

تاریخ دریافت: ۹۰/۲/۲۴

تاریخ پذیرش: ۹۰/۷/۱۷

## ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت در گردشگری زمستانی

مورد مطالعه: دو مقصد زمستانی شمشک و دربندسر

لیلا وثوقی\*

دکتر فضیله دادور خانی\*\*

دکتر سید حسن مطیعی لنگرودی\*\*\*

دکتر محمد تقی رهنمایی\*\*\*\*

### چکیده

هدف از این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران زمستانی با تأکید بر ویژگی‌های مقاصد اسکی است. از الزامات موفقیت در گردشگری رضایت گردشگر، یکی از ارکان اصلی نظام گردشگری، است. توسعه گردشگری بدون آگاهی از چگونگی رضایت گردشگران و عوامل مؤثر بر آن ممکن نیست. این مقوله اگرچه در همه انواع و گونه‌های متنوع گردشگری از عوامل کلی تبعیت می‌کند، تفاوت‌هایی که فعالیت‌های گردشگری با یکدیگر دارند ایجاب می‌کند که

\* دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه تهران vossoughi.la@gmail.com (نویسنده مسئول)

\*\* دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران

\*\*\* استاد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا دانشگاه تهران

\*\*\*\* دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران

برخی از آنها مجزا مورد بررسی قرار گیرد. گردشگری زمستانی، پدیده‌ای متأثر از ویژگی‌های طبیعی، یکی از این گونه‌ها است. گردشگری زمستانی دلیل برخی از ویژگی‌های خاص از سایر انواع متمایز شده است و همچنین به دلیل اثرات مثبت و کارکرد مطلوب در توسعه برخی مناطق، اهمیت این بررسی‌ها را دو چندان می‌کند. محدوده این تحقیق دو تفرجگاه اسکی واقع در روستاهای شمشک و دربندسر است که به فاصله کمی از یکدیگر در شعاع عملکردی پایتخت قرار دارند. جامعه آماری تحقیق گردشگران اسکی هستند و نمونه‌گیری به صورت تصادفی از ۱۵۰ نفر از گردشگرانی انجام شد که در اسفند ماه ۱۳۸۹ مراجعه کرده بودند، روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است و داده‌های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است. مدل معادلات ساختاری در این تحقیق استفاده شده است. بر همین اساس مدل فرضی متشکل از ۵ ساختار پنهان و مبتنی بر ۷ گویه یا مسیر فرضی، طراحی شد که در تحلیل داده‌ها گویه‌ها در سطح اهمیت ۰/۰۵ تأیید شدند. نتایج نشان می‌دهد گردشگران از این مقاصد رضایت داشتند اما این رضایت بیشتر از آنکه ناشی از عرضه مناسب باشد، متأثر از ویژگی‌های خاص منطقه و علاقه و انگیزه شخصی به ورزش اسکی است.

واژگان کلیدی: رضایت گردشگر، گردشگری زمستانی، شمشک و دربندسر.

#### مقدمه

توسعه فعالیت‌های گردشگری زمستانی در مناطق کوهستانی دنیا، علاوه بر افزایش تقاضا، عمدتاً نتیجه عدم کارایی فعالیت‌های سنتی در اشتغال و درآمدزایی و محدودیت‌هایی است که بخش کشاورزی با آن روبرو است (Lasanta, 2007, 1326). گردشگری‌های ورزشی - تفریحی مدتهاست که به دلیل علاقمندان بسیار و بازتاب‌های فراوان اقتصادی در جهت بالابردن مشاغل محلی و افزایش رفاه اقتصادی به مثابه راهبرد رشد و توسعه اقتصادی در دستور کار برنامه‌های توسعه منطقه‌ای در نقاط مختلف جهان قرار گرفته است (Fleischer, 2000, 3). خصوصاً در مناطقی که امکان توسعه دیگر بخش‌های اقتصاد با محدودیت اساسی روبرو است. حتی با پذیرش

واقعیت فصلی و کوتاه مدت بودن دوره آن در بعضی مناطق جهان بیش از نیمی از درآمد سالیانه جوامع محلی از این طریق تأمین می‌شود (Goldsmith, 2001, 1). آغاز گردشگری زمستانی و به طور خاص اسکی، در شمشک به دهه‌های ۱۳۳۰ و ۴۰ و در بندسر به سال ۱۳۶۰ بر می‌گردد. اگرچه در ابتدا هدف از توسعه این نوع فعالیت ورزشی - تفریحی تنها پاسخ‌گویی به تقاضای علاقمندان بوده، به تدریج زندگی ساکن روستاهای محدوده با این فعالیت پیوند خورده و کماکان نیز ادامه دارد. تعداد گردشگران زمستانی طی این سال‌ها به موازات رشد جمعیت تهران و البته عمومیت یافتن آن نسبت به دهه‌های نخست، افزایش بسیاری یافته، اما در سال‌های اخیر تعداد این گردشگران در محدوده مطالعاتی کاهش یافته و به رشد مورد انتظار، نرسیده است. یکی از الزامات موفقیت در گردشگری رضایت گردشگران، - از ارکان اصلی نظام گردشگری، است که در ایران عمدتاً مورد غفلت قرار گرفته است. توسعه و موفقیت در گردشگری بدون در نظر گرفتن رضایت گردشگران و شناخت عوامل مؤثر بر آن ممکن نیست. رضایتمندی گردشگران که پدیده‌ای رفتاری است، از مهمترین عوامل رقابتی و بهترین شاخص برای تضمین کسب منفعت اقتصادی و توسعه محسوب می‌شود. آگاهی از میزان رضایت گردشگران زمستانی و عوامل مؤثر بر آن می‌تواند در توسعه راهبردهای بازاریابی آن مؤثر باشد. از طریق برآورد مدل‌های رضایت تصادفی می‌توان پی برد که رضایت چگونه بر تمایل به بازگشت گردشگران، با توجه به عملکرد و کارایی مقصد از طریق تحلیل رضایت اظهار شده توسط گردشگر، در ابعاد متفاوت بر مقصد اثر می‌گذارد (Alegre, 2010, 53).

درآمد سالیانه برخی از ساکنان وابسته به این ورزش است که از طریق اجاره خانه‌های محلی و ویلا، مربیگری اسکی، فروشندگی، کرایه لوازم اسکی و کارهای خدماتی تأمین می‌شود و مستقیماً از کاهش یا افزایش تعداد گردشگران تأثیر می‌پذیرد. با توجه به محدودیت و تنگناهای بخش کشاورزی و حتی صنعت خصوصاً در این منطقه کوهستانی، توجه و حمایت از اشتغال و درآمدزایی گردشگری اسکی و توسعه این فعالیت با تمرکز و توجه بر رضایت گردشگران،

می‌تواند به اقتصاد ناحیه کمک کند و بهره‌برداری بهتر ساکنان را نیز فراهم آورد. سؤال اصلی این تحقیق عبارت از این است که عوامل اصلی مؤثر در رضایت گردشگران زمستانی این مقاصد چیست؟ و همچنین ویژگی‌های مقاصد اسکی چه نقشی در این رضایت دارند؟ هدف این تحقیق بررسی رضایت و عوامل مؤثر بر آن و همچنین جوانب مهم گردشگری زمستانی در دو مقصد گردشگری زمستانی است. به منظور دستیابی به این هدف، ضمن مرور نظریه‌های موضوع با شناخت متغیرهای اثر گذار، این تحقیق به بررسی هر کدام از آنها در یک ارتباط فرضی با یکدیگر پرداخته است. در این رابطه با استفاده از مدل معادلات ساختاری، ساختارهای اثر گذار بر رضایت گردشگران زمستانی مورد توجه قرار گرفته است. یک مدل فرضی با ۵ ساختار پنهان مبتنی بر ۷ گویه و مسیر فرضی طرح شده است. با استفاده از داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌های گردشگران زمستانی، مسیرهای فرضی مدلسازی معادلات ساختاری آزمون شد.

#### پیشینه پژوهش

##### گردشگری زمستانی و پتانسیل مناطق کوهستانی

فصلی بودن، به معنای تمایل جریان‌های گردشگری به متمرکز شدن در دوران‌های نسبتاً کوتاهی از سال، یکی از مهمترین خصایص گردشگری است. گردشگری اغلب اوقات به سمت اوج و کاهش گردشگری در زمان‌های خاصی از سال است. این پدیده به طور عمده نتیجه دو عامل مهم اقلیم و تعطیلات است (Ahas, 2007). از این رو یکی از تقسیم‌بندی‌های رایج گردشگری، تقسیم‌بندی گردشگری به انواع تابستانی و زمستانی است. فصلی بودن از یک سو می‌تواند منجر به شکل‌گیری چشم اندازهای فصلی و فضاها متنوع گردشگری در برخی مناطق شود، چنانچه بسیاری از مقاصد گردشگری به دلیل این ویژگی‌ها متمایز و حتی معروف می‌شوند و برخی فعالیت‌ها که علاقمندان خاص خود را دارد مانند برخی فعالیتهای ورزشی - تفریحی اهمیت و گسترش می‌یابد، از سوی دیگر می‌تواند به عنوان پدیده‌ای ضد گردشگری عمل کند. این مسئله به خصوص برای جوامع محلی

که از گردشگری کسب درآمد می‌کند، مشکل‌زا است (Palang, 2007, 4). تلاش‌هایی چون طولانی کردن فصل اصلی گردشگری، ایجاد فصول جایگزین مبتنی بر جاذبه‌های دیگر، متنوع کردن و گسترش بازار و ایجاد جاذبه‌هایی برای زمان‌های افول، مانند برگزاری جشن‌ها یا رویدادهای خاص، و... در جهان انجام می‌گیرد که برخی با موفقیت‌هایی همراه بوده‌اند (Butler, 2000).

طی ۵۰ سال گذشته، تفریحات بیرونی در مناطق کوهستانی توسعه بسیار یافته که غالباً شامل فعالیت‌هایی مبتنی بر مهارت‌های ماجراجویانه چون ورزش‌های هوایی، کوهنوردی، اسکی و... است. این مناطق از مهمترین عرصه‌هایی هستند که با فعالیت‌های گردشگری ارتباط نزدیکی پیدا کرده‌اند. زیرا فرصت‌های متنوع‌تری را - نسبت به دیگر فضاها - جهت تفریح و گردشگری در اختیار علاقمندان قرار می‌دهند. مناطق کوهستانی بهترین مصداق گردشگری فصلی هستند و در اکثر مناطق کوهستانی جهان، به دلیل تغییرات شدید آب و هوایی گردشگری به صورت فصلی در می‌آید (Gilbert, 2000, 907). در عین حال نباید از این نکته غافل شد که مناطق کوهستانی دارای اکوسیستم حساسی است، به گونه‌ای که در مقابل سوء رفتارهای انسانی و تغییر کاربری‌ها و ساخت و سازها بسیار آسیب پذیر است. بنابراین، می‌توان گفت گردشگری (ورزش‌های) زمستانی که وابسته به بارش برف هستند - از جمله اسکی که از رایج‌ترین و محبوب‌ترین فعالیتهای زمستانی در جهان به شمار می‌رود، نیز می‌تواند برای محیط زیست مخاطره آمیز باشد (Luthe, 2007, 2). باید یاد آور شد توسعه اقامتگاه‌های اسکی منافع بسیاری را برای جامعه محلی دارد از جمله: تنوع اقتصادی و درآمدی، بهبود زیرساخت‌ها و خدمات و ایجاد امنیت روانی میان ساکنین و کاهش اثرات منفی وارده به محیط زیست (Lasanta, 2007, 1327). اساساً پیست بدون تسهیلات و امکانات لازم با توسعه پایدار گردشگری مغایرت دارد زیرا رضایت گردشگران را جلب نمی‌کند؛ دارای منافع اقتصادی نیست و به محیط زیست صدمات بسیاری وارد می‌کند (بدری و وثوقی، ۱۳۸۸، ۲۶).

گردشگری زمستانی در دهه‌های اخیر به دلیل ارائه خدمات ارزان قیمت و فراوان در جهان از انحصار قشر مرفه خارج شده و رواج بیشتری یافته و در مناطق

کوهستانی کشورهای توسعه یافته و بعضاً در حال توسعه جایگاه ویژه‌ای دارد. در کشورهای توسعه یافته برف به "طلای سفید" مشهور شده است، این درحالیست که برف در کشورهای در حال توسعه خصوصاً در مناطق روستایی اغلب مصیبت به بار می‌آورد (serbulent, 2007,1). گردشگری زمستانی همراه با فعالیت‌ها و ورزش‌های زمستانی یعنی فعالیت‌های است که به بارش مناسب برف وابسته است. مقصد ورزش‌های زمستانی می‌تواند اینگونه تعریف شود: «یک واحد جغرافیایی، اقتصادی، اجتماعی که مشتمل بر شرکت‌ها، سازمان‌ها، فعالیت‌ها، و ... است و برای سرویس دهی یا خدمات رسانی به نیازهای خاص گردشگران، فعالیت‌ها و ورزش‌های زمستانی به وجود آمده است (Flagestad, 2001). از مهمترین الزامات در ورزش‌های زمستانی، اطمینان از برف کافی در محدوده است. مناسب‌ترین میزان عمق برف برای این منظور ۳۰ تا ۵۰ سانتیمتر می‌باشد که حداقل ۱۰۰ روز ماندگاری داشته و این میزان به عوامل دیگری مانند جهت شیب و زاویه تابش آفتاب بستگی تام دارد (Kammer, 2002,109).

## رضایت گردشگر

رضایت گردشگر پدیده‌ای رفتاری است که از طریق ابعاد احساسی و شناختی فعالیت‌های گردشگری و ارزیابی عناصر و اشکال متعدد مقصد ایجاد می‌شود. رضایت کلی گردشگر از طریق ارزیابی او از ویژگی‌های متفاوت مقصد، مبنی بر انتظارات، شکل می‌گیرد و یکی از مهمترین عوامل در مراجعه مجدد گردشگران از یک مقصد به رضایت آنها از اقامت قبلی در آنجا بر می‌گردد. پی بردن به احساس گردشگر درباره یک مکان، اشاره غیر مستقیمی به ویژگی‌های مقصد از دیدگاه گردشگر در سطوح مختلف دارد (Alegre, 2010,54). رضایت گردشگر عامل کلیدی موفقیت در گردشگری شناخته شده است. بدیهی است اگر گردشگر راضی باشد، انگیزه بازدید یا ماندن بیشتر در مقصد و یا بازگشت دوباره و نیز پیشنهاد به دیگران را خواهد داشت. این مسئله هم در ارتباط با چگونگی عرضه گردشگری و هم در ارتباط با ویژگی‌های ماهوی یک مقصد قرار دارد. البته رضایت از خدمات و

رضایت از ویژگی‌های مقصد عمدتاً در رفتار گردشگر تفکیک پذیر است. تحقیقات پیرامون رضایت گردشگر، عمدتاً بر بررسی عوامل متعدد اثرگذار بر رضایت انجام گرفته است (WANG, 2009, 394). برخی از این عوامل اثرگذار که مورد توجه این مطالعه قرار گرفته اند عبارت اند از:

انتظارات: رابطه دو طرفه‌ای بین انتظارات و رضایت وجود دارد. انتظارات در ارتباط با نحوه عملکرد و نمود محصولات و خدمات قرار دارد. رضایت و عدم رضایت گردشگر منتج از مقایسه بین انتظار قبل از سفر و ارزیابی آنها بعد از سفر است. در واقع گردشگران عملکرد واقعی کالاها و خدمات را با انتظارات خود مقایسه می‌کنند و در صورت برآورده شدن انتظارات و بعضاً فراتر از انتظار، رضایت حاصل می‌شود (پیرس، ۱۳۸۹، ۲۷۰). هرچند گاهی اوقات وقتی از گردشگر در رابطه با انتظارات او سؤال می‌شود، انتظار خاصی ندارد و یا انتظارش مبهم است. کیفیت درک شده: ارزیابی کلی گردشگر در ارتباط با محصول است. به عبارت دیگر درک ویژگی‌های مقصد از دیدگاه گردشگر است که با انتظارات گردشگر نیز در ارتباط است.

شکایات یا نارضایتی: عبارت است از مواردی که در گردشگر، نارضایتی ایجاد کرده است. اگرچه ارتباط منفی بین شکایت و رضایت وجود دارد، رسیدگی مؤثر به شکایات گردشگر می‌تواند اعتبار و شهرت بازار را بالا ببرد؛ بنابراین، موارد نارضایتی گردشگر نیازمند توجه کافی است (Bigne, 2001, 611).

وفاداری: به معنای پیش‌بینی بازگشت و پیشنهاد به دیگران است. علاوه بر این ارتباط بین شکایت گردشگر و وفاداری او قابل تغییر است. زیرا این احتمال وجود دارد که رسیدگی و برطرف کردن عواملی که در گردشگر نارضایتی ایجاد کرده، در طی زمان بر وفاداری اثر گذارد و در صورت تبدیل شکایت به وفاداری توفیق در توسعه گردشگری حاصل می‌شود (WANG, 2009, 394) (Konu, 2010, 2-7). با توجه به اهمیت مطالعات رضایت گردشگر از سال ۲۰۰۰ وارد فاز جدیدی شده و عمدتاً بر گونه‌های خاص گردشگر، با توجه به انواع متنوع گردشگری، متمرکز

شده است. یکی از این گونه‌ها گردشگران زمستانی هستند که در سال‌های اخیر مطالعات متعددی در رابطه با آنان انجام شده است. گردشگر زمستانی طبق تعریف فردی است با انگیزهٔ پرداختن به ورزش‌های زمستانی و لذت بردن از جاذبه‌های طبیعی وابسته به برف، که در این رابطه اسکی رایج‌ترین و پرطرفدارترین ورزش زمستانی شناخته می‌شود (Beyazit, 2010, 679).

پیرس<sup>۱</sup> (۲۰۰۵)، که مطالعات بسیاری در رابطه با گردشگری زمستانی انجام داده بیان می‌کند عمدتاً تصمیم سفر به یک تفریحگاه اسکی مرتبط با ویژگی و انگیزه‌های فردی ویژگی‌های مقصد و قابلیت یک مقصد در برآورده ساختن انتظارات این گردشگران است. مشخصه‌هایی توسط وی و کونو تحت عنوان ویژگی‌های مقصد اسکی شناسایی شده که در رضایت گردشگران اسکی دخالت دارند و که عبارت‌اند از:

شیب و تنوع مسیرهای اسکی؛ شرایط و کیفیت برف (امنیت، قابلیت اعتماد و عمق برف، دسترسی به برف پودری)؛ فاصله و دسترسی به پیست (در صورت نزدیکی، زمان بیشتری می‌توان به اسکی اختصاص داد)؛ هزینه و کیفیت خدمات اسکی (فواصل کوبیدن برف، بالابرها، مدت انتظار درنوبت و...)؛ هزینه و کیفیت خدمات غیر اسکی؛ محیط و فضای پیست؛ اطلاعات (نقشه پیست، مسیرها، شیب‌ها و نقاط مخاطره‌آمیز و مستعد بهمن، اطلاعات هواشناسی)؛ امکانات و فعالیت‌های تفریحی غیراسکی و مرتبط با برف؛ امکانات و فعالیت‌های تفریحی و سرگرمی‌های غیرمرتبط با برف؛ امکان اسکی در شب (وجود نورپردازی مناسب)؛ رستوران و خدمات پذیرایی داخل پیست و بیرون پیست (تنوع، کیفیت، گنجایش)؛ رفتار، برخورد و مهارت کارکنان؛ رفتار و برخورد مردم محلی؛ امکانات اقامتی (فاصله تا پیست، کیفیت، کمیت، قیمت)؛ امکانات خرید و تهیهٔ ملزومات (اسکی و غیر اسکی) (Kurt & Renzel, 2008, 5) (Konu, 2010, 2-7) (Pearce & Foster, 2007).

نتایج مطالعات در این ارتباط حاکی از آن است که همهٔ این موارد در گردشگری اسکی، دارای اهمیت است و تفاوت عمدتاً در مهمترین عوامل بوده



است. مثلاً نتایج مطالعات ریچارد (۱۹۹۶) و گادفری<sup>۱</sup> (۱۹۹۹)، نشان داده که کیفیت برف و تنوع مسیرهای اسکی از مهمترین عوامل در رضایت و بازگشت مجدد گردشگران است. در مقابل، دیکسون و فالکس<sup>۲</sup> (۲۰۰۷)، دریافتند که وجود فعالیتهای بعد از اسکی مانند فرصت‌های شرکت در فعالیتهای تفریحی و سرگرمی‌های دیگر، خرید و رستوران از مهمترین عوامل مؤثر در رضایت گردشگران بوده است.

متسلر<sup>۳</sup> (۲۰۰۸)، در مطالعه اخیر خود درباره رضایت گردشگران اسکی در تأیید نظرات آنان دریافت که رستوران و خدمات پذیرایی به راستی مهمترین تعیین کننده‌های رضایت کلی گردشگر هستند که البته همه اینها از کیفیت و امنیت شیب‌های اسکی نیز تبعیت می‌کند. در مطالعات هودسن و شرفرد<sup>۴</sup> (۲۰۰۸)، مهمترین عوامل در رضایت مرتبط با خدمات خصوصاً اطلاعات و امکانات اقامتی است (Konu, 2010, 2-7).

تمرکز بسیاری از این مطالعات بر ویژگی‌های مقصد است زیرا اینطور فرض می‌شود که وقتی تصمیم به سفر برای اسکی گرفته می‌شود، انتخاب مقصد بستگی بسیاری به ویژگی‌های مقاصد دارد (Yashimura, 2003, 23). بعضاً این ویژگی‌ها در ارتباط با برخی ویژگی‌های فردی می‌تواند متفاوت باشد که البته این نکته خیلی ارزشمند و قابل تعمیم حتی در یک مقصد نیست. به عنوان نمونه کورت و همکاران وی (۲۰۰۸) بیان می‌کنند که برای گردشگران جوانتر نحوه برخورد کارکنان دارای اهمیت بیشتری است یا اینکه گردشگران ماهر و به خصوص مردان در مقایسه با افراد کم تجربه اهمیت بیشتری به مسیرها و شیب می‌دهند و در اسکی بازان زن رضایت از رستوران و فضای پیست بیشتر مطرح است (Kurt & Renzel, 2008, 5).

بنابراین، ویژگی‌های متفاوتی در ارتباط با رضایت گردشگران اسکی مطرح است و تفاوت‌ها عمدتاً در ارتباط با درجه اهمیت موارد است که با توجه به برخی عوامل می‌تواند متفاوت باشد. اگرچه شناخت مهمترین عوامل رضایت اهمیت دارد،

1- Godfrey

2- Dickson & Faulks

3- Matzler

4- Hudson & Shephard 1998

نمی‌توان گفت که موارد دیگر اهمیت کمتری دارند. علاوه بر این عوامل که دلالت بر ویژگی‌های یک مقصد زمستانی و کیفیت درک شده آن از سوی گردشگران به عنوان یک ساختار مهم دارد ساختار انتظارات نیز بر رضایت گردشگران اثر می‌گذارد. این ساختار در ارتباط با تجربه پیشین فرد و یا تصویری که توسط دیگران، یا رسانه‌ها و تبلیغات ایجاد شده قرار می‌گیرد. دو ساختار دیگر شکایات و وفاداری در واقع نتایج حاصل از رضایت هستند (WANG, 2009, 392). در ارتباط فرضی بین ساختارها، ساختار رضایت ساختاری پنهان است که برای بررسی آن بایستی ساختار یا متغیرهای آشکاری مطرح شوند.

جدول ۱. خلاصه‌ای از مطالعات پیرامون رضایت گردشگر، متغیرها و ساختارهای مورد استفاده

نویسنده	نمونه	متغیر یا ساختارهای مورد استفاده
بین و سنچز ۲۰۰۱	بررسی رفتار گردشگر بعد از سفر با استفاده از مدل معادلات ساختاری	کیفیت، بازگشت، پیشنهاد، رضایت، تصویر مقصد
کورت و همکاران ۲۰۰۸	رضایت گردشگران در مناطق اسکی با استفاده از مدل معادلات ساختاری	رضایت کلی، در ارتباط با ساختارهای فرعی مرتبط با اسکی
وانگ و همکاران ۲۰۰۹	ارزیابی نتایج رضایت گردشگر با استفاده از مدل معادلات ساختاری	رضایت در ارتباط با انتظارات، تصویر مقصد، ارزش درک شده
الگر ۲۰۱۰	مدل رضایت - عدم رضایت، مدل سازی رضایت کلی	متغیرهای جمعیت شناختی، رضایت و عدم رضایت، ویژگی مقصد
کونو و لاکانن ۲۰۱۰	معیارهای انتخاب مقصد اسکی و عوامل اثرگذار بر رفتار با استفاده از تحلیل عاملها	انتخاب مقصد اسکی، نوع اسکی و رضایت مندی
پیرس ۲۰۰۵	رضایت گردشگران اسکی با استفاده از تحلیل عاملها	ویژگی‌های مقصد و رضایت گردشگران اسکی

منبع: (WANG, 2009, 394) (Bigne, 2001, 611) (Alegre, 2010, 54) (Konu, 2010, 2-7)

(Pearce & Foster, 2007) (Kurt & Renzel, 2008, 5)

### بررسی رضایت گردشگران در مدل معادلات ساختاری

این مدل زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که متغیرها و روابط بین آنها خود قابل ارزیابی نیستند و برای سنجش آنها از متغیرهای دیگری (آشکار) استفاده می‌شود (Pugesek, 2003). اولین مرحله ایجاد یک مدل فرضی بر اساس سؤالات و اهداف تحقیق است که ساختارهای پنهان و سازه‌های ساختاری نظری را تشکیل می‌دهد (شکل ۱). این شکل نمایش گرافیکی مدل معادلات ساختاری است. به دلیل ویژگی‌های این مدل استفاده از آن در مطالعات گردشگری نیز بسیار رواج یافته است؛ خصوصاً در بررسی دیدگاه‌ها و نگرش گردشگران نسبت به موضوعات مختلف گردشگری و همچنین نگرش جامعه محلی نسبت به گردشگری. زیرا برای بررسی این دیدگاه‌ها لازم است متغیرهایی مورد سنجش قرار گیرند مستقیماً سنجش پذیر نیستند (Yoon, 2001, 365).

شکل ۱ مدل فرضی رضایت گردشگر است که براساس ۷ گویه یا مسیر فرضی در ارتباط با ۵ ساختار پنهان را نشان می‌دهد؛ ساختاری اصلی رضایت در میان علل و نتایج رضایت گردشگر قرار دارد. گویه‌ها و مسیرها بر اساس ساختارهای (متغیرها) پنهان و آشکار طرح شده اند که به شرح زیر است:

انتظارات گردشگران اثرات مثبتی بر رضایت گردشگران دارد.

کیفیت درک شده از یک مقصد اثرات مثبتی بر رضایت دارد.

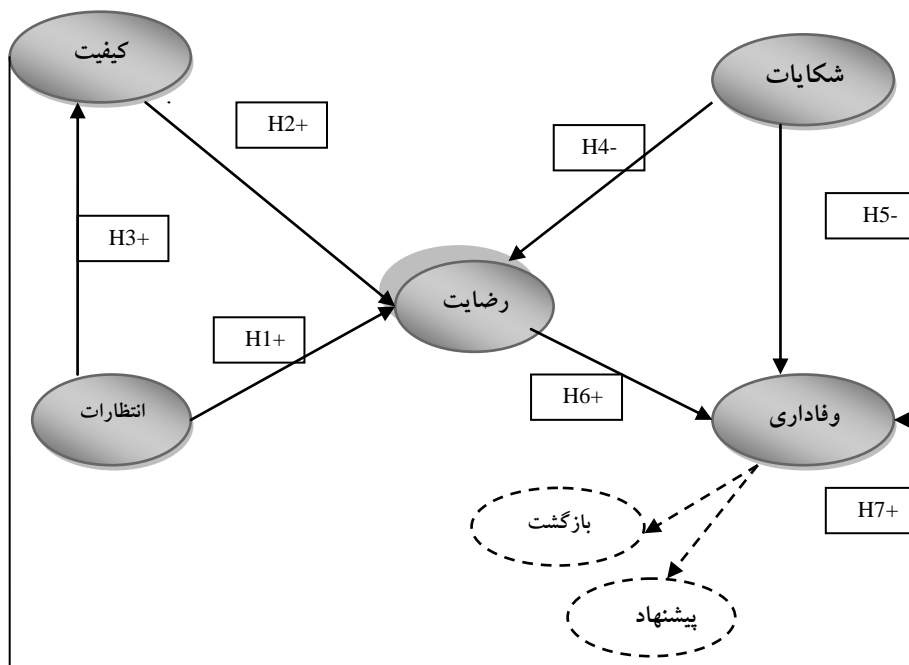
انتظارات گردشگران اثر مثبتی بر کیفیت درک شده دارد.

شکایات گردشگر از یک مقصد رابطه عکس با رضایت گردشگر دارد.

بین شکایت گردشگر و وفاداری گردشگر از یک مقصد رابطه عکس وجود دارد.

ارتباط مثبتی بین رضایت و وفاداری گردشگر از یک مقصد وجود دارد، هرچه رضایت بیشتر باشد احتمال بازگشت و پیشنهاد آن به دیگران بیشتر است.

ارتباط مثبتی بین کیفیت درک شده و وفاداری وجود دارد، هر چه کیفیت درک شده بهتر باشد احتمال بازگشت و پیشنهاد آن به دیگران بیشتر است.



شکل ۱. مدل فرضی رضایت گردشگر

انتظارات گردشگر در رضایت گردشگر بعد از تجربه سفر مؤثر است و عمدتاً مستقیماً ارزیابی نمی‌شود بلکه از طریق سطوح متفاوتی از متغیرهای آشکار سنجیده می‌شود. در این مطالعه در سه سطح انتظارات کلی، انتظارات در رابطه با خدمات اسکی و نیز خدمات غیر اسکی مورد بررسی قرار گرفت. رضایت و عدم رضایت گردشگر نتیجه مقایسه بین انتظارات قبل از سفر و ارزیابی او بعد از سفر است. نقش انتظارات بر رضایت ممکن است با تجربه قبلی فرد ارتباط داشته باشد. کیفیت درک شده به ارزیابی کلی گردشگر از محصولات و ویژگی‌های مقصد در رفتار گردشگر بر می‌گردد. بنابراین، کیفیت درک شده در ارتباط ویژگی‌های مقصد نیز در ارزیابی رضایت به کار می‌رود. در این بخش دیدگاه‌های گردشگران اسکی، در ارتباط با ویژگی‌های دو پیست و محیط پیرامون آن مورد توجه قرار دارد (Bigne, 2001, 610).

## روش شناسی تحقیق

روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌های محقق ساخته در راستای اهداف تحقیق بوده است. هدف از این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران زمستانی با تأکید بر ویژگی‌های مقاصد اسکی است. در این راستا مدل‌های مختلفی برای بررسی رضایت مطرح شده است. یکی از آنها مدل معادلات ساختاری است. گردشگران زمستانی جامعه آماری این تحقیق هستند که نمونه‌گیری به صورت تصادفی از ۱۵۰ نفر از گردشگرانی صورت گرفته که در اسفند ماه ۱۳۸۹ به پیست شمشک و دربندسر مراجعه کرده بودند. از مقیاس ۵ طیفی لیکرت برای گزینه‌ها استفاده شد (۵: کاملاً موافق یا کاملاً راضی و ۱: کاملاً مخالف یا کاملاً ناراضی).

ساختارهای انتظارات و کیفیت درک شده (ویژگی‌های مقصد) متغیرهای مستقل و ساختارهای رضایت و عدم رضایت (شکایات) و وفاداری (بازگشت مجدد و پیشنهاد به دیگران) متغیرهای وابسته این تحقیق است. ویژگی‌های مقاصد اسکی به عنوان یک ساختار با ساختارهای دیگر و اثرات مستقیم و غیر مستقیم آنها بر رضایت گردشگر به منظور بررسی رضایت گردشگران مورد سنجش قرار گرفته است. تحلیل داده‌ها در دو مرحله انجام شد. در مرحله اول پایایی برای ارزیابی پایداری و سازگاری گزینه‌های مورد سنجش و در مرحله دوم ارزیابی برازش برای مدل معادلات ساختاری و آزمون فرضیه‌ها انجام شد. نرم افزارهای SPSS و Lisrel برای تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. براساس متغیرهای اثرگذار مدل فرضی متشکل از ۵ ساختار پنهان، مبتنی بر ۷ گویه یا مسیر فرضی طرح شد که در تحلیل داده‌ها گویه‌ها در سطح اهمیت ۰/۰۵ تأیید شدند.

## ناحیه مطالعاتی و مشخصات پیست‌ها

محدوده مطالعاتی از نظر تقسیمات سیاسی - اداری مجموعه‌ای روستایی در بخش شمالی بخش رودبار قصران، شهرستان شمیرانات، استان تهران است. این مجموعه با محوریت روستاهای شمشک بالا و پایین و دربندسر و همچنین جیرود، سفیدستان

و دورود دارای ۲۳۸۳ نفر/۷۰۲ خانوار (در سال ۱۳۸۵) است. این منطقه کوهستانی است و این سکونتگاه‌های روستایی، در موقعیت دره‌ای و پایکوهی و در ارتفاع حدوداً ۲۵۰۰ متری از سطح دریا، شکل گرفته‌اند. اگرچه آب و هوای منطقه به طور کلی سرد و کوهستانی است، هوای قسمت‌های شمالی (محدوده مطالعاتی) به دلیل ارتفاع بیشتر سردتر و فصل سرما طولانی‌تر است که این ویژگی عملکرد خاصی به این روستاها - شمشک بالا و پایین و به دنبال آن دربندسر- در ارتباط با فعالیت‌های گردشگری زمستانی، بخشیده است. این محدوده که از بارش مناسب برف برخوردار است، با توجه به نوسانات بارش در سال‌های مختلف، حدود ۳-۴ ماه از سال، دارای پوشش مناسب برف جهت ورزش‌های زمستانی است.

سابقه گردشگری زمستانی در این منطقه به دهه‌های ۳۰ و ۴۰ شمسی بر می‌گردد\*. به مرور زمان و خصوصاً در دو دهه اخیر از لحاظ کمی و کیفی گسترش بسیاری یافته است. محدوده مطالعاتی حاضر دو پیست اسکی گردشگری است که بسته به زمان بارش برف و برف‌گیری مناسب در بهترین حالت از اوایل آذرماه آغاز و با توجه به ماندگاری برف تا اواسط فروردین می‌توان اسکی کرد. البته گرم شدن زمین و کوتاه شدت فصل سرما اثرات خود را بر کوتاه شدن فصل اسکی منطقه، نسبت به دهه‌های گذشته، برجای گذاشته است. پیست اسکی شمشک، در سال ۱۳۳۷ مورد بهره‌برداری و از سال ۱۳۴۲ زیر نظر فدراسیون اسکی قرار گرفت. پیست دربندسر در سال ۱۳۶۱ با تلاش گروهی از علاقمندان و پیشکسوتان ورزش اسکی در محدوده روستای دربند و در فاصله کمی از شمشک تأسیس شد. ویژگی این پیست‌ها در جدول ۲ بیان شده است.

---

\* به طور کلی وجود مناطق پربرف کوهستانی و شرایط نسبتاً پایدار اقلیمی در برخی از نواحی ایران موجب شده است که ورزش اسکی به صورت امروزی اش از سال ۱۳۱۰ آغاز شود و با تشکیل فدراسیون در سال ۱۳۲۵ عنوان یکی از دیرپا ترین رشته های جدید ورزشی در کشور را به خود اختصاص دهد (منبع: فدراسیون اسکی).

جدول ۲. ویژگی‌های تفریحگاه‌های زمستانی ناحیه مطالعاتی

در بندسر	شمشک	پیست‌ها امکانات و ویژگی‌ها
۱۳۶۱	۱۳۴۲	سال ساخت
۶۰	۵۷	فاصله تا تهران (به کیلومتر)
۴ ماه	۴ ماه	تعداد ماه‌های فعالیت
۳۰۵۰	۳۰۵۰	حداکثر ارتفاع
۲۶۰۰	۲۵۵۰	حداقل ارتفاع
ندارد	۱	هتل (فعال)
۲	۴	مراکز پذیرایی داخل و محدوده پیست
۴	۶	تعداد بالابر
دو تله سیژویک تله اسکی	دو تله سیژ، دو تله اسکی	نوع دستگاه بالابر
چکشی	بشقابی، دو تله اسکی	
۱	چکشی	ماشین برف کوب
۱	۲	مدرسه اسکی
ندارد	۱	پارکینگ
۱	ندارد (در حال ساخت)	مرکز درمانی
	۱	

منبع: سایت فدراسیون اسکی و مطالعات میدانی نگارنده

پیست‌ها مجهز به نورافکن زرد هستند و می‌توان در شب نیز به اسکی پرداخت که البته تنها در روزهای تعطیل پیست در شب دایر است از نظر امکانات اقامتی هتل شمشک تنها هتل رسمی این مجموعه است. برخی از ساکنین روستاهای محدوده نیز خانه‌های خود را به اسکی بازان اجاره می‌دهند، علاوه بر آن خانه‌های ویلایی و آپارتمان‌هایی برای اجاره عمده‌تاً ماهانه وجود دارد و دو مجموعه تفریحی - اقامتی لوکس با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (سییرا در شمشک و مجتمعی معروف به خانه زنبوری در جیروود و در نزدیکی هر دو پیست) ایجاد شده که مجموعه اول در مهر ۱۳۸۹ افتتاح و مجموعه دوم هنوز (بهار ۱۳۹۰) به بهره برداری نرسیده است. طرح ایجاد هتلی در محدوده پیست در بندسر و همچنین بازسازی هتل قدیم شمشک که سالها از تعطیلی آن می‌گذرد وجود دارد.

## نتایج تحقیق

### تحلیل پایایی و سنجش مدل

قبل از سنجش این مدل، پایایی گزینه‌ها جهت ارزیابی پایداری درونی هر ۵ ساختار مدل با استفاده از آزمون کرونباخ انجام شد. (جدول ۲) آلفای کرونباخ، از ۰/۷۹ به ۰/۹۲ تغییر کرد، میزان عبور از آستانه حداقل، ۰/۷ بود و بنابراین پایایی گزینه‌ها، پایداری ساختارها را تأیید کرد. ویژگی‌های روایی سنجش مدل اندازه‌گیری برحسب پایایی مرکب، صحت همگرایی و صحت تفکیک‌کنندگی (اعتبار افتراقی) با استفاده از نرم افزار spss انجام شد. در ابتدا پایایی مرکب برآورد شد، نتایج از ۰/۷۳ تا ۰/۸۹ بود که از ارزش بحرانی ۰/۷ عبور کرد و این قابل قبول است. دوم، صحت همگرایی از طریق برآورد میانگین واریانس ارزیابی شد. طبق جدول ۳ این نتایج همگی بالای سطح ۰/۵ بودند و پایایی برای مدل سنجش قابل قبول است. سوم، تفکیک‌کنندگی از طریق سنجش همزمان همبستگی ساختارها با میانگین واریانس بدست آمده ارزیابی شد. نتایج نشان می‌دهد که همه ساختارها با این آزمون مطابقت داشتند، بدون اینکه این آزمون از میانگین واریانس پیش بیفتد.



جدول ۳. نمایش ساختارهای پنهان و آشکار و سنجش مدل

Average Variance extracted	Composit reliability	Corenbacha	Error variance	Standardize d loading	ساختارهای پنهان و آشکار
۰/۵۹	۰/۸۱	۰/۹۲	۰/۲۹	۰/۸۴	انتظارات گردشگران: انتظارات کلی (خدمات، قیمت، کارایی)
			۰/۴۸	۰/۷۲	انتظارات در رابطه با خدمات اسکی
			۰/۴۷	۰/۷۳	انتظارت در رابطه با خدمات غیراسکی
					ویژگیهای مقاصداسکی یا کیفیت درک شده:
۰/۶۶	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۱۵	۰/۹۲	شیب و تنوع مسیرها
			۰/۳۴	۰/۸۱	شرایط برف
			۰/۴۱	۰/۷۷	خدمات پیست مانند بالابرها
			۰/۳۵	۰/۷۴	محیط و فضای پیست
			۰/۴۸	۰/۷۴	هزینه خدمات اسکی
			۰/۴۲	۰/۷۵	فعالیتهای تفریحی غیراسکی
			۰/۳۵	۰/۶۷	رستوران (تنوع، کیفیت، ظرفیت)
			۰/۳۳	۰/۵۵	امکانات اقامتی
			۰/۲۱	۰/۴۵	مردم محلی (رفتار و برخورد)
			۰/۲۵	۰/۸۵	رضایت گردشگران:
۰/۵۶	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۳۳	۰/۸۲	رضایت کلی
			۰/۴۷	۰/۶۰	رضایت در مقایسه با انتظارات
			۰/۵۲	۰/۶۹	رضایت در مقایسه با مکان‌های مشابه در ایران
۰/۵۳	۰/۷۷	۰/۸۲	۰/۶۵	۰/۵۹	شکایات (نارضایتی‌ها):
			۰/۵۵	۰/۶۷	امکانات ضعیف پیست
					کمبود واحدهای اقامتی
			۰/۲۱	۰/۸۹	نبود امکانات تفریحی - سرگرمی غیراسکی
			۰/۳۳	۰/۶۵	نبود اطلاعات (نقشه مسیر، هواشناسی و...)
			۰/۶۸	۰/۵۷	وفاداری گردشگر:
۰/۵۹	۰/۷۳	۰/۷۹	۰/۱۴	۰/۹۳	در آینده باز خواهد گشت به دیگران پیشنهاد خواهد داد

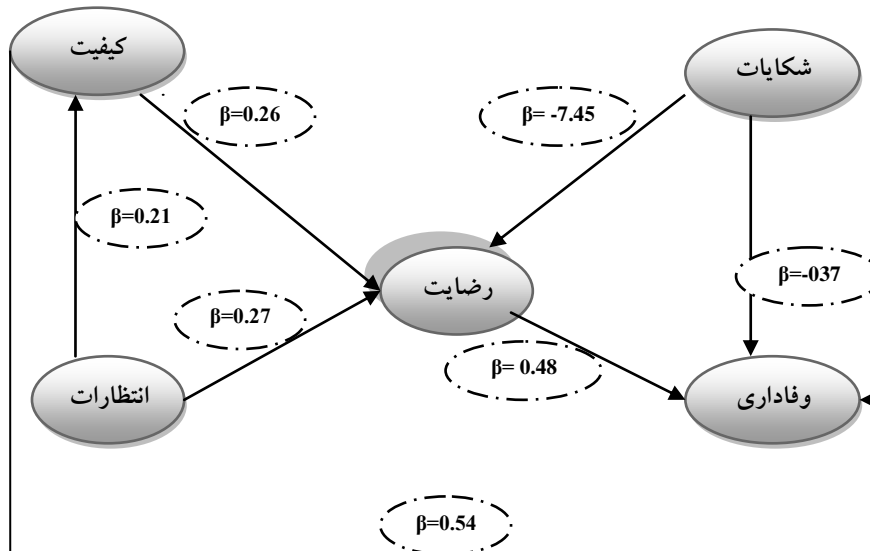
پایایی مدل سنجش نیز با استفاده از تحلیل عامل تأییدی در نرم افزار لیزرل مورد آزمون قرار گرفت. آزمون‌های متعددی برای ارزیابی اینکه مدل تا چه حد روابط بین متغیرهای قابل اندازه گیری را توصیف می نماید، به کار می روند. عمدتاً پیشنهاد می شود که از شاخص‌های مختلف برازش استفاده شود. مدل‌های رایج GFI،  $X^2(df)$ ، RMSEA، CFI به عنوان معیار تشخیص مورد استفاده قرار گرفت (جدول ۴). در رابطه با شاخص CFI مقادیر بزرگتر از ۰/۹۰ قابل قبول و نشانه برازندگی مدل است که در سطح ۰/۹۶۰ بود. شاخص GFI که مقدار نسبی واریانس‌ها و کوواریانس‌ها را به گونه مشترک از طریق مدل ارزیابی می کند و دامنه تغییرات آن بین صفر و یک می باشد در سطح ۰/۹۰۰ قابل قبول بود. آزمون کای دو برابر ۳/۲۶۰ بود که قابل قبول است. شاخص مطلق برازش دیگر RMSEA است که ساده بودن مدل را تعدیل می کند، برازش کامل مقادیر صفر را برای این شاخص نتیجه می دهد اما در عمل مقدار کمتر از ۰/۰۸ مناسب تلقی می شود که در این مطالعه در سطح ۰/۰۳۵ بوده و نشان دهنده قابل قبول بودن آن است (جدول ۴۳). در مجموع سنجش برازش استفاده از این مدل را تأیید کرد. در مجموع تمام نمایه‌ها از سطح قابل قبول عبور کردند، این مسئله نشان دهنده تأیید استفاده از این مدل از طریق سنجش برازش است. همه آزمون‌ها نشان دادند که مدل سنجش قابلیت پایایی و سازگاری لازم را دارد. در این مرحله بعد از وارد کردن داده‌ها، آزمون برازش یا درست‌نمایی داده‌ها به مدل فرضی و ساختارها انجام شد. بعد از اثبات پایایی مدل سنجش، تحلیل مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از برآورد حداکثر برازش، برای ارزیابی ارتباطات بین هر یک از ساختارها اجرا شد. این معیارهای برازش مدل ساختاری برازش مناسب را نسبت به داده‌ها بیان می کند.

جدول ۴. برازش نمایه‌ها جهت سنجش و مدل ساختاری

شاخص	X2(df)	GFI	CFI	RMSEA
مدل سنجش	3.260	0.900	0.960	0.035
مدل ساختاری	2.410	0.910	0.940	0.047

مدل اولیه که مبتنی بر ارتباط فرضی بین ۵ ساختار پنهان بود، در دومین مرحله پایایی ارزیابی شد. ارزیابی این ساختارها به این دلیل است که آنها مستقیماً قابل سنجش نیستند؛ بنابراین ارزیابی مبتنی بر متغیرهای آشکار یا قابل سنجش انجام می‌گیرد که با استفاده از نرم افزار لیزرل و مدل معادلات ساختاری صورت گرفت. برای تعیین اهمیت و نقش متغیر یا متغیرهای مستقل در پیشگویی معادله رگرسیون از مقادیر بتا ( $\beta$ ) استفاده می‌شود. از طریق آن می‌توان در مورد اهمیت نسبی متغیرها قضاوت کرد. بزرگ بودن مقدار بتا نشان دهنده اهمیت نسبی و نقش آن در پیشگویی متغیر وابسته می‌باشد. متغیرهای آشکار مربوط به ساختارهای پنهان مستقیماً بررسی شدند. سنجش گویه‌های مسیر با استفاده از آزمون تی انجام شد. گویه‌ها یا مسیر فرضی در سطح قابل قبول  $p < 0.05$  تأیید شدند. بتا و ارزش تی هر یک به شرح زیر است:

گویه‌ها و مسیرها که ارتباط ساختارها را با هم و با ساختار رضایت گردشگر نشان می‌دهد که از میان آنها، مسیرهای ۴-۷ نتایج بعد از رضایت را در ارتباط با ساختار وفاداری و شکایات (عدم رضایت)، بیان می‌کنند. همان طور انتظار می‌رفت، انتظارات گردشگران اثر مثبتی هم در رضایت گردشگر با اهمیتی در سطح  $\beta = 0.27$ ,  $t = 4.53$  و هم در کیفیت درک شده  $\beta = 0.26$ ,  $t = 4.38$  داشت. بنابراین گویه‌های ۱ و ۲ تأیید شدند. گویه ۳ نیز ارتباطات بین انتظارات و کیفیت درک شده (ویژگی‌های مقصد)  $\beta = 0.21$ ,  $t = 4.14$  بیان می‌کند که تأیید شد. کیفیت درک شده و ویژگی‌های مقصد اهمیت بسیاری در تعیین رضایت گردشگران اسکی دارد. گویه‌های ۴ و ۵ به ترتیب ارتباط شکایت و رضایت گردشگران  $\beta = -7.45$ ,  $t = -0.56$  و شکایت و وفاداری  $\beta = -0.37$ ,  $t = -4.71$  دارد که پیوند بین رضایت گردشگر و ساختارهای مربوط به نتیجه یعنی شکایات و وفاداری را نشان می‌دهد. برآورد مسیر گویه‌های ۶ و ۷ حاکی از آن است که رضایت گردشگر با شکایات گردشگر رابطه‌ای عکس دارد. همچنین مسیر مرتبط با رضایت گردشگران و وفاداری گردشگر اهمیتی  $\beta = 0.48$ ,  $t = 8.48$  را داشت و همچنین کیفیت درک شده و وفاداری گویه ۷ به شکل  $\beta = 0.54$ ,  $t = 6.94$  تأیید شد. شکل ۲ مدل استاندارد شده را نشان می‌دهد.



شکل ۲. نتایج آزمون فرضیه‌ها و مدل نهایی تحلیل مسیر مدل معادلات ساختاری اهمیت در سطح ۰/۰۵ قابل قبول است.

مدل معادلات ساختاری در تحلیل داده‌ها نشان داد که گویه‌ها در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ تأیید شدند. به این معنا که گردشگران رضایت کلی از تجربه خود داشتند. اما این رضایت ناشی از عرضه و کیفیت مناسب نبوده است. رضایت در مقایسه با انتظارات پایین و در مقایسه با سایر پیست‌های کشور (غیر از دیزین) مناسب بوده است. ضعف امکانات پیست، کمبود امکانات اقامتی و نبود فعالیتهای تفریحی - سرگرمی غیر اسکی در محدوده و همچنین ضعف اطلاعات از مهمترین دلایل نارضایتی و شکایت گردشگران بوده است.

در رابطه با اطلاعات باید خاطر نشان کرد که عمدتاً رایج است که نقشه‌ای از پیست و مسیرها و نقاط و زمان‌هایی که خطر بهمن وجود دارد جهت فراهم کردن امنیت برای اسکی بازان تهیه و در اختیار آنان قرار می‌گیرد. همچنین ارائه اطلاعات مناسب هواشناسی برای اطلاع از روزهای برفی و روزهایی که به دلیل شرایط نامساعد هوا، اسکی مخاطره آمیز است، جزء اطلاعات ضروری برای گردشگران

اسکی است\*.

برخی از گردشگران اسکی به خانه‌های دوم در محدوده دسترسی دارند و البته تنها پنج مورد از نمونه‌ها این شرایط را داشتند، از این رو گردشگران نارضایتی بسیاری از کمبود امکانات اقامتی داشتند. خانه‌های استیجاری اغلب به صورت طولانی اجاره داده می‌شود و تعداد محدودی از واحدهای استیجاری کوتاه مدت وجود دارد که با قیمت‌های گزاف و کنترل نشده اجاره داده می‌شوند. این شرایط باعث شده است که اغلب افراد، تردد روزانه داشته باشند و در نتیجه زمان کمتری برای اسکی باقی می‌ماند. در واقع می‌توان گفت بخش عمده گردشگران اسکی را، گردشگران روزانه تشکیل می‌دهد. بدیهی است که اقامت شبانه ضمن ایجاد رضایت بیشتر گردشگران می‌تواند عایدی بیشتری برای منطقه به همراه داشته باشد.

اگرچه ساختار کیفیت مشاهده شده و ویژگی‌های مقصد تعیین کننده رضایت است و رضایت نیز در ارتباط مستقیم مثبتی با ساختار وفاداری قرار دارد اما نمی‌توان نتیجه‌گیری مشخصی برای ساختار وفاداری مبنی بر تمایل به بازگشت و پیشنهاد به دیگران داشت زیرا این تحقیق نشان داد که با وجود برآورده نشدن انتظارات و نارضایتی از موارد متعدد و آگاهی از ضعفها، کمبودها، دوباره مراجعه کرده‌اند و در آینده نیز بازخواهند گشت.

در ارتباط با مهمترین عامل رضایت باید اذعان داشت گردشگران به طور کلی خواسته‌های مشترکی داشتند، اما تجربیاتی که حین پرسشگری به دست آمد نشان داد که بعضاً ویژگی‌ها و انگیزه‌های فردی نیز می‌تواند در میزان رضایت و نوع نگرش نسبت به مقصد اثر گذار باشد. اگرچه انگیزه و هدف اصلی گردشگران از این سفر اسکی است، برخی تفاوت‌های فردی، رضایت و درک کیفیت و ویژگی‌های مقصد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

به این معنا که وقتی انگیزه و هدف در فرد فقط ورزش و اسکی است و به طور مکرر و تقریباً همه ساله به آن می‌پردازد، با افرادی که به طور تفریحی و نامنظم اسکی می‌کنند و همچنین افرادی که آماتور هستند تفاوت دارد. اسکی بازان در این

\* در سایت فدراسیون بخشی مربوط به گزارش هواشناسی بیست‌ها وجود دارد، اما اطلاعاتی در آن درج نمی‌شود.

دو پیست در دو گروه اسنوبورد<sup>۱</sup> و کروس کانتری<sup>۲</sup> هستند، که از این نظر نیز انتظارات آنان در ارتباط با شرایط و ویژگی‌های پیست بعضاً با یکدیگر متفاوت است. مثلاً در پیست شمشک رضایت ناشی از شیب و مسیرها و بالابرها بود که از این نظر دربند سر راضی کننده نیست زیرا مسیرها و محدوده پیست کوتاه است اما در عین حال محیط و فضای پیست دربند سر راضی کننده تر است. از دیدگاه گردشگران در این پیست که البته اغلب آن را مردان تشکیل می‌دهند، شیب و تنوع مسیرها مهمترین عامل رضایت است، اما بازهم تفاوت‌هایی از این نظر در ارتباط بین اسکی بازان ماهر یا کم تجربه وجود دارد. اسکی بازان کم تجربه عمدتاً مایلند که در سطوح صاف اسکی کنند. از این رو دقیقاً نمی‌توان گفت که مهمترین عامل رضایت کدام است زیرا مهمترین عامل برحسب عوامل دیگر می‌تواند متفاوت باشد. در ارتباط با گردشگران اسکی نیز توجه به همه موارد مذکور و رسیدگی به عوامل نارضیاتی گردشگر می‌تواند ضمن ایجاد رضایت در گردشگر، کیفیت گردشگری را در مقصد بالا ببرد و به بهبود بازار گردشگری منجر شود.

### نتیجه گیری و پیشنهادها

در این تحقیق رضایت گردشگران در دو مقصد زمستانی که در فاصله نزدیکی از یکدیگر قرار دارند، به منظور بررسی رضایت و عوامل تأثیر گذار بر آن بررسی شد. رضایت از طریق ارائه یک مدل یکپارچه فرضی، متشکل از ساختارهای دخیل و اثر گذار در رضایت مورد سنجش قرار گرفت. همانطور که ملاحظه شد، رضایت در ارتباط با ویژگی‌های مقصد و انتظارات گردشگران و دو ساختار شکایت و وفاداری نیز به عنوان نتایج حاصل از رضایت بررسی شد. از دیدگاه روش شناختی این مطالعه نشان می‌دهد که از مدل معادلات ساختاری می‌توان برای ارزیابی رضایت با ساختارهای پنهان استفاده کرد. در نمونه‌گیری با ابعاد مذکور و با تأکید بر ساختارهای مورد نظر در قالب یک مدل سنجش انجام گرفت، معلوم شد که گردشگران رضایت کلی از تجربه خود داشتند، اما این رضایت ناشی از عرضه

1- Snowboard

2- Cross-country

گردشگری نبود بلکه علاقه و انگیزه شخصی افراد به اسکی و متأثر از برخی ویژگی‌های مقصد و جاذبه‌های طبیعی منطقه، فاصله کوتاه مقصد (خصوصاً برای گردشگران روزانه)، است. این مسائل باعث شده تا با وجود نارضایتی از برخی عوامل همچنان به این دو مقصد مراجعه می‌کنند. از این رو می‌توان گفت ویژگی‌های مقصد، و همچنین علایق و انگیزه‌های فردی نسبت به این فعالیت خاص، تعیین‌کننده مهمی در ارتباط با رضایت و همچنین ساختار وفاداری و بازگشت مجدد بوده است. از طرف دیگر بی‌توجهی به بهبود کیفیت این پیست‌ها و برآورده ساختن نسبی انتظارات علاقمندان متناسب با استانداردها، دلیل عمده این کاهش است. کاهش تعداد اسکی‌بازان و مراجعه مؤثر آنان به این دو پیست (خصوصاً در روزهای غیر تعطیل) در درآمدزایی ساکنین نیز تأثیر شگرفی دارد. اغلب افراد (نمونه‌ها) تجربه پیست‌های خارج از ایران (خصوصاً ترکیه و ارمنستان) را داشتند، (به دلیل بازاریابی گسترده در ایران و نیز عرضه‌ای متناسب با انتظارات گردشگران) به همین دلیل، هم انتظارات آنها افزایش یافته و هم از دفعات مراجعه به این مقاصد کاسته است.

از دیگر سو برمبنای گفته‌های برخی از مریبان دخالت‌های غیرحرفه‌ای فدراسیون اسکی در ارتباط با نحوه اجاره پیست‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها و اساساً نبود رویکرد مناسب مدیریتی در عرضه مناسب گردشگری اسکی و به دنبال آن کاهش رضایت گردشگران و کاهش تعداد اسکی‌بازان تأثیر بسیاری داشته است. سرمایه‌گذاری‌های بسیاری به لحاظ امکانات اقامتی خصوصی (خانه‌های دوم) و در چند سال اخیر واحدهای اقامتی عمومی (اجاره‌ای) افزایش بسیاری یافته است. در عین حال که به دلیل عدم مدیریت و برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی قانونمند، مشکلات فراوانی نیز به وجود آورده است. درآمد سالیانه ساکنین به انحاء مختلف تا حدودی وابسته به این ورزش است. با توجه به دشواری‌ها و محدودیت‌های بخش کشاورزی خصوصاً در نواحی کوهستانی، توجه و حمایت از اشتغال و درآمدزایی گردشگری اسکی برای ساکنین می‌تواند به اقتصاد ناحیه کمک کند. عمده‌تأ افزایش گردشگران در زمان‌های کاهش گردشگری در مقاصد فصلی، به منزله راهبردی دشوار در دستور کار توسعه

بسیاری از مقاصد گردشگری در جهان قرار دارد که در این محدوده بایستی مورد توجه قرار گیرد. به این معنا که برای گردشگری تابستانی (و در واقع فصول غیر اسکی) بایستی برنامه‌ریزی‌های مناسبی انجام شود. این محدوده در فصول دیگر نیز مقصد بسیار خوبی برای تفریح و ورزش است که از این قابلیت تا کنون بهره برداری مناسبی صورت نگرفته است و ناحیه با معضل فصلی شدن گردشگری روبرو است و ساکنان و سرمایه‌گذاران، همه ساله تنها در انتظار فصل زمستان و بارش برف هستند. به نظر می‌رسد توجه به نکات زیر در بهبود کیفیت و افزایش رضایت گردشگران اثر گذار است:

آماده سازی پیست مطابق با استانداردهای جهانی؛ تهیه نقشه‌های شیب در پیست برای اسکی بازان و کنترل اسکی بازان به لحاظ مهارت و تجهیزات، به منظور کاهش خطرات احتمالی برای آنان (Sneftrup, 2005, 5)؛ فراهم کردن اقامتگاه‌های عمومی بیشتر، بهبود وضعیت جاده، توسعه امکانات تفریحی غیر اسکی، توسعه بیمه‌های ورزشی، توسعه فعالیتهای گردشگری در تمام فصول سال با توجه به وجود پتانسیل‌های فراوان و نیز کاهش معضلات مربوط به فصلی بودن گردشگری در ناحیه اقداماتی از این قبیل موجب بالا رفتن انگیزه‌های سرمایه‌گذاری در ناحیه و توجیه اقتصادی مناسبی جهت گسترش امکانات تفریحی و نیز اقامتی و نهایتاً متنوع کردن گردشگران به همراه رضایت بیشتر در آنان است. توسعه فعالیتهای گردشگری در تمام فصول سال منوط به وجود پتانسیل‌های فراوان و نیز کاهش معضلات مربوط به فصلی بودن گردشگری در ناحیه است.



## کتابنامه

### الف: فارسی

- بدری، سید علی و لیلا وثوقی، ۱۳۸۸، «مکان یابی نقاط گردشگری اسکی» استان اردبیل، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دانشگاه اصفهان، شماره ص ۹۳.
- پیرس، فیلیپ، ۱۳۸۹، رفتار گردشگر، بن مایه‌ها و طرح‌های مفهومی، ترجمه حمید ضرغام بروجنی و همکاران، انتشارات مه کامه، تهران.

### ب: انگلیسی

1. Alegre, Joaquin & Jaume Garau, 2010, **Tourist satisfaction and dissatisfaction**, Annals of tourism research, vol. 37, No. 1, pp. 52-73.
2. Beyazit, Mehmet Faut , 2010, **An analysis of snow options for ski resort establishments**, Tourism management, 31,pp 676-683.
3. Bigne, Enrique & Isabel Sanchez, 2001,**Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship**, tourism management, 22, 607-616.
4. Butler, Richard, 2000, **Encyclopedia of tourism**, Jafar jafari, published by Routledge.
5. Geneltti, David, 2007, **Impact assessment of proposed ski Areas: A GIS approach integrating biological, physical and landscape indicators**, environmental impact assessment Review, Trento, Italy, Vol 28, pp 116-130
6. Gilbert, Daivid and Hudson, Simon, 2000, **Tourism demand constraints, A skiing participatin**, Annals of Tourism Research, vol 27, No.4, pp. 906-925.
7. Goldsmith, Rbecca and Seid, Andrew, 2001, **Agricultural and resource policy report**, Colorado State University Cooperative Extension, University Press, Colorado, Vol. 36, pp.1-7.
8. Flagestad, Arvid and Hope, Christine,2001, **Strategic success in winter sport destinations: a sustainable value creation perspective**, International Journal of Tourism Management, Vol.22, pp. 445-461

9. Fleischer, Aliza and Fesenstein, Daniel, 2000, **Support for rural tourism, does it make difference?** Annals of tourism research, Vol 27, No 4, pp. 1007-1024
10. Kammer ,Peter M.,2002, **Floristic changes in subalpine grasslands after 22 Years of artificial snowing**, journal for nature conservation, institute of plant science, Switzerland, Vol.10, pp. 109-123.
11. Konu, Henna, Tommi Laukkanen, 2010, **Using ski destination choice criteria to segment Finnish ski resort customers**, Tourism Managementm, Artikel in press.
12. Kurt. M, J. Fuller, B, Renzel, 2008, **Customer satisfaction with alpine ski areas:The moderating effects of personal, situational, and product factors**, journal of travel research. *online version: www.Sagepublications.com.*
13. Lasanta, Teodoro and Sergio, Laguna, 2007, **Do tourism-based ski resorts contribute, to the homogeneous development of the Mediterranean mountains? A case study in the Central Spanish Pyrenees**, International Journal of Tourism Management, Vol. 28, pp. 1326-1339.
14. Luthe, Tobias, 2007, **Ski for nature, developing and communicating sustainable ski tourism to kamchatca**, Global Ecotourism conference, Russia, pp1-10.
15. Pearce, P. L., & Foster, F. (2007) **A “university of travel”: backpacker learning**.
16. Tourism Management, 28(5), 1285e1298.
17. Pugsek, Bruche, Adrian Tomer, 2003, **Structural equation modeling**, Cambridge unersvity press.
18. Serbulent, Ocal and Nurunnsia, Usul, 2007, **Developing a geogrphic information system for Sarikamish winter tourism center**, Gazi university research fund, Ankara, pp 1-12.
19. Snefrup, Simon, 2005, **A device for ski tourists**, Department of Industrial Design, Journal of Industrial Design, France, pp 23-40.
20. Yashimura Tesuhiko, Kyoto Univarsity, 2003, **Mountain tourism planning with the participation for local people in the Ukrainian Carpathians**.

21. Yoon, Yooshik, Dogan, Gursoy, 2001, **validating a tourism development theory with structural equation modeling**, tourism managment, 22, 363-372.

