴ . مشخصات سفر گردشگران
۴۹	۳-۴ . آمار استنباطی یا تحلیلی
۴۹	۱-۳-۴ . مطالعه انگیزه سفر گردشگران
۵۱	۲-۳-۴ . سنجش رضایت گردشگران با مدل HOLSAT
۵۱	۳-۳-۴ . سنجش تأثیرگذاری ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق بر رضایت گردشگران
۶۰	۴-۳-۴ . رضایت گردشگران از ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق برحسب خصوصیات دموگرافیکی-اجتماعی

۴-۳-۵ . مطالعه تمایلات رفتاری آینده گردشگران پارک ساحلی قروق و ارزیابی آن برحسب خصوصیات دموگرافیکی- اجتماعی ..... ۶۲

۴-۳-۶ . سنجش تأثیرگذاری رضایت بر تمایلات رفتاری آینده گردشگران ..... ۶۴

۶۷ ..... **فصل پنجم: نتیجه گیری**

۵-۱ . مقدمه ..... ۶۸

۵-۲ . آزمون فرضیات تحقیق ..... ۶۸

۵-۳ . جمع بندی و نتیجه گیری ..... ۷۱

۵-۴ . کاربردها و پیشنهادات ..... ۷۲

الف ( پیشنهادات پژوهشی ..... ۷۲

ب ( پیشنهادات کاربردی ..... ۷۳

۷۵ ..... **فهرست منابع و مآخذ**

الف ( فارسی ..... ۷۶

ب ( لاتین ..... ۷۸

۸۲ ..... **پیوست**

### فهرست جداول

جدول ۱-۲: آثار بالقوه مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست محیطی گردشگری ..... ۱۵

جدول ۲-۲: انگیزه های گردشگری ..... ۲۱

جدول ۱-۴: ویژگی های دموگرافیکی- اجتماعی گردشگران ..... ۴۴

جدول ۲-۴: مشخصات سفر گردشگران ..... ۴۷

جدول ۳-۴: انگیزه های گردشگران برای سفر به پارک ساحلی قروق ..... ۵۰

جدول ۴-۴: انتظارات، عملکرد و سطح رضایت از جاذبه مقصد ..... ۵۲

جدول ۵-۴: انتظارات، عملکرد و سطح رضایت از تسهیلات مقصد ..... ۵۳

جدول ۶-۴: انتظارات، عملکرد و سطح رضایت از دسترسی مقصد ..... ۵۵

جدول ۷-۴: انتظارات، عملکرد و سطح رضایت از هزینه های صرف شده ..... ۵۶

جدول ۸-۴: انتظارات، عملکرد و سطح رضایت در تصویر از مقصد ..... ۵۸

- جدول ۴-۹: سنجش تأثیرگذاری ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق بر رضایت گردشگران ۵۹
- جدول ۴-۱۰: مقایسه رضایت گردشگران برحسب جنسیت و وضعیت تأهل ۶۰
- جدول ۴-۱۱: مقایسه رضایت گردشگران برحسب سن، تحصیلات، درآمد و اشتغال ۶۱
- جدول ۴-۱۲: مقایسه تمایلات رفتاری آینده گردشگران برحسب خصوصیات دموگرافیکی-اجتماعی ۶۴
- جدول ۴-۱۳: سنجش تأثیرگذاری رضایت گردشگران بر تمایلات رفتاری آینده گردشگران در پارک قروق ۶۶

### فهرست اشکال و نمودارها

- شکل ۱-۱: موقعیت جغرافیایی پارک ساحلی قروق ۶
- شکل ۱-۲: نمودار رشد جهانی گردشگری ۱۴
- شکل ۲-۲: عناصر محصول گردشگری ۲۵
- شکل ۳-۲: عناصر محصول گردشگری ۲۵
- شکل ۴-۲: مسیر مسافرت و اقامت گردشگران ۲۸
- شکل ۵-۲: عناصر تشکیل دهنده تصویر از مقصد ۳۰
- شکل ۱-۳: نمودار فرآیند اجرای پژوهش ۳۴
- شکل ۲-۳: ماتریس انتظارات روی عملکرد (ویژگی مثبت) ۴۱
- شکل ۳-۳: ماتریس انتظارات روی عملکرد (ویژگی منفی) ۴۱
- شکل ۱-۴: نمودار طبقه بندی سنی پاسخگویان ۴۵
- شکل ۲-۴: نمودار تقسیم بندی سطح تحصیلی پاسخگویان ۴۵
- شکل ۳-۴: نمودار تقسیم بندی پاسخگویان برحسب اشتغال ۴۶
- شکل ۴-۴: نمودار شکل های اقامت پاسخگویان ۴۸
- شکل ۵-۴: نمودار میزان اقامت پاسخگویان ۴۸
- شکل ۶-۴: نمودار منابع کسب اطلاعات پاسخگویان ۴۹
- شکل ۷-۴: نمودار انتظارات/عملکرد جاذبه مقصد (ویژگی مثبت) ۵۲
- شکل ۸-۴: نمودار انتظارات/عملکرد تسهیلات مقصد (ویژگی مثبت) ۵۴
- شکل ۹-۴: نمودار انتظارات/عملکرد دسترسی مقصد (ویژگی مثبت) ۵۵



خ

شکل ۴-۱۰: نمودارانتظارات/عملکرد هزینه های صرف شده (ویژگی منفی)

شکل ۴-۱۱: نمودارانتظارات/عملکرد تصویر از مقصد (ویژگی مثبت)

شکل ۴-۱۲: نمودار توزیع تمایلات رفتاری آینده گردشگران

۵۷

۵۸

۶۳

# فصل اول

## کلیات

## ۱-۱. مقدمه

در سه دهه گذشته یکی از پرطرفدارترین موضوعات برای مطالعه در بین محققان گردشگری، مسئله رضایت گردشگران بوده است، به همین دلیل محققان مدل های مختلفی را برای سنجش، تجزیه و تحلیل رضایت از تعطیلات در مقاصد گردشگری ارائه کرده اند. علاوه بر این، با مطرح شدن گردشگری به عنوان یک صنعت برای توسعه، ماهیت و مفهوم محصول مقاصد گردشگری نیز برای جوامع به عنوان یک چالش تبدیل شده است و با گذشت زمانی طولانی هنوز محققان و بازاریابان گردشگری نتوانسته به دلایلی نظیر انتظارات گردشگران، ماهیت مقاصد و تغییرات تکنولوژیکی به تعریفی جامع از آن دست یابند. در ایران نیز مسئله رضایت و هم ماهیت محصول مقاصد بسیار اندک توجه محققان قرار گرفته است.

## ۱-۲. بیان مسأله

گردشگری فعالیت اقتصادی است که به دلیل ماهیت و ویژگی های خاص آن، فرصت هایی مناسب برای ورود به عرصه تجارت جهانی را فارغ از سطح توسعه یافتگی کشورها فراهم می آورد (نوری و همکاران، ۱۳۹۱). جهان معاصر به دلیل اختراعات تکنولوژیکی به ویژه در زمینه ارتباطات و اطلاعات، امروزه به سمت فشردگی هر چه بیشتر فضا و زمان می رود و این امر خود تسهیل کننده جابجایی میلیونی ها گردشگر در تمام نقاط کره زمین است (رحمانی و خدادادی، ۱۳۹۱). مطالعات انجام شده در مورد آمارهای بدست آمده گواهی بر موضوع مذکور می باشد، بررسی جدیدترین آمار و اطلاعات نشان دهنده صعودی بودن رشد سالانه این صنعت است، چنانچه تعداد گردشگران در سال ۲۰۱۲ نسبت به سال ۲۰۱۱ که برابر با ۹۹۶ میلیون نفر بود با ۴٪ افزایش برای اولین بار از مرز یک میلیارد نفر گذشته و به ۱۰۳۵ میلیارد نفر رسید و انتظار می رود، این صنعت در سال ۲۰۱۳ نیز رشدی نزدیک به همان میزان را داشته باشد (سازمانی جهانی گردشگری<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳). بنابراین با توجه به آمار و گزارشات ارائه شده می توان گفت، صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به بزرگترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است، بطوریکه ۱۱ درصد از تولید ناخالص جهانی (Kabassi, 2010)، ۱۰ درصد از اشتغال (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۰)، ۵ درصد از صادرات (بیاتی خطیبی و همکاران، ۱۳۹۲) و ۵ درصد از سرمایه گذاری جهانی را به خود اختصاص داده است (شورای جهانی سفر و گردشگری<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳). علاوه بر این، در بسیاری از نواحی جهان نیز میزان تجارت گردشگری برابر یا حتی بیشتر از صادرات نفت، تولیدات مواد غذایی و اتموبیل است. چنین گسترش جهانی بخصوص در کشورهای صنعتی و در حال توسعه منجر به رشد اقتصادی و اشتغال در بسیاری از بخش های مرتبط، از ساخت و ساز گرفته تا کشاورزی و

<sup>۱</sup>. World Tourism Organization

<sup>۲</sup>. World Travel & Tourism Council

مخابرات شده است (Darcy & Buhalis, 2011). باید افزود، صنعت گردشگری برای توسعه کشورهای جهان سوم به حدی اهمیت دارد که لوئیز ترنر چهار دهه پیش آن را به مثابه امیدبخش ترین، پیچیده ترین و جایگزین ترین صنعتی دانسته است که این کشورها برای توسعه فرا روی خود دارند و حتی دوکت از آن به عنوان گذرنامه توسعه آنها یاد کرده است (حیدری چپانه و همکاران، ۱۳۹۲). بدین منظور بسیاری از کشورها استراتژی های توسعه یافته ای دارند تا بطور مؤثری تعداد گردشگران (داخلی و خارجی) را افزایش دهند (Horng et al, 2012). یکی از استراتژی هایی که مورد توجه قرار گرفته است بهبود کیفیت محصول گردشگری مقاصد گردشگری برای کسب رضایت گردشگران است (زینلی و قوجالی، ۱۳۹۲).

محصول گردشگری یک مقصد، شامل پنج جزء؛ محیط و جاذبه های مقصد، تسهیلات و خدمات مقصد، دسترسی مقصد، تصویر از مقصد و هزینه های مصرف کننده است (Middelton & Clark, 2001). کیفیت یک محصول یا کالا از مهمترین عوامل رضایتمندی مشتریان است که در مؤسسات خدماتی مانند بانکها از عوامل درون سازمانی متأثر بوده و تحت تأثیر متغیرهای گوناگونی قرار می گیرد (زیویار و همکاران، ۱۳۹۱).

امروزه رضایت مشتری را می توان به عنوان جوهره موفقیت در جهان رقابتی تجاری در نظر گرفت (زیویار و همکاران، ۱۳۹۱). موضوع افزایش رقابت در صنعت جهانی گردشگری سبب شده است تا از مدیران هتل ها و ادارات دولتی به دنبال جستجوی راهبردهای جدید برای افزایش گردشگران داخلی و خارجی باشند (Barutcu et al, 2011)، رسیدن به این هدف با بررسی دو مفهوم ارتباط نزدیکی دارد؛ کیفیت محصول و رضایت گردشگران (زینلی و قوجالی، ۱۳۹۲). بدون تردید مسائل مربوط به بهبود کیفیت که آینده گردشگری در گرو آن است، در کانون و قلب پایداری جای دارد و بهبود کیفیت می بایستی در تمام ارکان و عرصه های صنعت گردشگری مانند بهبود کیفیت حمل و نقل، میهمان پذیری و میهمان داری، اماکن اقامتی و غیره ایجاد شود (Gee, 2004)، تا رضایت گردشگر حاصل شود. چرا که رضایت گردشگر نقش با اهمیتی در برنامه ریزی بازاریابی خدمات و محصولات گردشگری برای مقاصد دارد و تقریباً برای تمامی مقاصد گردشگری، رضایت گردشگران به عنوان مهمترین منبع مزیت رقابتی در نظر گرفته می شود (Barutcu et al, 2011) و به همین دلیل استراتژی اندازه گیری و تقویت رضایت گردشگران بسیار مورد توجه قرار دارد. علاوه براین، در سه دهه اخیر محققان عوامل متنوع و مختلف مؤثر بر رضایت گردشگر را در مقاصد گردشگری مورد مطالعه قرار داده اند و بیان داشتند، محصول گردشگری مقصد (Truong & King, 2009; Vetitnev et al, 2013)، کیفیت خدمات (Butnaru & Miller, 2012)، امنیت، تجربه قبلی، تصویر از مقصد (Vetitnev et al, 2013)، جاذبه (Nowacki, 2013)، حمل و نقل (Thompson & Schofield, 2004)، هتلداری، هزینه ها (Craggs & Schofield, 2011) و ویژگی های دموگرافیکی-اجتماعی به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر رضایت گردشگر مؤثر هستند (Zeinali et al, 2014). با این وجود محققان تأکید دارند که یافته های آنها به طور جهانی قابل تعمیم نیست چرا که ماهیت عوامل مؤثر بر رضایت بستگی به ابعاد/ویژگی های مقاصد مانند تسهیلات، جاذبه ها، هزینه های صرف شده در مقصد و ... دارد (Craggs & Schofield, 2011).

هم چنین باید افزود، در ادبیات گردشگری ایران ماهیت محصول مقاصد گردشگری و رضایت گردشگر بسیار اندک مورد بحث محققان بوده است. علاوه بر این، تاکنون آنالیز جامعی درباره ماهیت محصول مقاصد گردشگری و رضایت گردشگر در استان گیلان و به خصوص در شهر هشتبر و پارک قروق انجام نشده است. بنابراین مطالعه حاضر سعی دارد شکاف موجود را با ارائه یک چارچوب نظری درباره محصول مقاصد گردشگری و سنجش رضایت گردشگر از محصول گردشگری پارک ساحلی قروق با استفاده از مدل HOLSAT مورد بحث و ارزیابی قرار دهد.

### ۱-۳. اهمیت و ضرورت تحقیق

کشور ایران با وسعت تقریبی ۱۶۵۰۰۰۰ کیلومتر مربع در پهنه پالئارکتیک<sup>۱</sup> (بر اساس تقسیمات جغرافیائی «آلفرد راسل والاس» یکی از مناطق اصلی زیست جغرافیایی بشمار می رود) قرار گرفته است و به دلیل برخورداری از تنوع اقلیمی - زیستی و گوناگونی سیمای طبیعی به سرزمین تضادها معروف است (تقی زاده فانید و زینلی، ۱۳۹۲). دو رشته کوه البرز و زاگرس، نوسان ارتفاع از سطح دریا از ۲۶- تا ۵۶۷۰+ متر، دامنه تغییر دما از ۳۵- تا ۵۰+، نوسان بارش از ۱.۵ متر تا کمتر از ۱۰ میلی متر، تنوع فلور و فون "وجود بیش از ۱۶۰ گونه پستاندار، ۵۰۰ گونه پرنده، ۲۷۰ گونه ماهی و ۸۰۰ گونه گیاهی" (نوری و همکاران، ۱۳۸۹)، قرارگیری در مسیر چهار راه رویشی ایرانی - تورانی، اروپایی - سیبریایی، صحرایی - عربستانی و سودانی، وجود بزرگترین دریاچه جهان در شمال کشور و داشتن خط ساحلی هزار دویست کیلومتری در خلیج فارس و دریای عمان، وجود ۵۰ دریاچه داخلی، تنوع آداب رسوم فرهنگی و ... تأییدی بر مدعای مذکور است (صانعی، ۱۳۷۹). علاوه بر موارد مذکور مروری بر ۳۱۶۷ جاذبه تاریخی و میراث فرهنگی ایران گویای آن است که کشور ایران از نظر بهره‌مندی از این گونه جاذبه‌ها، جایگاه ویژه‌ای در جهان دارد (Alipour & Heydari, 2004).

شهر هشتبر مرکز اقتصادی و سیاسی شهرستان تالش، در شمال ایران، در استان گیلان قرار دارد. مطابق با آخرین سرشماری عمومی نفوس مسکن (۱۳۹۰) جمعیت این شهر ۷۵.۳۶۲ نفر گزارش شده است. جمعیت این شهر در فصول بهار و تابستان به خاطر ورود گردشگران افزایش چشمگیری نشان می‌دهد. این شهر از شمال به بندر آستارا و جمهوری آذربایجان، از جنوب به بندر انزلی، از شرق به دریای خزر و از غرب به استان اردبیل محدود است. شهر هشتبر در طول سال به خاطر جاذبه‌های گردشگری خود فرصت‌های مناسبی به منظور تفریح و گذران اوقات فراغت به گردشگران و هم مردم محلی ارائه می‌کند. مروری بر جاذبه‌های گردشگری شهر، گویای غنی بودن هشتبر از جاذبه‌های مختلف، اعم از طبیعی و فرهنگی دارد. از جاذبه‌های طبیعی هشتبر می‌توان به سواحل دریای خزر، کوه‌ها و جنگل‌های تالش، رودخانه کرگانرود، دریاچه و منطقه سراگاه، آبشارها، چشمه‌ها و جویبارهای فراوان، چشم

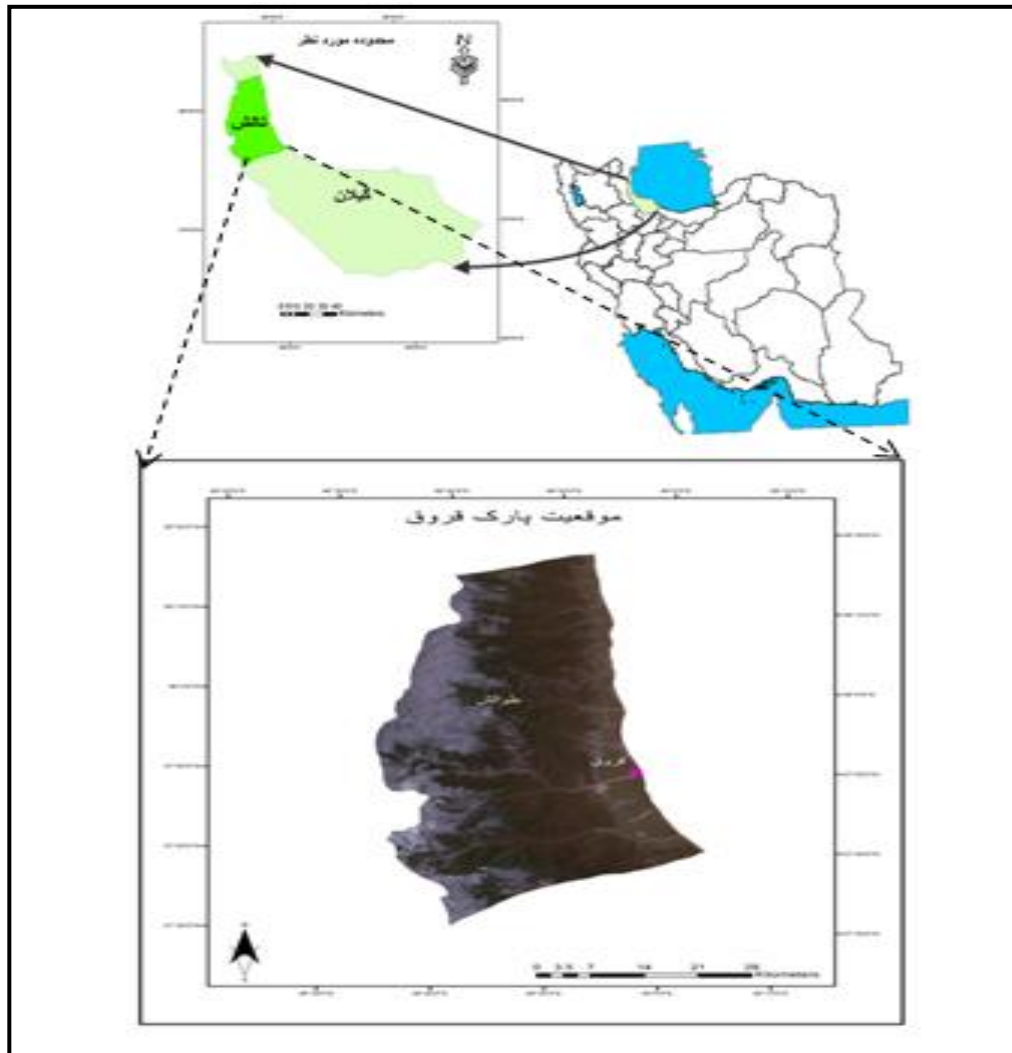
<sup>1</sup>. Palearctic

اندازه‌های زیبا، تنوع پوشش گیاهی و جنگلی، مزارع برنج، پارک‌های قروق و سیادران و آب و هوای خوب به ویژه در بهار و تابستان اشاره کرد. همچنین، شهر هشتبر از نظر آداب رسوم سنتی زندگی، به ویژه از نظر زندگی روستایی و عشایری، می‌تواند جاذب گردشگران مختلف باشد. از روستاهای شهر هشتبر می‌توان به روستای کیشون بن، ریک، و چندین مورد دیگر اشاره کرد. علاوه بر این، زبان بومی ساکنین این خطه یعنی "تالشی" می‌تواند برای گردشگرانی که به جاذبه‌های اجتماعی علاقه دارند، جذاب باشد. باید افزود، روابط بین مردم سنی و شیعه مذهب و ارتباط اقوام تالش، ترک، کرد و گیلک با یکدیگر در این شهر گواهی بر صلح و آرامش در این خطه است.

وجود این جاذبه‌های طبیعی و انسانی و پراکندگی آنها در اکثر نقاط ایران، ضرورت توجه به ماهیت محصول مقاصد گردشگری را آشکار می‌سازد. چرا که تعیین ماهیت محصول مقاصد گردشگری به مسئولان کمک خواهد کرد محصول خود را بهتر شناخته و بهتر بین آن با دیگر محصولات تمایز قائل شوند و از طرف دیگر آنها می‌توانند قابلیت رقابت پذیری محصول خود را افزایش دهند. باید افزود، سنجش رضایت گردشگران از محصول گردشگری یک مقصد نیز به مسئولان می‌کند تا استراتژی‌های خود را تغییر دهند و بر عواملی که موجب رضایت بیشتر گردشگران می‌شود تمرکز نمایند. بنابراین ضروری است ماهیت محصول و رضایت تعطیلاتی در مقاصد گردشگری ایران مورد بحث و اندازه‌گیری قرار گیرد.

یکی از جاذبه‌های طبیعی شهر هشتبر، پارک ساحلی قروق است (شکل ۱-۱). این پارک ساحلی به مساحت ۲۴ هکتار در سال ۱۳۸۳ در شرق این شهر در فاصله پنج کیلومتری با شهر تأسیس شده است. این مقصد گردشگری، همه ساله و به ویژه در دو فصل بهار و تابستان، به دلیل وجود سواحل دریاچه خزر، آب و هوای مطبوع و آفتاب، ماسه و غیره، پذیرای گردشگران زیادی است. این مقصد گردشگری به مانند اکثر مقاصد گردشگری ایران با هفت چالش عمده روبرو است (زینلی و قوجالی، ۱۳۹۲):

۱. رقابت رو به رشد جهانی در عرصه صنعت گردشگری؛
۲. سیستم اقتصادی حاکم بر کشور که به شکل یک سنت توجه چندانی به کیفیت خدمات و محصول ندارد؛
۳. سطوح بسیار بالا ناهماهنگی بین تصمیم گیرندگان و مسئولان گردشگری؛
۴. ضعف دسترسی؛
۵. عدم وجود حفاظت و نگهداری از جاذبه‌ها؛
۶. سطوح بسیار پایین خلاقیت و
۷. سرمایه‌گذاری‌های کوتاه مدت اقتصادی.



شکل (۱-۱): موقعیت جغرافیایی پارک ساحلی قروق  
(منبع: نگارندگان)

#### ۱-۴. پیشینه موضوع

طی سه دهه گذشته مسئله رضایت گردشگر در ادبیات آکادمیک گردشگری یکی از عمده ترین موضوع تحقیقی برای محققان در سرتاسر دنیا بوده است (Tsiotsou & Vasiotio, 2006). در حالیکه رضایت در ادبیات علمی گردشگری کشور ایران بسیار اندک مورد بحث محققان بوده است. از طرف دیگر، رضایت گردشگر برای موفقیت در عرصه کسب و کار صنعت گردشگری ضروری است و باید اذعان داشت، رضایت گردشگر نقش کلیدی در پایداری مزیت رقابتی مقاصد گردشگری دارد. به همین دلیل تحقیقات بسیار زیادی پیرامون رضایت گردشگران در اقصی نقاط دنیا انجام شده است. در ادامه به طور مختصر تحقیقات انجام شده در این زمینه بررسی می شوند:

توسان و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) در تحقیقی به بررسی تجربیات خرید و رضایت گردشگر پرداختند. نتایج نشان داد؛ که گردشگران سطوح متفاوتی از رضایت و نگرش‌ها به مغازه‌ها و تجربه خرید خود را ثبت نموده‌اند.

تیدتچمررنپورن و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در تحقیقی به اندازه‌گیری رضایت گردشگران داخلی و بین‌المللی از محصولات توریسم فرهنگی در تایلند پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد؛ گردشگران بین‌المللی سطحی بالاتر از رضایت را نسبت به گردشگران داخلی تقریباً در تمامی نواحی به ویژه در محصولات فرهنگی داشته‌اند.

مندز و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای به بررسی تجربه گردشگر و کشف رابطه بین رضایت گردشگر و وفاداری مقصد پرداختند. آن‌ها دلایلی را که منجر به عدم رضایت از تجربه گردشگری می‌شوند را کشف و براساس مدل‌سازی ساختاری معادل، روابط بین سطوح رضایت با تجربه گردشگری و وفاداری گردشگر به مقصد را ثابت کردند.

مت سام و بدرنه<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) در تحقیقی به بررسی رضایت گردشگر و تکرار بازدید: طراحی یک مدل جدید جامع پرداختند. نتایج نشان داد، مدل جدید، روابطی جدید بین سابقه بازدید (تصویر از مقصد، ارزش تجربه شده، جستجوی اخبار خاص یا چیزها و وقایع نوظهور خاص و فاصله از مقصد) با رضایت و تمایل به بازدید دوباره از مقصد را نشان می‌دهد.

هاکو و خان<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگر از مقاصد گردشگری مالزی پرداختند. نتایج نشان داد؛ تصویر از مقصد، ارزش دریافت شده و کیفیت خدمات یک رابطه مثبت با وفاداری و رضایت گردشگر در مالزی دارد.

ابراهیم پور و اربطانی (۱۳۹۰) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر در گردشگری براساس انتظارات و ادراکات گردشگران و مدل تحلیل شکاف در سرعین اردبیل پرداختند. نتایج نشان داد؛ بین عوامل سازمانی و محیطی و رضایت گردشگران به ترتیب با ضریب ۰.۵۷ و ۰.۳۴ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

میرفخرالدینی و همکاران (۱۳۹۱) نیز در تحقیقی به بررسی میزان رضایتمندی گردشگران درمانی شهر یزد و اولویت بندی عوامل مؤثر بر آن با روش تاپسیس فازی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد؛ شکاف کیفیت خدمات در سه بُعد پاسخگویی، تضمین و همدلی معنی دار است. به عبارت دیگر بین ادراکات و انتظارات بیماران و همراهان آنها از کیفیت خدمات ارائه شده تفاوت معنی داری وجود دارد. با این حال نتایج رتبه بندی عوامل مؤثر بر میزان رضایت

1. Tousun et al

2. Tidtichumrernporn et al

3. Mendes et al

4. Mat Som & Badarneh

5. Haque & Khan



گردشگران درمانی نشان داد که دارا بودن تجهیزات مناسب و مناسب بودن کیفیت درمان، نسبت به سایر عوامل از وضعیت بهتری برخوردار است.

### ۱-۵. اهداف تحقیق

در راستای مطالب تبیین شده هدف پژوهش حاضر به دو دسته اصلی و فرعی به شرح زیر تقسیم می‌شود:

#### الف) اصلی

- (۱) تبیین و تدوین چارچوبی تئوریک برای ماهیت محصول گردشگری پارک ساحلی قروق؛
- (۲) ارزیابی سطوح متفاوت رضایت گردشگران از ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق با استفاده از مدل HOLSAT؛
- (۳) سنجش تأثیرگذاری ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق بر رضایت گردشگران و
- (۴) ارزیابی رضایت گردشگران از ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق برحسب خصوصیات دموگرافیکی - اجتماعی.

#### ب) فرعی

- (۱) تنظیم پروفایل گردشگران پارک ساحلی قروق،
- (۲) مطالعه تمایلات رفتاری آینده گردشگران پارک ساحلی قروق و ارزیابی آن برحسب خصوصیات دموگرافیکی - اجتماعی و
- (۳) سنجش تأثیرگذاری رضایت گردشگر بر تمایلات رفتاری آینده گردشگران.

### ۱-۶. سوالات تحقیق

با در نظر داشتن اهداف تحقیق، سوالات پژوهش نیز به دو دسته اصلی و فرعی تقسیم بندی شده اند:

#### الف) اصلی

- (۱) ماهیت محصول گردشگری دربرگیرنده چه ابعاد و ویژگی‌هایی است؟
- (۲) رضایت گردشگران از ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق چگونه است؟
- (۳) ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق چگونه بر رضایت گردشگران مؤثر هستند؟
- (۴) رضایت گردشگران از ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی براساس خصوصیات دموگرافیکی - اجتماعی چگونه است؟

**ب ( فرعی**

- (۱) پروفایل گردشگران پارک ساحلی قروق شامل چه ویژگی‌ها و خصوصیات است؟
- (۲) تمایلات رفتاری آینده گردشگران براساس خصوصیات دموگرافیکی- اجتماعی چگونه است؟
- (۳) رضایت چگونه بر تمایلات رفتاری آینده گردشگران مؤثر است؟

**۱-۷. فرضیات تحقیق**

- (۱) گردشگران سطوح متفاوت رضایت از ابعاد محصول گردشگری پارک ساحلی قروق را تجربه کرده اند،
- (۲) ابعاد محصول گردشگری بر رضایت گردشگران بطور مستقیم و معناداری مؤثر هستند،
- (۳) ویژگی های دموگرافیکی-اجتماعی گردشگران بطور مستقیم و معناداری بر رضایت از ابعاد محصول گردشگری مؤثر هستند.
- (۴) ویژگی های دموگرافیکی-اجتماعی گردشگران بطور مستقیم و معناداری بر تمایلات رفتاری آینده گردشگران تأثیر گذارند.
- (۵) رضایت بر تمایلات رفتاری آینده گردشگران بطور مستقیم و معناداری تأثیر گذار است.

**۱-۸. مشکلات و محدودیت های تحقیق**

انجام یک پژوهش همواره با مشکلات و محدودیت هایی روبرو است. این مشکلات و محدودیت ها گاهی حاصل عوامل و فاکتورهای خارجی هستند و گاهی حاصل کارکرد عوامل و مسائل درونی (مربوط به خود تحقیق) می باشند. باید گفت، مشکلات و محدودیت های درونی پژوهش در سایه راهنمایی های ارزنده و سازنده استاد راهنما و استاد مشاور برطرف شدند. اما مشکلات و محدودیت های خارجی تحقیق که همچنان به قوت خود باقی هستند عبارتند از:

۱. نبود آمار دقیق در زمینه تعداد مراجعه کنندگان به پارک ساحلی قروق،
۲. عدم دسترسی به منابع مورد نیاز خارجی به ویژه مقالات نمایه شده در سایت های معتبر خارجی که تا به امروز نیز به قوت خود باقی هستند و
۳. عدم تأمین منابع مالی مورد نیاز تحقیق.

**۱-۹. ساختار پایاننامه**

پایان نامه حاضر در پنج فصل تنظیم شده است: فصل اول به بیان مسئله، ضرورت و طرح تحقیق اختصاص یافته است که شامل اهداف، سوالات، فرضیات و چالش های پیشرو پژوهش است. همچنین مختصری از پیشینه

تجربی پژوهش در این فصل مرور شده است. فصل دوم به بررسی مبانی نظری موضوع اختصاص یافته و سعی دارد با رویکردهای موردنظر به تدوین یک چارچوب تئوریک درباره ماهیت محصول مقاصد گردشگری دست یابد. در فصل سوم مواد و روش های بکار گرفته شده برای سامان دادن به این پژوهش شرح داده شده اند. علاوه براین، معرفی مدل HOLSAT نیز در این بخش انجام شده است. در فصل چهارم یافته های تحقیق در قالب نتایج توصیفی و استنباطی ارائه شده است. و در نهایت در فصل پنجم ضمن جمع بندی، فرضیات تحقیق نیز مورد آزمون قرار گرفته اند و پیشنهاداتی در قالب استراتژی برای پارک قروق و پیشنهاداتی برای پژوهش های آینده ارائه شده است.

## فصل دوم

### مبانی نظری