

Research Paper

Analysis and Evaluation of Factors Economic Effecting on Production and Delivery of Quality Services in Shourabil Tourism Area of Ardabil

Mirnaser Mirbagheri hir^{*1}, Ahmad Zamani

1. Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Economics, Payame noor University, Tehran, Iran.
2. Master's degree, Department of Economics, Faculty of Economics, Payame noor University, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

PP: 212-231

Use your device to scan and read
the article online



Keywords: *Production and services, Development Regional, Satisfaction, Factors Economic.*

Abstract

This study was conducted to evaluate the service quality of Shorabil Tourism using SERVQUAL method as a tool for measuring service quality and identifying and analyzing the gap between expectations and perceptions of service recipients. The gap between expectations and services perceived by visitors to Shorabil Tourism Parks in each of the five dimensions (tangible, accountability, reliability, reassurance and empathy) of service quality has been addressed. In today's world, the issue of quality has challenged the management of organizations. Quality of service is an important factor for growth, success and sustainability of the organization and is on the management agenda as a strategic, effective and inclusive subject. The present research is based on the purpose of the applied research component and based on the nature and methodology of the descriptive research - It is analyzed. In terms of time, the present study is a cross-sectional one. Survey method was used to collect the research data. The statistical population of the study consisted of all visitors to Shorabil tourism parks. Cluster sampling method was used to select the representative sample of the statistical population. A sample of 150 people were interviewed through standard questionnaires. The results of the research indicate that there is a gap between the expected services of the clients and the services provided to them in the Shorabil Tourism Parks in all five dimensions and the satisfaction of the visitors has not been increased. Between expectations and perceptions about the dimension of accountability and the least amount of gaps in this area are related to the dimension of assurance that has resulted in client satisfaction.

Citation: Mirbagheri hir, M N; Zamani, A. (2024). **Analysis and Evaluation of Factors economic effecting on Production and delivery of Quality Services in Shourabil Tourism Area of Ardabil.** *Geography(Regional Planning)*, 13(53), 212-231.

DOI: 10.22034/JGEOQ.2022.312345.3378

DOR:

* **Corresponding author:** Mirnaser Mirbagheri hir, **Email:** mirbagheri@pnu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Creating a healthy and constructive society is essential for continuity, progress, and economic development. This goal can be achieved through necessary coordination between the economic and welfare programs of society. Implementing environmental projects, developing green spaces, and establishing promenades and recreation centers in urban and industrial areas are vital steps toward achieving this objective. Competence in carrying out tasks involves aligning abilities, skills, and work proficiency, which in turn promotes specialization, professionalism, and regional development. Examining the opinions and preferences of urban residents regarding urban resorts and available facilities can significantly aid in identifying and addressing needs and deficiencies. Therefore, assessing the quality of services in the parks of the Shorabil tourism area from the visitors' perspective can be a significant initiative for city managers to tackle existing issues. Despite numerous studies on urban green spaces in Ardabil, a comprehensive investigation into citizen satisfaction with city park services, particularly in the Shorabil tourist area parks, has not been conducted. This gap underscores the novelty and innovation of the research topic, promising new and intriguing findings.

Methodology

The present research examines the satisfaction evaluation of service quality in Shorabil tourist area parks in Ardabil city using the SERVQUAL model. Accordingly, the statistical population of the study comprises all visitors to Shorabil tourist parks.

Results and Discussion

The study examines the satisfaction evaluation of service quality in Shorabil tourism area parks, Ardabil city, using the SERVQUAL model's five dimensions. Findings reveal significant gaps between perceptions and expectations across various dimensions. In the physical dimension, the mean for expectations is 62.4 with a standard deviation of 66.0, while for perceptions, it's 30.3 with a standard deviation of 73.0, indicating a significant difference. Similarly, significant disparities exist in responsiveness, where the expectation mean is 56.4 with a

standard deviation of 74.0, and perception mean is 10.3 with a standard deviation of 82.0. The trust dimension also exhibits significant gaps, with an expectation mean of 56.4 and a perception mean of 32.3. The assurance dimension shows a notable difference as well, with an expectation mean of 56.4 and a perception mean of 42.3. Additionally, the empathy dimension portrays significant variation, with an expectation mean of 57.4 and a perception mean of 18.3. Considering a significance level of 0.01, the hypothesis is confirmed, indicating meaningful differences between visitors' perceptions and expectations regarding park service quality in Shorabil.

Conclusion

In this study, the satisfaction evaluation of the service quality in the parks of the Shorabil tourism area in Ardabil city has been investigated using the SERVQUAL model across five dimensions. The results indicate a discrepancy between perceptions and expectations in all dimensions of this model, highlighting client dissatisfaction. The largest gap is observed in the responsiveness dimension, with a percentage of 46.1, indicating greater dissatisfaction compared to other dimensions. Significant gaps are also apparent in the empathy dimension, physical service conditions, and reliability dimension. Additionally, significant gaps are noted across all dimensions. In the assurance dimension, the component regarding the feeling of safety in using playground equipment and park facilities exhibits the smallest gap. In the reliability dimension, the component concerning the provision of services by park staff demonstrates the most considerable gap, indicating significant visitor dissatisfaction in this area. In the accountability dimension, the component related to the handling of client complaints by officials has the most significant gap. In the empathy dimension, the component addressing the needs of disabled, veteran, and elderly individuals reveals the most considerable gap. These findings suggest that despite the availability of services and facilities in Shorabil parks, overall visitor satisfaction is not achieved, and significant gaps exist across all dimensions of the SERVQUAL model.

References

1. Ahmadzadeh, N., Naneh Karan, S., & Samson. (2014). An Analysis of Urban Green Space Usage in Ardabil from the Perspective of Urban Planning. Master's Thesis, University of Tabriz. [In Persian]
2. Andrade, H., Alcoforado, M. J., & Oliveira, S. (2011). Perception of temperature and wind by users of public outdoor spaces: relationship with weather parameters and personal characteristics. *Journal of International Biometeorology*, 55, 665–680.
3. Asadpour, A. A. (2017). Investigating the Relationship between Tourism Industry and Economic Growth with Regard to Vision Document. *Journal of Geographical Research and Regional Planning*, 7(3), 285-295. [In Persian]
4. Atak Consulting Engineers. (2013). Plan for the Recreational-Cultural Complex of Shorabil Lake. Final Report, Ardabil Municipality. [In Persian]
5. Bahari, J., Karoubi, M., Jahanian, M., & Ghaderi, E. (2021). The Impact of Tourism Service Quality on the Special Value of Sports Tourism Destination Brand Considering the Mediating. *Journal of Geographical Research and Regional Planning*, 11(4), 113-127. [In Persian]
6. Bahari, J., Karoubi, M., Jahanian, M., & Ghaderi, E. (2021). The Impact of Tourism Service Quality on the Special Value of Sports Tourism Destination Brand Considering the Mediating Role of Mental Image and Perceived Value of the Destination. *Journal of Geographical Research and Regional Planning*, 11(4), 113-127. [In Persian]
7. Barabadi, M. (1394). *City Alphabet (Collection of Articles from Municipal Monthly)*. Tehran: Organization of Municipalities and Rural Administrations Publications. [In Persian]
8. Barbosa, O., et al. (2017). Who benefits from access to green space? A case study from Sheffield, UK. *Landscape and Urban Planning Journal*, 83. Retrieved from www.sciencedirect.com
9. Blanco, H., Alberti, M., Forsyth, A., Krizek, K. J., Rodriguez, D. A., Talen, E., et al. (2015). Hot, congested, crowded and diverse: Emerging research agendas in planning. *Progress in Planning*, 71(4), 153–205.
10. Comprehensive Plan of Ardabil City (2011). Tehran: Ministry of Roads and Urban Development, Housing and Urban Planning Department of Ardabil Province. [In Persian]
11. Cowan, R. (2015). *The dictionary of urbanism*. Streetwise Press, pp. 121 & 280.
12. Daneshpour, Z. A., & Mahmoodpour, A. (2017). Exploring the people's perception of urban public parks in Tehran.
13. Fekri, F. (2014). Evaluation of Urban Tourism Attractions Using Conditional Value Measurement (Case Study: Shorabil of Ardabil). Master's Thesis, Geography and Urban Planning, University of Tabriz. [In Persian]
14. Habibi, M. (2014). *Landscape Design Guide in the City*. Tehran: University of Art Publications. [In Persian]
15. Hamid, N., & Baba Miri, M. (2016). Study of Green Space and Mental Health. *Armaghan Journal*, 17(4), 309-316. [In Persian]
16. Javadin, S., Rezai, S., & Almassi, M. (2003). Evaluation of the Quality of Services of the Social Security Organization from the Perspective of Employees. *Management Culture Journal*, 1(3), 69-93. [In Persian]
17. Javanmard, H., & Hosseini, S. (2013). Determining the Relationship between Store Mental Image, Distance Dimension, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions of Buyers. *Marketing Management*, 8(20), 85-101. [In Persian]
18. Kavousi, M. R., & Saghaei, A. (2009). *Methods of Measuring Customer Satisfaction*. Tehran: Iran Quality and Standard Inspection Company, Ameh Publishing. [In Persian]
19. Khosravaninezhad, S., Abaszadeh, Z., Karimzadeh, F., & Zadehbagheri, P. (2009). Parks and an Analysis of their Role in Improving the Quality of Urban Life, Using Seeking-Escaping Model. *Proceedings REAL CORP 2015 Tagungsband*.
20. Lyytimäki, J., & Sipilä, M. (2018). Hopping on one leg – The challenge of ecosystem disservices for urban green management. *Urban Forestry & Urban Greening*, 8, 309-315.

21. Mehdipour, K. (2012). The Relationship between Service Quality (SERVQUAL Method) and Customer Satisfaction in Tabriz City Pools. Master's Thesis, Sports Management, University of Tabriz. [In Persian]
22. Mirbagheri Heir, M. N. (2019). Investigating the Impact of Key Indicators on Regional Development - A Case Study of Namin Schools. *Geographical Research (Regional Planning)*, 9(2), 305-315. [In Persian]
23. Mirfakhr al-Dini, S. H., Taheri Dameneh, M., & Mansouri, H. (2010). Artificial Neural Networks, A New Approach in Assessing the Quality of University Libraries Services. *Library and Information*, 13(1), 205-225. [In Persian]
24. Nourani, M., Astar, T., & Qureshi, M. B. (2022). Ecological Potential Assessment of Suburban Villages in Langroud for Tourism Development. *Geographical Research and Planning Journal*, 12(3), 1-11. [In Persian]
25. Oguz, D., & Cakci, I. (2017). Changes in leisure and recreational preferences: A case study of ANKARA. *Journal of Scientific Research and Essays*, 5(8), 721-729.
26. Pakzad, J. (2010). *Theoretical Foundations and Process of Urban Design* (4th ed.). Tehran: Shahidi Publications. [In Persian]
27. Pigram, J. J., & Jenkins, J. M. (2015). *Outdoor recreation management* (2nd ed.). London: Routledge.
28. Poursarasgar Rurud, M. A. (2009). Evaluation and Location of Green Space Use in District 9 of Tehran Municipality. *Applied Research in Geographical Sciences Quarterly*, (11), 75-104. [In Persian]
29. Rabbani, R., Nazari, J., & Mokhtari, M. (2011). Sociological Explanation of the Function of Urban Parks (Case Study: Parks of Isfahan City). *Urban and Regional Research Studies*, 3(10), 111-134. [In Persian]
30. Rohani, G. H. (2016). *Garden and Green Space Design* (4th ed.). Tehran: Farhang Jame Press. [In Persian]
31. Rosta, A., Venus, D., & Ebrahimi, A. (2015). *Marketing Management* (12th ed.). Tehran: SAMT Publications. [In Persian]
32. Saeednia, A. (2000). *Green Book of Municipalities and Urban Green Space* (Vol. 9, p. 156). Center for Urban Studies and Planning. [In Persian]
33. Saeednia, A. (2004). *Green Book of Municipalities, Urban Green Space* (Vol. 9). Tehran: Publications of the Organization of Municipalities and Rural Administrations. [In Persian]
34. Salehifard, H., & Colleagues. (2010). Analysis of the Social Dimensions of Urban Green Spaces with Emphasis on Citizens' Perspectives. *Geographical Space Research Journal*, 10(29), 51-93. [In Persian]
35. Shakuii, H. (2010). *New Perspectives in Urban Geography* (13th ed.). Tehran: Samt Publications. [In Persian]
36. Shing, C. C., & Marafa, L. M. (2016). Research Update: Components of Urban Park Systems. *Parks and Recreation*, 26-30.
37. Tendayi, Gondo (2016). Spatial Planning and Open Space Integration in Urban Ethiopia: a Sustainable Accessibility Exegesis, 31-40.
38. Torabi Farsani, N. (2005). *Strategic Ecological Green Space for Sustainable Green Space Development*. *Peyam Sabz*, - (40). [In Persian]
39. Tzoulas, K., Korpela, K., Venn, S., Yli-Pelkonen, V., Kamierczak, A., Niemela, J., & James, P. (2017). Promoting ecosystem and human health in urban areas using Green Infrastructure: A literature review. *Landscape and Urban Planning*, 81(3), 167-178.
40. Wong, K.-K., & Domroes, M. (2014). Users' perception of Kowloon Park, Hong Kong: Visiting patterns and scenic aspects. *Chinese Geographical Science*, 14(3), 269-275.
41. Wu, Y.-Y., Wang, H.-L., & Ho, Y.-F. (2016). Urban ecotourism: Defining and assessing dimensions using fuzzy number construction. *Tourism Management*, 31(6), 739-743.



فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)

دوره ۱۳، شماره ۵۱، پ ۱۴۰۲

شاپا چاپی: ۶۴۶۲-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۲۱۱۲-۲۷۸۳

Journal Homepage: <https://www.jgeoqeshm.ir/>



مقاله پژوهشی

تحلیل و ارزیابی عوامل اقتصادی موثر بر تولید وارایه کیفی خدمات در منطقه گردشگری شورابیل اردبیل

میرناصر میرباقری هیر* - استادیار، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

احمدزمانی - کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>شماره صفحات: ۲۳۱-۲۱۲</p> <p>از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید</p>  <p>واژه‌های کلیدی: تولید و خدمات، توسعه منطقه‌ای، رضایتمندی، عوامل اقتصادی.</p>	<p>این پژوهش به منظور ارزیابی کیفیت خدمات منطقه گردشگری شورابیل با استفاده از روش سروکوال که ابزاری برای اندازه گیری کیفیت خدمات و شناسایی و تحلیل شکاف‌های موجود بین انتظارات و ادراکات دریافت کنندگان خدمات می باشد انجام گرفته است. در تحقیق حاضر به بررسی میزان شکاف بین انتظارات و خدمات ادراک شده توسط مراجعه کنندگان به پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل در هریک از ابعاد پنج گانه (ملموس، پاسخگویی، قابلیت اعتماد، اطمینان خاطر و همدلی) کیفیت خدمات پرداخته شده است. در دنیای کنونی، موضوع کیفیت، مدیریت سازمان‌ها را با چالش‌هایی مواجه ساخته است. کیفیت خدمات، عامل مهمی برای رشد، موفقیت و ماندگاری سازمان است و به عنوان موضوعی راهبردی، موثر و فراگیر در دستور کار مدیریت قرار گرفته است. تحقیق حاضر بر اساس هدف جزء تحقیقات کاربردی بوده و بر اساس ماهیت و روش در چارچوب تحقیقات توصیفی - تحلیلی قرار می‌گیرد. از لحاظ زمانی نیز تحقیق حاضر از نوع مقطعی می‌باشد به بیان دیگر این تحقیق برای (سال ۱۳۹۷) صورت گرفته و واقعیت موجود در این دوره را به تصویر می‌کشد. برای جمع آوری داده‌های تحقیق نیز از روش پیمایش (پرسشنامه) استفاده شده است جامعه آماری تحقیق را کلیه بازدیدکنندگان از پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل تشکیل می‌دهد و به منظور انتخاب نمونه معرف جامعه آماری از روش نمونه گیری خوشه‌ای استفاده شده و نمونه‌ای با حجم ۱۵۰ نفر از طریق پرسشنامه استاندارد مورد پرسش و نظرخواهی قرار گرفته‌اند. نتایج به دست آمده از انجام تحقیق بیانگر این است که بین خدمات مورد انتظار مراجعه کنندگان و خدمات ارائه شده به آنها در پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل در کلیه ابعاد پنج گانه شکاف وجود دارد و رضایتمندی بازدیدکنندگان جلب نشده است علاوه بر این بیشترین میزان شکاف و نارضایتی بین انتظارات و ادراکات در مورد بعد پاسخگویی و کمترین میزان شکاف در این زمینه به بعد اطمینان خاطر مربوط است که رضایت نسبی مراجعه کنندگان را به همراه داشته است</p>

استناد: میرباقری هیر، میرناصر؛ زمانی، احمد. (۱۴۰۲). تحلیل و ارزیابی عوامل اقتصادی موثر بر تولید وارایه کیفی خدمات در منطقه گردشگری شورابیل اردبیل. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۳(۵۳)، صص ۲۱۲-۲۳۱.

DOI: 10.22034/JGEOQ.2022.312345.3378

DOR:

مقدمه

فضاهای سبز نقش تعیین کننده‌ای در حمایت از سیستم های اجتماعی و اکولوژیکی شهر دارد پارک‌ها و فضاهای سبز شهری قادرند فرصت‌های تفریحی با ارزش را برای کسانی که در شهر زندگی می‌کنند، فراهم کنند و با عملکردهای زیست محیطی، روانی، اجتماعی و تاثیرگذار در ساخت کالبدی شهر بیش از هر عامل دیگری باعث نزدیکی انسان و طبیعت به یکدیگر باشند. از این رو فضاهای سبز عمومی به ویژه پارک‌های شهری هم از دیدگاه تامین نیازهای زیست محیطی شهرنشینان و هم از نظر تامین فضای فراغتی و بستر ارتباط و تعامل اجتماعی آنان جایگاهی درخور اهمیت یافته‌اند (قربانی، ۱۳۸۶). همچنین این فضاها بخشی از ساختار شهری می‌باشند که ایجاد آن می‌بایست در راستای ضروریات زندگی شهری و در پاسخگویی به نیازهای شهروندان و با در نظر گرفتن امکانات و محدودیت‌های شهری و به دست آوردن الگوهای با ارزشی که دارای معانی و مفاهیم فرهنگی منتج از درون جامعه است، باشد (پور سر اسکانرود، ۱۳۸۸: ۷۷). با توجه به این مهم، یکی از وظایف اصلی شهرداری‌ها، حل مسائل زیست محیطی و تبدیل محیط شهری به محیط سالم و قابل زیست برای ساکنان آن است به همین دلیل ایجاد و توسعه فضای سبز همواره جزء فعالیت‌های اصلی شهرداری‌های کشور بوده است از بین خدمات و تسهیلات مختلف شهری، فضاهای سبز شهری و پارک‌ها نه فقط به دلیل اهمیت تفریحی آنها مورد توجه بوده، بلکه به دلیل نقش مهمی که در حفظ تعادل محیط زیست شهری و تعدیل آلودگی هوا دارند ارزشمند هستند بنابراین تخصیص زمین شهری به فضاهای سبز و پارک‌های شهری و ارتقای کیفیت خدمات آنها باید مورد توجه شهرداری‌ها قرار گیرد. به همین دلیل هدف این تحقیق این است که میزان رضایت مراجعه کنندگان از پارک‌های منطقه گردشگری شورا بیل اردبیل را با تأکید بر کیفیت خدمات ارائه شده در آنها مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد.

آیا بین عوامل اجتماعی و اقتصادی یا مؤلفه‌های (موارد ملموس، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، اطمینان خاطر و همدلی) مؤثر بر تولید و ارائه خدمات با کیفیت در منطقه گردشگری شورا بیل تفاوت معناداری وجود دارد؟

در سال‌های اخیر، توجه به نیازهای مشتریان و پاسخگویی به خواسته‌های آنان، چه در بخش تولید و خدمات، یکی از اصلی ترین و ضروری ترین وظایف و یا اهداف سازمان‌ها شده است. از آنجا که بیش از نیمی از تولید ناخالص اغلب کشورهای جهان از بخش خدمات حاصل می‌شود و به دلیل ویژگی‌های خاص این بخش (نظیر ارتباط مستقیم با مشتریان)، لذا توجه به این بخش اهمیت بسیاری دارد. علیرغم گذشت زمان طولانی از طرح موضوع کیفیت خدمات و شیوه‌های سنجش و ارزیابی آن، نه تنها توجه به این موضوع مهم کاهش نیافته، بلکه به دلیل اهمیت فزاینده خدمات در اقتصاد کشورها نقش آن بیش از پیش اهمیت یافته است.

در دنیای کنونی، موضوع کیفیت، مدیریت سازمان‌ها را با چالش‌هایی مواجه ساخته است. کیفیت خدمات، عامل مهمی برای رشد، موفقیت و ماندگاری سازمان است و به عنوان موضوعی راهبردی، مؤثر و فراگیر در دستور کار مدیریت قرار گرفته است. پارک‌ها و فضاهای شهری جنبه‌های ضروری عملکردهای تفریحی شهری هستند و از اهمیت استراتژیکی زیادی برای بهبود شرایط زیستی جوامع شهری امروز برخوردارند. وجود چنین مکان‌هایی در محیط شهری علاوه بر عملکرد زیست محیطی نظیر پاکسازی هوا، فیلتر کردن باد، کاهش آلودگی صوتی، بهبود شرایط میکروکلیمایی موجب ارتقاء شرایط اجتماعی و روان شناختی ساکنان شهری نیز می‌شود. اهمیت پارک‌ها و فضاهای سبز شهری در کنار مزیت‌های اجتماعی، روان شناختی و زیست محیطی آنها، از نظر اقتصادی نیز قابل بحث است. چرا که پارک‌های شهری به علت ارزش تفریحی، زیباشناختی و تاریخی‌شان به جذابیت شهر افزوده و موجب افزایش آمار جذب گردشگر و در نتیجه ایجاد اشتغال می‌شوند. همچنین همجواری عناصر طبیعی از جمله درختان و آب بر ارزش املاک افزوده و در واقع به تأمین مالیات و بهسازی فضای شهری کمک می‌نماید (قربانی، ۱۳۸۶). شناسایی و ارزیابی ویژگی‌های گردشگری هر منطقه، راهنمایی برای تحقق توسعه بوده و ظرفیت‌های توسعه‌ای را مشخص می‌سازد (نورانی و همکاران، ۱۴۰۱). به دلیل رقابتی شدن مقصدهای گردشگری، هر یک از مقصدها به دنبال متمایز سازی خو از سایر مقصدها هستند (بهاری و همکاران، ۱۴۰۰). به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (اسدپور، ۱۳۹۶). ایجاد جامعه‌ای سالم و سازنده لازمه تداوم و پیشرفت و توسعه اقتصادی است و این در صورتی امکانپذیر است که هماهنگی لازم بین برنامه‌های اقتصادی و رفاهی جامعه وجود داشته

باشد. به همین دلیل اجرای طرح‌های زیست محیطی، توسعه فضای سبز، ایجاد تفرجگاهها و مراکز تفریحی برای گذران اوقات فراغت در تمام نقاطی که تمدن شهری و صنعتی را پذیرا است، لازم می‌باشد (حیاتی و همکاران، ۱۳۸۹). لحاظ شایستگی در انجام امور به معنی تطبیق و تناسب توانایی‌ها، قابلیت‌ها و مهارت‌های کاری بوده و آنهم منجر به گسترش صلاحیت‌های تخصصی و حرفه‌ای و در نهایت توسعه منطقه‌ای می‌شود (میرباقری، ۱۳۹۸). بررسی نظرها و خواست‌های افراد شهرنشین در خصوص تفرجگاههای شهری و امکانات موجود در آنها می‌تواند به رفع نیازها و کمبودها کمک شایان توجهی کند از این رو شناساندن و مشخص کردن میزان کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورا بیل از دید مراجعه کنندگان می‌تواند گام بلندی برای مدیران شهری در راستای حل مشکلات موجود در آن باشد.

در خصوص نوآوری کار می‌توان گفت که در سطح شهر اردبیل در خصوص فضای سبز شهری تحقیقات عدیده‌ای انجام گرفته است اما با توجه به موارد مطرح شده و بنابر اطلاعات نگارنده، تاکنون در زمینه ارزیابی میزان رضایت شهروندان از کیفیت خدمات پارک‌های شهری در سطح شهر اردبیل به خصوص پارک‌های منطقه گردشگری شورا بیل مطالعه جامع و دقیقی انجام نشده است و این امر از تازگی و ابتکاری بودن موضوع پژوهش حکایت می‌کند که می‌توان به نتایج نو و جالب توجه آن نیز اشاره کرد.

پیشینه پژوهش

دیمسل^۱ (۲۰۰۰)، در تحقیقی برای ارزیابی نظر مراجعه کنندگان به پارک‌های شهری به روش پیمایشی و تکمیل پرسشنامه در سه پارک آنکارای ترکیه به این نتیجه رسید که پارک‌های شهری به عنوان مناطق تفریحی، تشکیل یک زندگی مدرن را فراهم می‌آورند و هر چند که انتظار می‌رفت پارک‌ها توسط هر دو گروه جنسی به طور برابر استفاده شود اما بر طبق نتایج مردان نسبت به زنان بیشتر از پارک‌ها دیدن می‌کنند و این نشان‌دهنده قوانین سنتی جنسیتی موجود در جامعه است که تبعیت می‌شود. قربانی و تیموری (۱۳۹۵)، در تحقیق خود با عنوان «تحلیلی بر نقش پارک‌های شهری در ارتقای کیفیت زندگی شهری با استفاده از الگوی Seeking-escaping نمونه موردی پارک‌های شهری تبریز به این نتیجه رسیدند که شهروندان تبریزی بیشتر به منظور دسترسی به هوای سالم، تفریح خانوادگی، کسب نشاط و دوری از آلودگی‌ها و تنگی محیط مسکونی، پیاده روی، رفع خستگی و گریز از یکنواختی زندگی به پارک‌های شهری روی می‌آورند. کبریایی و رودباری (۱۳۹۴)، در تحقیقی برای بررسی شکاف کیفیت خدمات آموزشی دانشگاه علوم پزشکی زاهدان از دیدگاه دانشجویان از وضعیت موجود و مطلوب با تکمیل پرسشنامه جهت جمع‌آوری اطلاعات به این نتیجه رسیدند که رضایتمندی اکثریت قریب به اتفاق دانشجویان در هر پنج بعد کیفیت خدمات در سطح پایینی قرار داشت و تفاوت رضایتمندی در بین ابعاد کیفیت معنی دار بود. حکمت نیا و موسوی (۱۳۹۶)، با استفاده از اطلاعات جمع‌آوری شده به روش پیمایشی و با استفاده از ضریب همبستگی اقدام به سنجش میزان و عوامل مؤثر بر رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری یزد پرداختند نتایج تحقیق نشان داد که عواملی همچون رضایت اجتماعی، آگاهی اجتماعی، مشارکت شهروندی، سن، وضعیت اجتماعی و اقتصادی بر میزان رضایتمندی شهروندان تأثیرگذار بودند. لقائی و طبری (۱۳۹۴)، در تحقیقی تحت عنوان «مدیریت ایمنی در پارک‌ها و فضای سبز شهر تهران» برای تشخیص معیارهای مؤثر در ایمن‌سازی فضای سبز به بررسی می‌دانی و ارزیابی ۴ پارک (ملت، شریعتی، پارک جنگلی طالقان و سید خندان) پرداختند نتایج نشان داد که پارک جنگلی طالقان و سید خندان در رده آخر از لحاظ ایمنی قرار گرفته‌اند.

مبانی نظری

مفهوم خدمات و ویژگی‌های آن

خدمات از جمله فعالیت‌های اقتصادی هستند که بر اثر اعمال تغییری درخواست شده، در موضوع پذیرنده‌ی تغییر در زمان‌ها و مکان‌های خاص برای مشتریان فوایدی را ایجاد می‌کنند و مزایایی را فراهم می‌سازند (به نقل از حیاتی و همکاران، ۱۳۸۹: ۵).

^۱. Dimsel

خدمات می‌تواند برای مشتریان درونی و بیرونی تولید شوند. خدمات شامل دو جزء هستند، یک نتیجه فنی و یک نتیجه کارکردی. نتیجه فنی اغلب به چستی خدمت اشاره دارد، یعنی همان چیزی است که به مشتری ارائه می‌گردد از خروجی کارکردی نیز اغلب به چگونگی خدمت یاد می‌شود که در برگیرنده فرایند ارائه خدمت می‌باشد (به نقل از مفیدی چلان، ۱۳۹۱: ۱۷). در واقع خدمت به مشتریان شامل کلیه اموری است که شرکت به منظور جلب رضایت مشتریان و کمک به آن‌ها برای دریافت بیشترین ارزش از محصولات یا خدماتی که خریداری کرده‌اند انجام می‌دهد. هر چیزی که اضافه بر محصول فیزیکی عرضه و موجب تفکیک محصولات رقبا می‌شود، خدمت به مشتریان محسوب می‌شود (روستا، ونوس و ابراهیمی، ۱۳۹۱: ۲۴۵). خدمات دارای ویژگی‌هایی می‌باشد که به شرح ذیل می‌باشد:

نامحسوس بودن: به طور کلی، خدمات نامحسوس هستند. یعنی نمی‌توان قبل از خرید، آن‌ها را دید، مز مزه یا لمس کرد، شنید یا بو کرد. کسانی که می‌خواهند جراحی پلاستیک کنند، نمی‌توانند قبل از خرید نتیجه کار خود را مشاهده کنند. به همین ترتیب، مسافران هواپیما فقط دارای بلیط پرواز و قول مساعد تحویل تحویل سالم در مقصد هستند. از همین رو است که خریداران خدمات برای کاهش میزان مخاطره، به دنبال شواهدی خواهند بود که دال بر کیفیت خدمات باشند. قضاوت و نتیجه‌گیری‌های خریداران در خصوص کیفیت یک خدمت، ناشی از مشاهدات ایشان درباره‌ی مکان، اشخاص، تجهیزات، ابزارهای ارتباطی و قیمت می‌باشد. بنابراین وظیفه ارائه‌کننده خدمت این است که به طریقی خدمت را محسوس نماید (اسماعیل پور، ۱۳۸۴: ص ۳۲۷-۳۳۱).

تفکیک ناپذیری: کالاهای محسوس و لمس شدنی پس از تولید انبار می‌شوند، سپس فروخته می‌شوند و ممکن است مدتی طول بکشد تا به مصرف برسند. در مورد خدمات، وضع به گونه‌ی دیگری است خدمت ابتدا فروخته می‌شود سپس تولید می‌شود و همزمان به مصرف می‌رسد. بنابراین خدمت، صرف نظر از اینکه ارائه‌کننده آن اشخاص یا ماشین باشد، از ارائه‌کننده خود جدا نشدنی است. اگر شخص، ارائه‌کننده خدمت باشد، او بخشی از خدمت است. معمولاً چون مشتری در طول تولید خدمت حضور دارد، نوعی ارتباط متقابل میان خدمت‌دهنده و مشتری، به عنوان شکل خاصی از بازاریابی، به وجود می‌آید و در نتیجه خدمت‌دهنده و مشتری هر دو بر نتیجه خدمت تأثیر می‌گذارند (اسماعیل پور، ۱۳۸۴: ص ۳۲۷-۳۳۱).

تغییر ناپذیری: کیفیت خدمات بسیار متغیر است. بدین معنا که کیفیت یک خدمت به شخص ارائه‌کننده و زمان و مکان و نحوه ارائه خدمت بستگی دارد. برای مثال، بعضی از هتل‌ها از نظر کیفیت خدماتی، دارای شهرت و اعتبار خوبی هستند. همچنین در داخل هتل هم می‌توان کارمندان بشاش و کارآمد یا عبوس و کندکار مشاهده نمود. حتی کیفیت ارائه خدمت توسط یک کارمند نیز می‌تواند بسته به حوصله فرد متفاوت باشد (به نقل از حیاتی و همکاران، ۱۳۸۹: ص ۱۰).

فناپذیری: خدمات فناپذیر هستند یعنی خدمات را نمی‌توان برای فروش یا مصرف بعدی انبار کرد. در صورتی که مسافری از هواپیما جا بماند، نمی‌تواند ادعا کند چون از هواپیما استفاده نکرده است، حق دارد پولش را پس بگیرد، بلکه آن خدمت فقط در آن زمان آماده ارائه بوده و پس از آن از بین رفته است. زمانی که تقاضا یکنواخت است، فناپذیری خدمات، مشکلی ایجاد نمی‌کند اما مؤسسات خدماتی وقتی با مشکل مواجه می‌شوند که تقاضا برای خدمت ایشان دچار نوسان شود. مثلاً شرکت‌های اتوبوس رانی در طول روز ممکن است به اتوبوس‌های بیشتری نیاز پیدا کنند که اگر تقاضای خدمات حمل و نقل شهری در طول روز یکنواخت بود، این شرکت‌ها با این مشکل مواجه نمی‌شدند (اسماعیل پور، ۱۳۸۴: ص ۳۲۷-۳۳۱).

این ویژگی‌ها، باعث شده‌اند تا بحث تعریف و اندازه‌گیری کیفیت در حوزه خدمات، به طور کامل از حوزه کالاها متفاوت باشد لذا کیفیت خدمات را به صورت «متناسب با نیازهای مشتری» تعریف می‌کنند.

ابعاد کیفیت خدمات

مدل مفهومی کیفیت خدمات توسط پاراسورامان و همکارانش در سال ۱۹۸۵ مطرح گردید و پس از مطالعات این گروه به ابزار استاندارد جهت اندازه‌گیری کیفیت خدمات تبدیل شد و به سروکوال معروف گردید (پاراسورامان، ۱۹۸۵: ص ۳۶). مقیاس سروکوال در حالت عمومی و اولیه خود شامل ۲۲ جفت مؤلفه است که سری اول این مؤلفه‌ها سطح مورد انتظار پاسخ‌دهنده از یک خدمت خاص را اندازه‌گیری می‌کند و سری دوم، سطح ادراک شده از کیفیت خدمات ارائه شده توسط آن سازمان یا شرکت خاص را اندازه‌گیری می‌کند. شایان ذکر است که نام سروکوال از تلفیق دو واژه خدمت و کیفیت به دست آمده است.

- پاراسورامان ۱ و همکارانش در ابتدا ۱۰ شاخص را که در بر گیرنده کلیه ویژگی‌ها و مشخصه‌های مد نظر مشتری بود، شناسایی کردند. این ۱۰ شاخص عبارتند از:
- ۱- ابعاد فیزیکی: ظواهر و امکانات فیزیکی، تجهیزات، ظاهر پرسنل.
 - ۲- قابلیت اطمینان: توانایی ارائه قابل اطمینان و مداوم بودن خدماتی که به مشتریان وعده داده شده است.
 - ۳- پاسخگویی: تمایل به کمک به مشتری و ارائه خدمت به موقع می‌باشد.
 - ۴- توانایی (دانش): داشتن مهارت و دانش لازم جهت انجام خدمت را گویند.
 - ۵- رفتار پسندیده: ادب، احترام، ملاحظه کردن و دوستانه بودن ارتباط کارکنان با مشتریان را در بر می‌گیرد.
 - ۶- اعتبار و اعتماد: امین بودن، قابل اعتماد بودن و صداقت داشتن متصدیان خدمات را گویند.
 - ۷- امنیت و مصونیت: دور بودن از خطر، احتمال شک و شبهه و ابهام، امنیت و مصونیت می‌باشد.
 - ۸- دسترسی: قابلیت دسترسی و سهولت برقراری ارتباط را دسترسی می‌نامند.
 - ۹- ارتباطات: گوش سپردن به مشتری و تصدیق نظرات او، حفظ ارتباط با مشتریان
 - ۱۰- فهم و درک مشتریان: تلاش به منظور درک مشتریان و شناسایی نیازهای آنان (پاراسورامان، ۱۹۸۵: ۳۷).

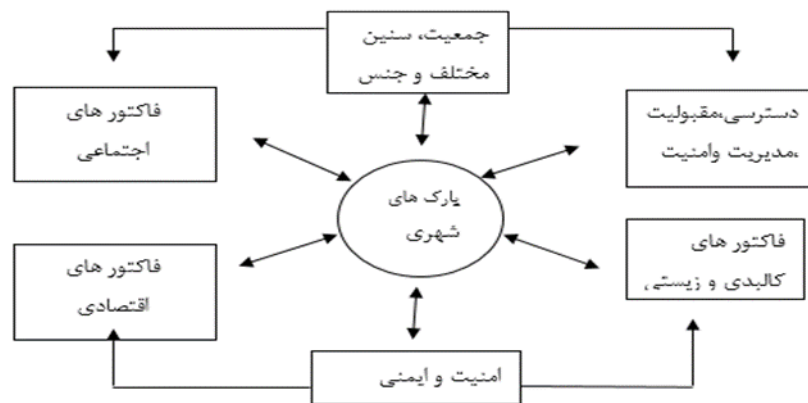
مفهوم فضای سبز شهری

از نظر زیست محیطی، فضای سبز شهری عبارت است از فضایی متشکل از گیاهان با ساختاری شبه جنگل و برخوردار از بازده اکولوژیک زیست محیطی معین و متناسب با شرایط زیست محیطی حاکم بر محیط زیست شهر. فضاهای سبز شهری عامل مهمی در جلوگیری از آلودگی‌های مختلف نظیر آلودگی هوا، آلودگی‌های صوتی، کاهش دما، افزایش رطوبت نسبی و جذب گرد و غبار و ... است. یکی از مهمترین آثار فضای سبز درون شهرها این است که زندگی کردن در جامعه شهری و صنعتی را برای انسان قابل تحمل کرده است (قرغی، ۱۳۸۸: ۸۵). فضای سبز شهری از دیدگاه شهرسازی نیز در برگیرنده بخشی از سیمای شهر است که از انواع پوشش‌های گیاهی تشکیل شده و به عنوان یک عامل زنده و حیاتی در کنار کالبد بی جان شهر، ساختار مرفولوژیک شهر را تعیین می‌کند (تیموری، ۱۳۸۹: ۱۴۱). همچنین در همین رابطه، تاپستا و همکاران، فضای سبز شهری را شامل نواحی گیاهی محصور شامل پارک‌ها، جایگاه‌های درخت کاری شده، درختان تنها در گوشه‌ای از شهر و خیابان و همچنین فضاهای سبزی که به عنوان دارایی شخصی افراد محسوب است، تعریف کرده‌اند. (Thaiustsa et al, 2008: 219) فضای سبز شهری به عنوان هر قطعه از زمین‌های پوشیده شده با پوشش گیاهی و اغلب به عنوان پارک، زمین‌های گلف، رشته‌های ورزشی و دیگر فضاهای باز ساخته شده داخل منطقه شهری که عموم به آن دسترسی داشته یا نداشته باشند تعریف شده است. فضاهای سبز اغلب شامل سیستم‌های زیست محیطی چند منظوره در داخل، پیرامون، و بین فضاهای سبز شهری و نیمه شهری، پارک فضای سبز عمومی است که استفاده از آن برای هر شهروند آزاد است (صالحی فرد، ۱۳۸۹: ۵۱).

جایگاه فضای سبز در شهرها

شهرهای جهان روز به روز در حال آلوده‌تر شدن هستند (Blanco et al. , 2009: 4). به طوری که رشد شهرنشینی و توسعه شهرها باعث کاهش فضاهای سبز در سطح شهر و احاطه شدن نماهای شهری با ساختمان‌ها و جاده‌ها و در نهایت باعث جدا کردن مردم از تماس با طبیعت و محیط‌های طبیعی شده است. (Abkar et al. , 2010: 5355) محیط‌های طبیعی، مکان‌هایی هستند که نقش به سزایی در سلامتی افراد جامعه دارند. مطالعات اخیر در کشورهای توسعه یافته همچنین نشان می‌دهد که پارک‌ها نیز به عنوان محیط‌های طبیعی در شهرها، نقش مهمی در سلامتی روحی - روانی (حمید و بابا میری، ۱۳۹۱: ۳۱۴) و فیزیکی ساکنین شهرها ایفا می‌کنند (Cecily et al. , 2009). (56 در واقع یکی از مهمترین عناصر چشم انداز شهری تأثیر

پذیرفته از شهرنشینی، فضای سبز می‌باشد. (Tendayi, 2012:3) فضای سبز شهری گستره‌ای از شرایط زیست محیطی را فراهم می‌آورد که می‌تواند با بیماری‌های شهری مقابله کند و ارتقای کیفیت زندگی ساکنان به ویژه سلامت جسمانی آنان را در پی داشته باشد. چنین فضاهای سبزی از نظر اندازه، پوشش گیاهی، گونه‌های جانوری، دسترسی به حمل و نقل عمومی، امکانات و خدمات بسیار متنوع هستند (Wolch, & Wilson, 2010:12). فضاهای سبز عمومی شامل جمله پارک‌ها، زمین‌های ورزشی، چشمه‌ها، نهرها، مسیرهای سبز، باغ‌های عمومی، درختان خیابان، محیط زیست محافظت شده می‌شوند. همچنین مستنداتی از تأثیر مثبت فضاهای سبز بر سلامت انسان وجود دارد. برای مثال در کلان شهرهای ایتالیا و بریتانیا، بازدید مکرر از فضاهای سبز تأثیر مثبتی بر سلامت روانی افراد دارد (Laforteza et al, 2009:8). مطالعات دیگری نیز تأثیر دسترسی به فضای سبز بر ارتقای فعالیت‌های فیزیکی و سلامت جسمانی صورت گرفته است. نزدیکی به فضای سبز با افزایش استفاده از فضا در ارتباط است. ویژگی‌های طراحی فضای سبز شهری، یک عامل مهم در ترویج فعالیت‌های اجتماعی برای جامعه شهری است، بنابراین تغییر الگوهای رفتاری انسان و هنجارهای فرهنگی در میان جوامع شهری را به همراه دارد. روابط اجتماعی قوی در درون جامعه شهری می‌تواند محیطی که با ارتباط، معنا و هدف همراه است، بوجود آورد. در حالی که عدم یکپارچگی ممکن است به احساس ناامیدی کمک کند و در نتیجه خطر ابتلا به علائم افسردگی را افزایش دهد. (Abada et al, 2007:5) بنابراین بازدیدکننده‌های معمولی فضای سبز و پارک‌های شهری به عنوان غریبه‌آشنایی هستند که می‌توانند به دوستان صمیمی یکدیگر تبدیل شوند. بنابراین تا زمانی می‌توانند از حضور دیگران لذت ببرند که فاصله فضای سبز شهری با فضاهای فرعی که در آن کاربران می‌توانند برای داشتن لحظات خصوصی، فعالیت‌ها و یا مشاهده دیگران وجود دارد، نادیده گرفته نشود. از این رو، فضای سبز و پارک‌های شهری بسیار مهم هستند، زیرا از آن به عنوان فضاهای که در آن گروه‌های مختلف قومی با هم امکان برقراری تعامل دارند، نام می‌برند. (Nurzuliza, 2012:2) بنابراین حس تعامل در میان ساکنان شهری فرصت برای شناختن محله خود و پیدا کردن دوستان و آشنایان صمیمی در منطقه را فراهم می‌کند همه این‌ها از ویژگی‌های فضاهای سبز عمومی و پارک‌های شهری است.



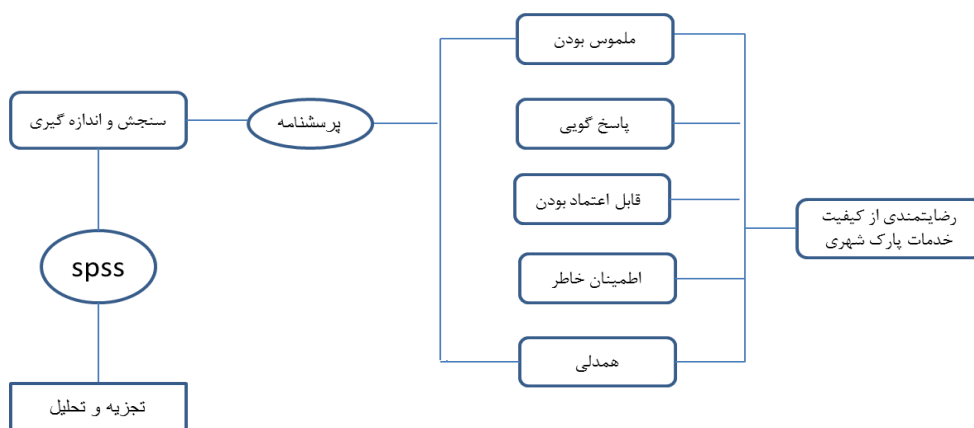
نمودار ۱- مدل مفهومی استفاده از پارک‌های شهری (Rabare et al. 2009:24)

روش پژوهش

پژوهش حاضر به ارزیابی رضایتمندی از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل شهر اردبیل با استفاده از مدل سروکوال می‌پردازد لذا با توجه به موضوع پژوهش جامعه آماری تحقیق را کلیه بازدیدکنندگان از پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل تشکیل می‌دهد. گاه برای حجم نمونه حد نصاب‌هایی ارائه می‌شود که خوب است محقق در تخمین حجم نمونه آن‌ها را در نظر داشته باشد تا حداقل حجم نمونه از آن کمتر نشود. حد نصاب‌های زیر نمونه‌ای از این موارد است:

- ۱- در تحقیق همبستگی حداقل حجم نمونه ۳۰ نفر است.
- ۲- در تحقیق علی و آزمایشی حداقل حجم نمونه ۱۵ نفر است.

۳- در تحقیق توصیفی زمینه یاب و پیمایشی حداقل حجم نمونه ۱۰۰ نفر است (حافظ نیا، ۱۳۸۷: ۱۳۹).



نمودار ۲- مدل مفهومی تحقیق

مدل‌های ارزیابی کیفیت خدمات

سنجش کیفیت در سازمان‌های خدماتی، سنجشی است از اینکه تا چه اندازه، خدمت ارائه شده انتظارات مشتریان را برآورده می‌سازد. در فرآیند دریافت خدمت، معمولاً مشتری حضور دارد و این به معنای آن است که ادراک مشتری از کیفیت، نه تنها از ستاده‌ی خدمت بلکه از فرآیند ارائه خدمت نیز متأثر است. کیفیت ادراک شده، طیفی است که در یک قسمت آن کیفیت ایده‌آل و در سمت دیگر کیفیت غیرقابل پذیرش قرار دارد. این ادراک‌ها در ارزیابی کیفیت خدمت ارائه شده، در کنار انتظارات مشتری قرار می‌گیرند (میرفخرالدینی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۱۰).

مدل سروکوال^۱

نام سروکوال برگرفته از کیفیت خدمات است. سروکوال یک مقیاس چند عاملی است که برای سنجش ادراک مشتری از کیفیت خدمات یک سازمان خدماتی یا خرده فروشی استفاده می‌شود. مقیاس سروکوال از مشهورترین روش‌های اندازه‌گیری کیفیت خدمات بوده که پاراسورامان، بری و زیتمال آن را به وجود آوردند. شروع کار آن‌ها مربوط به سال ۱۹۸۳ بود که پروژه اندازه‌گیری کیفیت خدمات، زیر نظر موسسه‌ی علوم بازاریابی آمریکا به تصویب رسید. تا آن زمان (۱۹۸۵) آن‌ها توانسته بودند یافته‌های خود را در سطح صنایع خدماتی همچون بانکداری، بیمه، کارت‌های اعتباری، مخابرات راه دور، تعمیر و نگهداری، بروکرهای ایمنی و شرکت‌های حمل و نقل جاده‌ای آزمایش کنند. این طیف وسیع از صنایع خدماتی، عمق کار آن‌ها را نشان داده و اعتبار نتایج پیشنهادی آن‌ها را مشخص می‌کند. آن‌ها به منظور انجام این طیف وسیع تحقیق‌ها، گروه‌های مصاحبه‌ای متعددی را با مشتریان، کارمندان، مدیران و نیروهای خط مقدم صنایع مذکور، انجام دادند که باعث شد مطالعات آن‌ها کاملاً عملی باشد و نتایج به دست آمده نیز اکنون جنبه کاملاً کاربردی دارد این مدل در سال ۱۹۸۸ توسط پاراسورامان و همکارانش برای سنجش کیفیت خدمات توسعه داده شد. سروکوال بر اساس ۵ محور کیفیت سرویس خدمات محاسبه می‌شود.

مدل سروپرف^۲

۱. Servqual model.

۲. Seropref Model.

با وجود کاربردهای فراوان مدل سروکوال، این مدل با انتقادهای متعدد نیز روبه رو بوده است. برای مثال، اعتبار و پایایی تفاوت‌های میان انتظارهای مشتریان و درک آن‌ها از عملکرد، مورد پرسش جدی قرار گرفته است. بر این اساس، تعدادی از محققان پیشنهاد کرده‌اند نمره‌های مرتبط با درک مشتریان از عملکرد، شاخص بهتری از کیفیت خدمات به شمار می‌آید. مدل مبتنی بر این ایده را سروپرف نامیدند (میرفخرالدینی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۱۵).

سروپرف از جمله مدل‌های برگرفته از مدل سروکوال است که توسط "کرونین و تیلور" ارائه شده است (کرونین و همکاران، ۱۹۹۲: ۵۶). این مدل پس از انتقادهای برخی از محققان به مدل سروکوال با ارزیابی نظر مشتری در مورد کیفیت خدمات و نه شکاف میان انتظارات و ادراک‌هایش در مورد خدمات دریافت شده، ارائه گردید (میرفخرالدینی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۱۵).

مدل کانو^۱

این دانشمند، در سال ۱۹۸۴ برداشت جالبی از عوامل موثر بر رضایت و نارضایتی مشتری به عمل آورده و چارچوبی برای شناخت این عوامل و اثر آن‌ها بر رضایت مشتری را معرفی کرده است. این روش نسبتاً ساده، بیشتر در مقوله‌های مدیریت کیفیت جامع کاربرد دارد. در این مدل، عوامل موثر با ایده گرفتن از تئوری دو فاکتوری سلامت هرزبرگ، به سه دسته عوامل اساسی (بایدها)، یک بعدی یا عملکردی و جذاب تقسیم می‌شوند. ویژگی‌های اساسی، حداقل‌های لازم هستند و نبود آن‌ها، نارضایتی شدید ایجاد می‌کند ولی وجود آن‌ها الزام بدیهی است و باعث رضایت نمی‌شود. ویژگی‌های عملکردی، در صورت وجود نسبت به سطح موجودیت آن‌ها باعث رضایت یا نارضایتی می‌شوند. ویژگی‌های جذاب، اگر نباشند نارضایتی ایجاد نمی‌کنند اما وجود آن‌ها باعث مسرور شدن مشتری می‌شود (کانو، ۱۹۸۴).

بحث و یافته‌های تحقیق

مجموع پاسخگویان مورد مطالعه در این پژوهش ۱۵۰ نفر می‌باشند جدول زیر توزیع پاسخگویان را بر حسب جنسیت و درآمد ماهیانه را نشان می‌دهد در این میان ۵۱/۳ درصد پاسخگویان را مرد و ۴۸/۷ درصد را زن تشکیل می‌دهند. طبق نتایج جدول، درصد پاسخگویان با کمترین درصد دو تا دو و نیم میلیون تومان درآمد ماهانه و ۳۱/۳ درصد با بیشترین فراوانی زیر ۵۰۰ هزار تومان درآمد ماهانه دارند.

طبق نتایج جدول ۱، ۱۳/۳ درصد پاسخگویان با کمترین درصد هر ماه یکبار و ۳۰ درصد پاسخگویان با بیشترین درصد هر هفته یکبار به پارک مراجعه می‌کنند. همچنین ۶/۷ درصد پاسخگویان با کمترین درصد بیان کرده‌اند که برای نوجوانان امکانات پارک با مشکل مواجه است که این مقدار بیانگر این می‌باشد که وضعیت پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل برای این گروه از مردم در وضعیت مطلوبی می‌باشد و ۳۸/۷ درصد با بیشترین درصد بیان کرده‌اند که برای کهنسالان امکانات پارک با مشکل مواجه می‌باشد سالمندی دوره‌ای که کاهش توان و فعالیت‌های افراد آنها را مستعد افسردگی و احساس تنهایی و ضعف می‌کند و حمایت‌های اجتماعی برای این بخش از جمعیت از اهمیت بالایی برخوردار است امید است شهرداری در احداث یا توسعه فضاهای سبز و پارکها به این مسئله توجه بیشتری داشته و در برنامه‌های خود به این مهم نیز بیشتر بپردازد.

جدول ۱- توزیع پاسخگویان بر حسب دفعات مراجعه به پارک و مشکلات آن برای گروه‌ها

دفعات مراجعه به پارک	درصد	مشکلات پارک برای گروه‌ها	درصد
هر روز یکبار	۲۴/۰	کودکان	۲۴/۰
هر هفته یکبار	۳۰/۰	نوجوانان	۶/۷
چند هفته یکبار	۱۸/۰	جوانان	۱۸/۰

۱۲/۷	میانسالان	۱۳/۳	هر ماه یکبار
۳۸/۷	کهنسالان	۱۴/۷	سایر
۱۰۰/۰	جمع	۱۰۰/۰	جمع

(ماخذ: نگارندگان)

توصیف متغیرهای پژوهش

در این قسمت به بررسی ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل با تاکید بر پنج بعد مدل سروکوال می‌پردازیم که به شرح ذیل می‌باشد:

بر اساس اطلاعات جمع آوری شده از پرسشنامه فراوانی پاسخ‌های ارائه شده توسط مراجعه کنندگان در خصوص ادراکات و انتظارات آنها در مورد شرایط فیزیکی خدمات به صورت جدول (۲) می‌باشد.

جدول ۲- فراوانی و درصد ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد فیزیکی

انتظارات		ادراکات		گزینه‌ها
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۰	۰	۱/۳	۲	خیلی کم
۰/۷	۱	۹/۳	۱۴	کم
۸/۰	۱۲	۵۰/۰	۷۵	متوسط
۲۰/۰	۳۰	۳۶/۷	۵۵	زیاد
۷۱/۳	۱۰۷	۲/۷	۴	خیلی زیاد

(ماخذ: نگارندگان)

ادراکات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد فیزیکی به این صورت است که ۱/۳ درصد به میزان خیلی کم، ۹/۳ درصد کم، ۵۰ درصد متوسط، ۳۶/۷ درصد زیاد و ۲/۷ درصد نیز خیلی زیاد رضایت دارند. این در حالی است که انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد فیزیکی به این صورت است که ۰ درصد به میزان خیلی کم، ۰/۷ درصد کم، ۸ درصد متوسط، ۲۰ درصد زیاد و ۷۱/۳ درصد نیز خیلی زیاد بدست آمده است.

در هر یک از مولفه‌های بعد فیزیکی بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان به پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل تفاوت وجود دارد و در تمامی مولفه‌ها میزان انتظارات از میزان ادراکات بیشتر است. بیشترین شکاف بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از مولفه‌های بعد فیزیکی را مولفه پاکیزگی محوطه پارک با شکاف ۱/۷۵ درصد به خود اختصاص داده که این مقدار بیانگر این است محوطه پارکها از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و بازدیدکنندگان از پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل از تمیزی محوطه پارک رضایت ندارند و کمترین شکاف نیز با ۱/۱۱ درصد مربوط به مولفه گونه‌های گیاهی، چمن کاری، درختان و گل‌های کاشته شده در پارک می‌باشد که بیانگر رضایت نسبی مردم از این مولفه می‌باشد.

ادراکات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد پاسخگویی به این صورت است که ۲ درصد به میزان خیلی کم، ۱۹/۳ درصد کم، ۴۸ درصد متوسط، ۲۷/۳ درصد زیاد و ۳/۳ درصد نیز خیلی زیاد رضایت دارند. این در حالی است که انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد پاسخگویی به این صورت است که ۰ درصد به میزان خیلی کم، ۲ درصد کم، ۹/۳ درصد متوسط، ۱۸/۷ درصد زیاد و ۷۰ درصد نیز خیلی زیاد بدست آمده است.

در هر یک از مولفه‌های بعد پاسخگویی بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان به پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل تفاوت وجود دارد و در تمامی مولفه‌ها میزان انتظارات از میزان ادراکات بیشتر است بیشترین شکاف بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از مولفه‌های بعد پاسخگویی را مولفه میزان پیگیری شکایات مراجعه کنندگان توسط مسولان با شکاف ۱/۶۰ درصد به خود اختصاص داده که این مقدار بیانگر این است پیگیری شکایات مراجعه کنندگان توسط مسولان از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و بازدیدکنندگان از پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل از این امر رضایت ندارند و کمترین شکاف نیز با ۱/۲۰ درصد مربوط به مولفه میزان پاسخگویی شفاف کارکنان و ماموران پارک به سوالات مراجعه کنندگان می‌باشد که بیانگر رضایت نسبی مردم از این مولفه می‌باشد.

ادراکات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد قابلیت اعتماد به این صورت است که ۰/۷ درصد به میزان خیلی کم، ۱۲ درصد کم، ۴۵/۳ درصد متوسط، ۳۸/۷ درصد زیاد و ۳/۳ درصد نیز خیلی زیاد رضایت دارند. این در حالی است که انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد قابلیت اعتماد به این صورت است که ۰ درصد به میزان خیلی کم، ۰/۷ درصد کم، ۸/۷ درصد متوسط، ۲۴/۷ درصد زیاد و ۲۴/۷ درصد نیز خیلی زیاد بدست آمده است.

ادراکات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد اطمینان خاطر به این صورت است که ۰/۷ درصد به میزان خیلی کم، ۸ درصد کم، ۴۴/۷ درصد متوسط، ۴۲ درصد زیاد و ۴/۷ درصد نیز خیلی زیاد رضایت دارند. این در حالی است که انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل بر اساس بعد اطمینان خاطر به این صورت است که ۰ درصد به میزان خیلی کم، ۰/۷ درصد کم، ۱۰/۷ درصد متوسط، ۲۰ درصد زیاد و ۶۸/۷ درصد نیز خیلی زیاد بدست آمده است.

در هر یک از مولفه‌های بعد اطمینان خاطر بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان به پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل تفاوت وجود دارد و در تمامی مولفه‌ها میزان انتظارات از میزان ادراکات بیشتر است بیشترین شکاف بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از مولفه‌های بعد اطمینان خاطر را مولفه قیمت مناسب مواد خوراکی و نوشیدنی‌های سرد و گرم در رستوران و فروشگاه با شکاف ۱/۲۶ درصد به خود اختصاص داده که این مقدار بیانگر این است که قیمت مواد خوراکی و نوشیدنی‌های سرد و گرم در رستوران و فروشگاه از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و بازدیدکنندگان از پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل از این امر رضایت ندارند و کمترین شکاف نیز با ۱/۰۴ درصد مربوط به مولفه میزان احساس ایمنی در استفاده از وسایل بازی و تاسیسات رفاهی پارک می‌باشد که بیانگر رضایت نسبی مردم از این مولفه می‌باشد.

آزمون فرضیه تحقیق

هدف از آزمون فرض‌های آماری تعیین این موضوع است که با توجه به اطلاعات بدست آمده از داده‌های نمونه، حدسی که درباره‌ی خصوصیتی از جامعه می‌زنیم تأیید می‌شود یا خیر. این حدس بنا به هدف تحقیق، نوعاً شامل ادعایی درباره مقدار پارامتر جامعه است. بنابراین یک فرض آماری ممکن است پذیرفته یا رد شود بدین صورت که برای ارزیابی فرضیه‌ها از آزمون تی و آزمون فریدمن براساس اطلاعات حاصل از پرسشنامه پرداخته می‌شود.

پایایی تحقیق

برای سنجش پایایی این پرسشنامه، یک نمونه گیری آزمایشی به عمل آمد، به این طریق که با مراجعه به پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل تعداد ۲۶ پرسشنامه به صورت تصادفی بین مراجعه کنندگان به پارک توزیع و جمع آوری گردید. روش آلفای کرباخ برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی به کار می‌رود که خصیصه‌های مختلف را اندازه گیری می‌کنند. بر این اساس ضریب پایایی محاسبه شده برای پرسشنامه تحقیق حاضر برابر با ۰/۹۳۸. بدست آمد. با توجه به اینکه این که حداقل ضریب پایایی لازم برای ابزار اندازه گیری در پژوهش‌های علوم انسانی ۰/۷ می‌باشد و ضریب آلفای کرباخ بدست آمده از این مقدار بیشتر بوده لذا پایایی ابزار اندازه گیری مورد تأیید قرار گرفت.

فرضیه تحقیق

بین عوامل اجتماعی و اقتصادی یا مؤلفه‌های (موارد ملموس، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، اطمینان خاطر و همدلی) مؤثر بر تولید و ارایه خدمات با کیفیت در منطقه گردشگری شورابیل تفاوت معناداری وجود دارد. جهت بررسی فرضیه فوق از آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شده است که نتایج آن در جدول زیر ذکر گردیده است.

جدول ۳- نتایج آزمون فریدمن جهت اولویت بندی متغیرها

رتبه	میانگین رتبه	متغیرها
۳	۳/۶۲	ادراکات بعد فیزیکی
۵	۳/۲۱	ادراکات بعد پاسخگویی
۲	۳/۷۳	ادراکات بعد قابلیت اعتماد
۱	۴/۰۲	ادراکات بعد اطمینان خاطر
۴	۳/۴۷	ادراکات بعد همدلی
۱	۷/۵۷	انتظارات بعد فیزیکی
۳	۷/۳۵	انتظارات بعد پاسخگویی
۴	۷/۳۳	انتظارات بعد قابلیت اعتماد
۴	۷/۳۳	انتظارات بعد اطمینان خاطر
۲	۷/۳۶	انتظارات بعد همدلی
	سطح معنی داری	ضریب
	۰/۰۰۱	۷۳۳/۱۵

همان طور که در جدول بالا ملاحظه می‌گردد، از نظر مراجعه کنندگان به پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل که در این پژوهش شرکت کرده‌اند، در ادراکات اولویت اول مربوط به اطمینان خاطر، اولویت دوم مربوط به قابلیت اعتماد، اولویت سوم مربوط به بعد فیزیکی، اولویت چهارم مربوط به همدلی و اولویت نهمی مربوط به بعد پاسخگویی مدل سروکوال بوده است و در حوزه انتظارات اولویت اول مربوط به بعد فیزیکی، اولویت دوم مربوط به بعد همدلی، اولویت سوم مربوط به بعد پاسخگویی و اولویت چهارم مشترکاً به ابعاد قابلیت اعتماد و اطمینان خاطر اختصاص یافت.

همچنین با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون فریدمن کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین می‌توان گفت که فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و بین عوامل اجتماعی و اقتصادی یا مؤلفه‌های (موارد ملموس، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، اطمینان خاطر و همدلی) مؤثر بر تولید و ارائه خدمات با کیفیت در منطقه گردشگری شورابیل تفاوت معناداری وجود دارد.

جهت بررسی فرضیه فوق ابتدا میانگین انتظارات و ادراکات و میزان شکاف بین آن‌ها از نظر پنج بعد کیفیت خدمات در جدول زیر ارائه شده است سپس با استفاده از آزمون تی جفتی معنی داری این تفاوت مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۴- میانگین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل و شکاف آن‌ها

	بعد فیزیکی	بعد پاسخگویی	بعد قابلیت اعتماد	بعد اطمینان خاطر	بعد همدلی
ادراکات	۳/۳۰	۳/۱۰	۳/۳۲	۳/۴۲	۳/۱۸
انتظارات	۴/۶۲	۴/۵۶	۴/۵۶	۴/۵۶	۴/۵۷
شکاف	۱/۳۲	۱/۴۶	۱/۲۴	۱/۱۴	۱/۳۹

(مأخذ: نگارندگان)

نتایج نشان می‌دهد که بیشترین شکاف، مربوط به شکاف بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل در بعد پاسخگویی است که بیانگر این می‌باشد که بیشترین نارضایتی مردم از این بعد می‌باشد و کمترین شکاف مربوط به شکاف بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل در بعد اطمینان خاطر است که بیانگر رضایتمندی نسبی مراجعه کنندگان می‌باشد.

نتایج حاصل از آزمون T جفتی برای مقایسه ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل در جدول زیر آمده است.

جدول ۵- نتایج آزمون T جفتی برای مقایسه ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورابیل

متغیر	میانگین	انحراف معیار	اختلاف میانگین	T	درجه آزادی	سطح معنی داری
بعد فیزیکی	ادراکات	۳/۳۰۰	۱/۳۲	-۱۷/۶۷۶	۱۴۹	/۰۰۰
	انتظارات	۴/۶۲۰	۰/۶۶۲۲۱			
بعد پاسخگویی	ادراکات	۳/۱۰۶۷	۱/۴۶	-۱۶/۱۲۳	۱۴۹	/۰۰۰
	انتظارات	۴/۵۶۶۷	۰/۷۴۵۶۱			
بعد قابلیت اعتماد	ادراکات	۳/۳۲۰۰	۱/۲۴	-۱۵/۹۳۴	۱۴۹	/۰۰۰
	انتظارات	۴/۵۶۰۰	۰/۶۸۰۳۱			
بعد اطمینان خاطر	ادراکات	۳/۴۲۰۰	۱/۱۴	-۱۳/۶۰۵	۱۴۹	/۰۰۰
	انتظارات	۴/۵۶۶۷	۰/۷۰۸۶۹			
بعد همدلی	ادراکات	۳/۱۸۶۷	۱/۳۹	-۱۴/۵۲۹	۱۴۹	/۰۰۰
	انتظارات	۴/۵۷۳۳	۰/۶۹۸۴۸			

(مأخذ: نگارندگان)

همان طور که از جدول (۱۴) ملاحظه می‌گردد مقدار میانگین بعد فیزیکی (موارد محسوس) برای حوزه انتظارات برابر با ۴/۶۲ و انحراف معیار برابر با ۰/۶۶ است و مقدار میانگین برای بعد فیزیکی در حوزه ادراکات برابر با ۳/۳۰ و انحراف معیار برابر با ۰/۷۳ است که با توجه به مقدار t با میزان $-۱۷/۶۷$ و sig که کمتر از ۰/۰۱ است می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین ادراکات و

انتظارات در بعد فیزیکی خدمات وجود دارد مقدار میانگین بعد پاسخگویی برای حوزه انتظارات برابر با $4/56$ و انحراف معیار برابر با $0/74$ است و مقدار میانگین برای بعد پاسخگویی در حوزه ادراکات برابر با $3/10$ و انحراف معیار برابر با $0/82$ است که با توجه به مقدار t با میزان $16/12-$ و sig که کمتر از $0/01$ است می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین ادراکات و انتظارات در بعد پاسخگویی وجود دارد مقدار میانگین بعد قابلیت اعتماد برای حوزه انتظارات برابر با $4/56$ و انحراف معیار برابر با $0/68$ است و مقدار میانگین برای بعد قابلیت اعتماد در حوزه ادراکات برابر با $3/32$ و انحراف معیار برابر با $0/75$ است که با توجه به مقدار t با میزان $15/93-$ و sig که کمتر از $0/01$ است می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین ادراکات و انتظارات در بعد قابلیت اعتماد وجود دارد مقدار میانگین بعد اطمینان خاطر برای حوزه انتظارات برابر با $4/56$ و انحراف معیار برابر با $0/70$ است و مقدار میانگین برای بعد اطمینان خاطر در حوزه ادراکات برابر با $3/42$ و انحراف معیار برابر با $0/73$ است که با توجه به مقدار t با میزان $13/60-$ و sig که کمتر از $0/01$ است می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین ادراکات و انتظارات در بعد اطمینان خاطر وجود دارد مقدار میانگین بعد همدلی برای حوزه انتظارات برابر با $4/57$ و انحراف معیار برابر با $0/69$ است و مقدار میانگین برای بعد اطمینان خاطر در حوزه ادراکات برابر با $3/18$ و انحراف معیار برابر با $0/86$ است که با توجه به مقدار t با میزان $14/52-$ و sig که کمتر از $0/01$ است می‌توان گفت که تفاوت معناداری بین ادراکات و انتظارات در بعد همدلی وجود دارد. در نتیجه با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان $0/99$ کمتر از $0/01$ است، بنابراین می‌توان گفت که فرضیه اول تأیید می‌شود و تفاوت معنی داری بین ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورا بیل وجود دارد.

نتیجه‌گیری

فضاهای سبز و پارک‌ها اهمیت بسیاری در حیات شهری دارند. آنها جزء معیارهای مهم رضایتمندی و آرامش شهروندان به شمار می‌روند. ارائه خدمات به شیوه‌ای که نیازهای جامعه را برطرف کند، امری ضروری است. کیفیت خدمات در محیط‌های عمومی نقش اساسی در توسعه و رشد شهری بازی می‌کند. بنابراین، توسعه فضای سبز و تفرجگاه‌ها، ایجاد جو مناسب برای ارتقاء کیفیت زندگی شهروندان و توازن بخش‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی شهری را به هدف خواهد داشت. تحقیق حاضر به بررسی ارزیابی کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتریان در فضاهای سبز شهری با تأکید بر شهر اردبیل می‌پردازد. داده‌های مورد استفاده از پرسشنامه‌ها و مطالعات کتابخانه‌ای برای تحلیل توصیفی-تحلیلی جمع‌آوری شده‌اند. تحقیق از مطالعات انجام شده در سال ۱۹۹۸ درباره نقش فضاهای سبز در افزایش رضایتمندی شهروندان و ارائه خدمات در شهرها آغاز شده است. مدل سروکوال به عنوان مدل تحقیق انتخاب شده و شاخص‌های رضایتمندی مشتریان مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین ویژگی‌های محیطی و اقلیمی شهر اردبیل، از جمله دمای سردترین و گرمترین ماه‌ها، مساحت فضای سبز و سطح تقاضای تفرجگاهی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که مساحت فضای سبز در شهر اردبیل به نسبت کم است و تلاش برای افزایش آن از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین مناطق گردشگری شهر، از جمله شورا بیل و سرعین، دارای پتانسیل جذب گردشگران هستند و نقش مهمی در جذب گردشگران به منطقه دارند. در این پژوهش ارزیابی رضایتمندی از کیفیت خدمات پارک‌های منطقه گردشگری شورا بیل شهر اردبیل با استفاده از مدل سروکوال در قالب ابعاد پنجگانه پرداخته ایم. نتایج حاصل شده از تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

- ۳۰ درصد مراجعه کنندگان هر هفته یکبار و ۲۴ درصد هر روز یکبار به پارک مراجعه می‌کنند.
- ۶۲ درصد مراجعه کنندگان با بیشترین فراوانی در زمان عصر به پارک مراجعه می‌کنند.
- ۶۵/۳ درصد مراجعه کنندگان با بیشترین فراوانی در فصل تابستان به پارک مراجعه می‌کنند.
- حدود ۳۸/۷ درصد برای کهنسالان و ۲۴ درصد برای کودکان امکانات پارک با مشکل مواجه است.
- حدود ۲۹/۳ درصد مراجعه کنندگان انگیزه خود را برای مراجعه به پارک گذران وقت با خانواده و ۲۰ درصد برای ورزش کردن بیان کردند.
- ۳۵/۳ درصد مراجعه کنندگان به پارک‌ها موقع حضور در پارک احساس رفع خستگی می‌کنند.

- ۲۶/۷ درصد مراجعه کنندگان با بیشترین فراوانی عامل اصلی محدود کننده در استفاده از پارک را مشغله زیاد بیان کرده اند.
- ۲۲ درصد با بیشترین فراوانی نزدیکی به محل سکونت را دلیل انتخاب این پارک بیان کرده اند.
- در این پژوهش در تمامی ابعاد مدل سروکوال بین ادراکات و انتظارات شکاف وجود دارد که نشانگر نارضایتی مراجعه کنندگان می باشد. میزان شکاف در بعد پاسخگویی ۱/۴۶ می باشد که بیشترین شکاف می باشد که بیانگر نارضایتی بیشتر مراجعه کنندگان از این بعد نسبت به سایر ابعاد است. بعد همدلی و شرایط فیزیکی خدمات و بعد قابلیت اعتماد در رده های بعد قرار دارند. همچنین بعد اطمینان خاطر با ۱/۱۴ کمترین شکاف را دارد. در بعد فیزیکی، مولفه ی پاکیزگی محوطه پارک بیشترین شکاف و بعد از آن مولفه ی امکانات فرهنگی و هنری پارک قرار دارد که خود نشانگر این موضوع می باشد که مراجعه کنندگان نسبت به این موارد رضایت نداشتند. در سایر مولفه ها هم به همین صورت بین ادراکات و انتظارات شکاف وجود دارد. در بعد اطمینان خاطر که در مقایسه با سایر ابعاد کمترین شکاف را دارد مولفه احساس ایمنی در استفاده از وسایل بازی و تاسیسات رفاهی پارک دارای کمترین شکاف نسبت به سایر مولفه های بعد اطمینان خاطر بوده است که نشان از رضایت نسبی مراجعه کنندگان نسبت به این مورد است. در بعد قابلیت اعتماد مولفه نحوه ارائه خدمات توسط کارکنان پارک دارای بیشترین شکاف می باشد که نشانگر نارضایتی بسیار زیاد مراجعه کنندگان از این مورد نسبت به سایر مولفه های بعد قابلیت اعتماد است که باید نسبت به پر کردن این شکاف اقدام کرد. در بعد پاسخگویی که بیشترین شکاف را نسبت به سایر ابعاد مدل سروکوال دارد مولفه میزان پیگیری شکایات مراجعه کنندگان توسط مسولان دارای بیشترین شکاف نسبت به سایر مولفه ها می باشد و در نهایت در بعد همدلی نیز مولفه میزان توجه به نیازهای افراد معلول، جانباز و سالخورده در پارک بیشترین شکاف را در بین موارد مربوط به همدلی دارد. همچنین از مون رتبه بندی فریدمن نشان داد که در ادراکات بعد اطمینان خاطر در رتبه اول قرار گرفت و ابعاد قابلیت اعتماد، فیزیکی، همدلی و پاسخگویی به ترتیب در رتبه های بعدی قرار گرفتند در بخش انتظارات نیز به این صورت بود که بعد فیزیکی رتبه اول را به خود اختصاص داد و ابعاد همدلی و پاسخگویی به ترتیب رتبه های دوم و سوم و ابعاد قابلیت اعتماد و اطمینان خاطر مشترکا در رتبه چهار قرار گرفتند با توجه به موارد ذکر شده می توان نتیجه گرفت که علی رغم خدمات و امکانات موجود در پارک های منطقه گردشگری شورا، رضایتمندی کلی مراجعه کنندگان را به همراه نداشته و در همه ابعاد مدل سروکوال شکاف به وضوح دیده می شود که می توان با راهکارهای مناسب سعی در کم کردن این شکاف ها و یا پر کردن آنها اقدام نمود که در قسمت بعد راهکارهایی ارائه گردیده است.
- با توجه به یافته های تحقیق و تجزیه و تحلیل آنها متوجه شکاف هایی بین سطح ادراکات و انتظارات مراجعه کنندگان از کیفیت خدمات پارک های منطقه گردشگری شورا، رضایتمندی کم است و در راستای بهبود وضعیت موجود پیشنهاداتی با توجه به میانگین انتظارات و ادراکات در زیر بیان شده است امید است با رفع مشکلات و شکاف ها، علی الخصوص در مواردی که دارای شکاف های بیشتر می باشند به توسعه و پیشرفت کیفیت خدمات پارک های منطقه گردشگری شورا، رضایتمندی ختم شود.
- با توجه به اینکه استفاده از پارکها بیشتر در فصل تابستان انجام می شود پیشنهاد می شود آب سرد کن هایی به تناسب اندازه و عملکرد پارک در مناطق مختلف پارک تعبیه شوند.
- بوفه و فروشگاه های عرضه مواد غذایی در پارک های منطقه گردشگری شورا، رضایتمندی لازم است نظارت بیشتری بر قیمت و بهداشت این اماکن از طرف مدیریت پارک انجام گیرد.
- مدیران و مسولان پارکها و فضای سبز برای افزایش میزان رضایتمندی از کیفیت خدمات ارائه شده در پارک، باید بستری مناسب برای همه استفاده کنندگان از پارکها در سنین مختلف فراهم نمایند. توجه به نیازهای کودکان و کهنسالان از جمله عواملی است که معمولا در طراحی پارک ها در کشور ما کمتر به آن کمتر توجه شده است. لذا می بایست توجه بیشتری برای این گروه از افراد به عمل آید.
- از آنجا که بیشتر مراجعه کنندگان بیشتر برای رفع خستگی به پارک مراجعه می کنند لازم است مکان هایی مناسب برای این منظور جدا از مکان های بازی کودکان و مکان های پخش موسیقی ایجاد گردد.
- ایجاد صندوق انتقادات و پیشنهادات در داخل پارک ها برای درک بیشتر از وضعیت موجود
- محوطه پارکها به طور مستمر مورد بازدید قرار گیرد چرا که بیشترین نارضایتی از بخش فیزیکی به این مورد اختصاص داشت.

- افزایش امکانات فرهنگی و هنری در پارک ها
- افزایش میزان پیگیری شکایت مراجعه کنندگان از سوی مسولان
- ارتقاء نحوه ارائه خدمات توسط کارکنان پارک
- افزایش ایجاد برنامه هایی نظیر نمایش و سیرک در پارک
- افزایش میزان نظارت بر عملکرد کارکنان از سوی مدیریت پارک
- افزایش میزان توجه به نیازهای افراد معلول، جانباز و سالخورده در پارک
- برای دستیابی به نیازهای مراجعه کننده به پارکها به طور مستمر از آنها نظر سنجی شود.
- برای فرهنگ سازی و بستر سازی برای استفاده بیشتر مردم از پارک ها از رسانه های جمعی به ویژه از تلویزیون استفاده شود.

منابع

۱. احمدزاده، ننه کران، سامسون. (۱۳۹۳). تحلیلی بر کاربری فضای سبز شهر اردبیل از دیدگاه برنامه ریزی شهری. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
۲. اسدپور، احمدعلی. (۱۳۹۶). بررسی رابطه صنعت توریسم با رشد اقتصادی با توجه به سند چشم انداز. مجله علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی منطقه‌ای، ۷(۳)، ۲۸۵-۲۹۵.
۳. برایادی، محمود. (۱۳۹۴). الفبای شهر (مجموعه مقالات ماهنامه شهرداری‌ها). انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
۴. بهاری، جعفر؛ کروی، مهدی؛ جهانیان، منوچهر و قادری، اسماعیل. (۱۴۰۰). تأثیر کیفیت خدمات گردشگری بر ارزش ویژه برند مقصد گردشگری ورزشی با توجه به نقش میانجی تصویر ذهنی و ارزش ادراک شده از مقصد گردشگری - منطقه شمالی استان البرز. مجله علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی منطقه‌ای، ۱۱(۴)، ۱۱۳-۱۲۷.
۵. پاکزاد، جهانشاه. (۱۳۸۹). مبانی نظری و فرآیند طراحی شهری (چاپ چهارم). تهران: انتشارات شهیدی.
۶. پورسراسکانرورد، محمد اکبر. (۱۳۸۸). ارزیابی و مکانیابی کاربری فضای سبز منطقه ۹ شهرداری تهران. فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۱(۱)، ۷۵-۱۰۴.
۷. ترابی فارسانی، نیما. (۱۳۸۴). فضای سبز اکولوژیک راهبردی مناسب برای توسعه فضای سبز پایدار. پیام سبز، (۴۰).
۸. جوانمرد، حبیب اله، و حسینی، سمانه. (۱۳۹۲). تعیین ارتباط بین تصویر ذهنی از فروشگاه، بعد مسافت، رضایت مشتری و نیت رفتاری خریداران (مطالعه موردی فروشگاه زنجیره ای شهروند تهران). مدیریت بازاریابی، ۸(۲۰)، ۸۵-۱۰۱.
۹. حبیبی، میترا. (۱۳۹۳). راهنمای طراحی منظر در شهر. تهران: انتشارات دانشگاه هنر.
۱۰. حبیبی، میترا. (۱۳۹۳). راهنمای طراحی منظر در شهر. تهران: انتشارات دانشگاه هنر.
۱۱. حمید، نجمه و بابا میری، محمد. (۱۳۹۵). بررسی فضای سبز و سلامت روان. مجله ارمان، ۱۷(۴)، ۳۰۹-۳۱۶.
۱۲. ربانی، رسول؛ نظری، جواد؛ و مختاری، مرضیه. (۱۳۹۰). تبیین جامعه‌شناختی کارکرد پارک‌های شهری (مطالعه موردی: پارک‌های شهر اصفهان). مطالعات پژوهشی شهری و منطقه‌ای، ۳(۱۰)، ۱۱۱-۱۳۴.
۱۳. روستا، احمد؛ ونوس، داور؛ ابراهیمی، عبدالحمید. (۱۳۹۴). مدیریت بازاریابی (چاپ ۱۲). تهران: انتشارات سمت.
۱۴. سعید نیا، احمد. (۱۳۸۳). کتاب سبز شهرداری‌ها، فضای سبز شهری (جلد نهم). تهران: انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
۱۵. سعیدنیا، احمد. (۱۳۷۹). کتاب سبز شهرداری‌ها و فضای سبز شهری (جلد نهم، ص ۱۵۶). مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهری.
۱۶. سید جوادین، سید رضا و الماسی، مسعود. (۱۳۸۲). ارزیابی کیفیت خدمات سازمان تامین اجتماعی از نظر کارکنان. مجله فرهنگ مدیریت، ۱(۳)، ۶۹-۹۳.
۱۷. شکویی، حسین. (۱۳۸۹). دیدگاه‌های نو در جغرافیای شهری (چاپ سیزدهم). تهران: انتشارات سمت.
۱۸. صالحی فرد و همکاران. (۱۳۸۹). تحلیلی بر ابعاد اجتماعی فضاهای سبز شهری با تاکید بر دیدگاه شهروندان. مجله علمی پژوهشی فضای جغرافیایی، ۱۰(۲۹)، ۵۱-۹۳.

۱۹. طرح جامع شهر اردبیل (ب ۱۳۹۰). تهران: وزارت راه و شهرسازی، اداره کل مسکن و شهرسازی استان اردبیل.
۲۰. فکری، فاطمه. (۱۳۹۳). ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با استفاده از ارزش‌گذاری مشروط (CVM) نمونه موردی: شورابیل اردبیل). پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز.
۲۱. کاووسی، محمدرضا؛ سقایی، عباس. (۱۳۸۸). روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری. تهران: شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، نشر آمه.
۲۲. مهدی‌پور، کوثر. (۱۳۹۱). ارتباط بین کیفیت خدمات (روش سروکوال) و رضایت‌مندی مشتریان استخرهای شهر تبریز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه تبریز.
۲۳. مهندسین مشاور آتک. (۱۳۹۲). طرح مجموعه‌ی تفریحی - فرهنگی دریاچه‌ی شورابیل. گزارش نهایی مرحله اول، شهرداری اردبیل.
۲۴. میرباقری هیر، میرناصر. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر شاخص‌های کلیدی بر توسعه منطقه‌ای - مطالعه موردی مدارس نمین. مجله علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۹(۲)، ۳۰۵-۳۱۵.
۲۵. میرفخرالدینی، سید حیدر؛ طاهری دمنه، محسن؛ و منصوری، حسین. (۱۳۸۹). شبکه‌های عصبی مصنوعی، رویکردی نوین در سنجش کیفیت خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۳(۱)، ۲۰۵-۲۲۵.
۲۶. نورانی، محدثه؛ آمار، تیمور؛ و قریشی، محمدباسط. (۱۴۰۱). ارزیابی توان اکولوژیکی روستاهای پیراشهری لنگرود برای توسعه گردشگری. مجله علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۲(۳)، ۱-۱۱.
27. Andrade, H., Alcoforado, M. J., & Oliveira, S. (2011). Perception of temperature and wind by users of public outdoor spaces: relationship with weather parameters and personal characteristics. *Journal of International Biometeorology*, 55, 665–680.
28. Barbosa, O., et al. (2017). Who benefits from access to green space? A case study from Sheffield, UK. *Landscape and Urban Planning Journal*, 83. Retrieved from www.sciencedirect.com
29. Blanco, H., Alberti, M., Forsyth, A., Krizek, K. J., Rodriguez, D. A., Talen, E., et al. (2015). Hot, congested, crowded and diverse: Emerging research agendas in planning. *Progress in Planning*, 71(4), 153–205.
30. Cowan, R. (2015). *The dictionary of urbanism*. Streetwise Press, pp. 121 & 280.
31. Daneshpour, Z. A., & Mahmoodpour, A. (2017). Exploring the people's perception of urban public parks in Tehran.
32. Khosravaninezhad, S., Abaszadeh, Z., Karimzadeh, F., & Zadehbagheri, P. (2009). Parks and an Analysis of their Role in Improving the Quality of Urban Life, Using Seeking-Escaping Model. *Proceedings REAL CORP 2015 Tagungsband*.
33. Lyytimäki, J., & Sipilä, M. (2018). Hopping on one leg – The challenge of ecosystem disservices for urban green management. *Urban Forestry & Urban Greening*, 8, 309-315.
34. Oguz, D., & Cakci, I. (2017). Changes in leisure and recreational preferences: A case study of ANKARA. *Journal of Scientific Research and Essays*, 5(8), 721-729.
35. Pigram, J. J., & Jenkins, J. M. (2015). *Outdoor recreation management (2nd ed.)*. London: Routledge.
36. Rohani, G. H. (2016). *Garden and Green Space Design (4th ed.)*. Tehran: Farhang Jame Press. [In Persian]
37. Shing, C. C., & Marafa, L. M. (2016). Research Update: Components of Urban Park Systems. *Parks and Recreation*, 26-30.
38. Tendayi, Gondo (2016). Spatial Planning and Open Space Integration in Urban Ethiopia: a Sustainable Accessibility Exegesis, 31–40.
39. Tzoulas, K., Korpela, K., Venn, S., Yli-Pelkonen, V., Kamierczak, A., Niemela, J., & James, P. (2017). Promoting ecosystem and human health in urban areas using Green Infrastructure: A literature review. *Landscape and Urban Planning*, 81(3), 167–178.
40. Wong, K.-K., & Domroes, M. (2014). Users' perception of Kowloon Park, Hong Kong: Visiting patterns and scenic aspects. *Chinese Geographical Science*, 14(3), 269-275.
41. Wu, Y.-Y., Wang, H.-L., & Ho, Y.-F. (2016). Urban ecotourism: Defining and assessing dimensions using fuzzy number construction. *Tourism Management*, 31(6), 739-743.