

ارزیابی میزان رضایت گردشگران از فرودگاه مهرآباد تهران با استفاده از مدل HOLSAT

شهریور روستایی^۱

علی رستمی^۲

رحیم حیدری چیانه^۳

چکیده

فرودگاه به‌عنوان یکی از سمبل‌های هر کشوری است که زیبایی، شکوه، تسهیلات و امکانات، معماری و چشم‌گیری آن بیانگر وضعیت اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی کشور و شهر می‌باشد. فرودگاه جزء جدائی‌ناپذیر زیرساخت‌های یک شهر محسوب می‌شود که به افزایش توان تجاری آن کمک می‌کند. خطوط هوایی هسته اصلی صنعت حمل و نقل و یکی از ارکان اصلی صنعت گردشگری می‌باشد، ارائه خدمات مناسب به گردشگران یکی از الزامات محیط رقابتی کنونی است. از این‌رو پژوهش حاضر درصدد ارزیابی میزان رضایت گردشگران از فرودگاه مهرآباد به‌عنوان یکی از مهمترین زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی و البته گردشگری کشور، با استفاده از مدل HOLSAT است، برای این منظور از روش توصیفی-تحلیلی و پیمایشی بهره‌گرفته است. جامعه آماری پژوهش گردشگرانی هستند که به قصد انجام انواع گردشگری به استان تهران سفر کرده‌اند، می‌باشد. حجم نمونه ۱۰۰ نفر از گردشگران هستند که به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و Excel استفاده شده است. نتایج حاصل از ارزیابی رضایت گردشگران در مدل HOLSAT گویای سطوح متفاوت رضایت گردشگران از ابعاد خدمات و کیفیت گردشگری فرودگاه مهرآباد است. به‌گونه‌ای که تنها متغیرهای تهویه هوا و هزینه ترافیکی در حالت سناریوی برد (Win) قرار گرفتند و مابقی متغیرها در حالت باخت یا بینابین می‌باشند. به‌طورکلی می‌توان نتیجه گرفت انتظار گردشگران تا حدودی بالاتر از تجربه آنها درخصوص وضعیت گردشگری فرودگاه مهرآباد بوده و این یعنی عدم رضایت.

واژگان کلیدی: رضایت گردشگران، حمل و نقل هوایی، فرودگاه مهرآباد، مدل HOLSAT.

مقدمه

در طی دهه‌های اخیر، صنعت گردشگری از رشد پیوسته‌ای برخوردار بوده است، به طوری که به یکی از بخش‌های اقتصادی با سرعت رشد بالا در جهان تبدیل شده است. در طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۵۰ گردشگری بین‌المللی با نرخ رشد سالانه ۶/۵ درصد، از ۲۵

^۱ دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

^۲ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری پردیس ارس، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)

^۳ دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۸۰۶ میلیون نفر در سال ۲۰۰۵ افزایش یافته است. این صنعت به عنوان یکی از مهمترین فعالیت‌های اقتصادی جهان برای برخی از کشورها و به عنوان مهم‌ترین فعالیت اقتصادی ارز آور برای آنها محسوب می‌شود (قادری، ۱۳۸۸: ۱).

همچنین بنابر آمار بانک جهانی، در سال ۲۰۰۰ تعداد گردشگران در سرتاسر جهان بالغ بر ۷۰۱ میلیون نفر بوده و از این جریان گردشگری، مبلغی حدود ۴۷۵ میلیارد دلار به طور مستقیم وارد چرخه اقتصاد جهان شده است. برخی منابع، درآمد گردشگری را در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۲۰ به ترتیب ۱۵۵۰ و ۲۰۰۰ میلیارد دلار برآورد کرده‌اند (آریافر، ۲۹:۱۳۸۸)، بدیهی است که با توسعه‌ی این صنعت، آمارهای یاد شده نیز افزایش خواهند یافت. با توجه به موارد بیان شده می‌توان گفت امروزه گردشگری به عنوان یک صنعت کلیدی در اقتصاد جهانی به‌منظور توسعه جوامع محسوب می‌شود (Yao & Fotheringham, 2016:190). ارزش و اهمیت این صنعت تا آن جایی است که سازمان جهانگردی از آن به عنوان یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنایع دنیا نام برده است (WTO, 2006)، به طوری که ۱۰ درصد تولید ناخالص و ۱۰ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2008). از این‌رو امروزه سطح اقتصادی کشورها به توسعه‌ی گردشگری وابسته است که به نوبه‌ی خود می‌تواند (به طور مستقیم یا غیر مستقیم) با افزایش سطح گردشگری ارتقاء یابد (Pratt, 2015:149). سیستم حمل و نقل هوایی یکی از عمده‌ترین عناصر تشکیل دهنده صنعت گردشگری می‌باشد که بخشی از هزینه‌های گردشگران را به خود اختصاص می‌دهد. اساساً گردشگری با جابه‌جایی و حرکت از مبدا و محل زندگی دائمی افراد به نقاط دور دست تحقق پیدا می‌کند. توسعه و گسترش صنعت توریسم منوط به توسعه امکانات حمل و نقل می‌باشد و حمل و نقل هوایی با ایجاد امکانات دسترسی آسان و راحت، سریع و ایمن به نقاط مختلف و با فواصل زیاد سهم زیادی از جابه‌جایی گردشگران را به خود اختصاص داده است هم اکنون حدود ۴۰ درصد از گردشگران بین‌المللی از طریق هوایی مسافرت می‌کنند (شرکت مادر تخصصی فرودگاه‌های کشور سال، ۱۳۸۸: ۱۲۵). پیش‌بینی کرده‌اند در سال ۲۰۱۰ بیش از ۱ میلیون پرواز با اهداف جهانگردی صورت بگیرد. پس می‌توان گفت که فرودگاه‌ها که مبدا و مقصد مسافرت‌های هوایی و دروازه ورودی به شهرها و کشورها می‌باشند و اینکه فرودگاهی که پیشرفته باشد در میزان جذب گردشگر و رضایت آنها اثرگذار می‌باشد و نهایتاً اینکه زمینه ساز توسعه گردشگری شهر و کشور می‌گردد. رضایتمندی از محیط و خدمات گردشگری می‌تواند محصول زنجیره‌ای از اقدامات منطقی، هماهنگ و برنامه محور باشد. از این‌رو تأمین آن در گرو جریان داشتن این اندیشه در کلیه سلسله‌مراتب طرح‌ها و برنامه‌ریزی شهری است. بنابراین، ارائه خدمات باکیفیت بالا و حصول اطمینان از رضایت مشتری به‌طور گسترده‌ای به‌عنوان عوامل مهم منجر به موفقیت صنایع گردشگری به رسمیت شناخته شده است (Kall, 2015: 26). زیرا اعتقاد بر این است که رضایت گردشگران باعث می‌شود تا این احساس رضایت در تمایل آنان به بازگشت و تداوم مسافرت به مقصد، از یک سو و تشویق و ترغیب دوستان و آشنایان به دیدار از شهر مقصد مؤثر واقع شود و به این ترتیب موجبات تداوم پایداری گردشگری و رونق اقتصادی در منطقه موردنظر شود. امروزه یکی از فعالیت‌های پویا و پایدار اقتصادی، صنعت گردشگری است که عاملی برای توسعه شهرها است، تردیدی نیست که توسعه گردشگری بیش از هر چیزی مدیون خدمات و تسهیلات و زیرساخت‌ها می‌باشد. در این راستا بررسی سطح رضایتمندی گردشگران از میزان عملکرد تسهیلات و خدمات مقصد گردشگری به‌عنوان بخش اساسی توسعه این صنعت بسیار اهمیت دارد.

یکی از مهمترین این تسهیلات و خدمات مقصد گردشگری، حمل و نقل عمومی بخصوص حمل و نقل هوایی است. حمل و نقل هوایی و امکانات فرودگاه مقصد مورد نظر از جمله دلایل انتخاب محل سفر است. بنابراین توجه به این مقوله ضروری است تا میزان رضایتمندی از زیرساخت‌های خدماتی مورد تحلیل قرار گیرد. هرچند که تحقیقی در حوزه رضایتمندی گردشگران از کیفیت فرودگاه‌ها صورت پذیرفته است. تحقیقات موجود، اکثراً پیرامون رضایتمندی گردشگران از کیفیت کلی خدمات بوده است، بگونه‌ای که شوهانی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله ارزیابی میزان رضایت گردشگران از محصول گردشگری استان ایلام، گردشگری شهری، به این نتیجه رسیده‌اند که گردشگران تا حدود بسیاری از محصول گردشگری استان ایلام رضایت دارند. زینلی (۱۳۹۳) در پایان‌نامه خود به ارزیابی رضایت گردشگران از محصول گردشگری پارک ساحلی قروق با استفاده از مدل HOLSAT پرداخته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نتایج حاصل از اندازه‌گیری رضایت گردشگران در مدل مذکور نیز گویای سطوح متفاوت رضایت گردشگران از ابعاد



محصول گردشگری پارک ساحلی قروق است. همچنین ابعاد محصول گردشگری به طور مستقیم و معنی داری بر رضایت گردشگران تأثیرگذار است. سردان میلو سوی و همکاران (۲۰۱۶) به پژوهشی با عنوان اهمیت رضایت گردشگران از مقصد پرداخته‌اند که معتقدند رضایتمندی گردشگری آنقدر مهم است که موفقیت یک مقصد گردشگری به آن وابسته است و رضایت مشتری اغلب منجر به اقامت طولانی مدت در محل گردشگری می‌شود، که قطعاً وابسته به یک رابطه منصفانه بین گردشگر و ارائه‌دهنده خدمات و شیوه ارائه خدمات است. همچنین معتقدند شاخص اصلی رضایت گردشگر از صنعت گردشگری بازدید مجدد از یک مقصد گردشگری است که در آن رضایت از زمان سپری شده در یک مکان خاص منجر به قصد بازدید مجدد می‌شود. در بخش دوم پژوهش به بررسی رضایت گردشگران از خدمات ارائه شده در مقاصد گردشگری و نحوه تأثیر آن در موفقیت کسب و کار خانوادگی بر اساس امکانات اقامتی خصوصی در شهر ساوتومور در جمهوری مونتنگرو پرداخته‌اند که در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی در زمینه صنعت گردشگری داشته است. پابلو گارسیا و همکاران (۲۰۱۵)، در پژوهشی تحت عنوان تأثیر رضایتمندی گردشگران بر هزینه‌های گردشگری در مقاصد فرهنگی شهری در حال ظهور به بررسی میزان رضایتمندی گردشگران بر هزینه گردشگری در مقصد با استفاده از مدل رگرسیون پرداخته‌اند. نتایج به دست آمده نشان داد که بین رضایتمندی گردشگری و هزینه‌های گردشگری در مقصد رابطه وجود دارد و همچنین پی برده‌اند که به منظور افزایش تأثیر اقتصادی این فعالیت، هدایت پیاده‌سازی سیاست‌های خاص توسعه ذینفعان در این مقاصد مورد نیاز است.

باتوجه به ادبیات تحقیق می‌توان چنین ادعا نمود که تاکنون در خصوص رضایت گردشگران از کیفیت خدمات و امکانات فرودگاه‌ها مطالعه‌ای صورت نگرفته است و این تحقیق در نوع خود، کم‌نظیر می‌باشد. از اینرو پژوهش حاضر باهدف ارزیابی رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات فرودگاه مهرآباد در معیارهای شش‌گانه (وضعیت ترافیکی، راحتی مسافر، منابع انسانی و نرم‌افزاری، مدیریت زمان و برنامه، هزینه‌ها و امنیت) و به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که: سطح رضایتمندی گردشگران از معیارهای شش‌گانه امکاناتی - خدماتی فرودگاه مهرآباد تهران چگونه می‌باشد (آیا انتظار آنها به مانند تجربه‌شان بوده است)؟

مبانی نظری

یکی از مهمترین عوامل توسعه سفرهای بین‌المللی، توسعه حمل و نقل و ارتباطات به خصوص در بخش خدمات هوایی تجاری و اخیراً در بخش خدمات راه آهن بین‌المللی و خطوط ارتباطی بزرگراه‌ها بوده است. سفرهای هوایی در این میان از اهمیت خاصی برخوردار است در زمینه حمل و نقل و گردشگری سرعت زمانی و مکانی که هواپیما به وجود آورده است نتایج و پیامدهایی وسیع در الگوهای گردشگری داشته چرا که در حال حاضر سفر به هر نقطه از جهان کمتر از ۲۴ ساعت پرواز نیاز دارد (استیون، ۱۳۸۸: ۶۲). از دیدگاه جغرافیای حمل و نقل و جغرافیای گردشگری فعالیت‌های گردشگری و حمل و نقل در مکان و در ارتباط با دیگر عوامل محیطی اعم از طبیعی و انسانی قابل بررسی است. جغرافیدان معطوف به این مسئله است که انسان‌ها چگونه به تبع محیط جغرافیایی به حمل و نقل نواحی نظم ویژه‌ای می‌دهد و برحسب نیاز و تکنیکی که در اختیار دارند به آن شکل می‌دهند (سقای، ۱۳۸۸: ۴۰).

سیستم حمل و نقل در قلب صنعت جهانگردی قرار دارد. سیستم حمل و نقل مبداء یا وطن جهانگردان را به مقصد ها (با تمام جذابیت‌ها، تسهیلات، تشکیلات و سایر ویژگی‌های سفر) به هم مرتبط می‌سازد. کارایی، راحت بودن و میزان سلامت و امنیت این سیستم، تعیین کننده نوع تجربه و کیفیتی است که از سفر بدست می‌آید. بین پیشرفت سیستم حمل و نقل و رشد صنعت جهانگردی یک رابطه مستقیم برقرار است. برای برخی از مقصدها، محدودیت‌هایی که به وسیله سیستم حمل و نقل و ساختار زیربنایی مقصد (مثل فرودگاه‌ها و جاده‌ها) اعمال می‌شود، به صورت بزرگترین مانع و عامل بازدارنده در مسیر رشد قرار می‌گیرند. در مورد مقصدهایی که

بصورت جزیره در وسط اقیانوس‌ها قرار دارند بدون وجود فرودگاه و خطوط هوایی، صنعت جهانگردی در آن مسیرها رشد نمی‌کند. صنعت توریسم به عنوان یکی از مهمترین و پردرآمدترین صنایع جهان در آغاز هزاره سوم به شمار می‌رود که بخش قابل توجهی از درآمدهای ارزی کشورها را به خود اختصاص می‌دهد. اگرما به دنبال بازارهای جدید و سهم بیشتری از بازار جهانگردی هستیم، بایستی براساس اصول علمی و مطالعات و تحقیقات میدانی نشأت گرفته از اقتصاد سیاسی و تجارت گام برداریم.

یکی از ویژگی‌های اقتصادی حمل و نقل هوایی تاثیرگذاری آن بر روی صنایع دیگر است و در این راستا صنعت گردشگری را می‌توان نام برد. گردشگری و حمل و نقل به همدیگر وابسته هستند. گردشگری برای انتقال گردشگر به حمل و نقل وابسته است و صنعت حمل و نقل برای ایجاد تقاضا برای خدماتش وابستگی زیادی به گردشگری دارد (سقای، ۱۳۸۸: ۴۶). همچنان که رضایتمندی گردشگر با خدمات ارائه شده مرتبط است. رضایتمندی گردشگر در بازاریابی موفق مقصد نقش مهمی دارد زیرا بر انتخاب مقصد، مصرف محصولات و خدمات و تصمیم به بازدید مجدد تأثیر دارد (همتی و زهرانی، ۱۳۹۳: ۱۹۰). رضایتمندی گردشگران، یکی از مهمترین عوامل رقابتی و بهترین شاخص برای تضمین رشد سودهای آتی محسوب می‌شود و میزان رضایت گردشگران به‌عنوان معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار قلمداد می‌گردد (جمینی و جمشیدی، ۱۳۹۱: ۱۸۴). از آنجاکه رضایتمندی گردشگران یکی از مهمترین عوامل رقابتی و بهترین شاخص برای تضمین رشد سودهای آتی محسوب می‌شود و میزان رضایت گردشگران به‌عنوان معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار قلمداد می‌گردد، بنابراین به هر میزان که رضایت گردشگر و توقعات و انتظارات هنجارمند آنان تأمین شود به همان میزان احتمال تکرار آن در آینده بیشتر و جذب گردشگر و توسعه گردشگری محقق می‌شود (هزارجریبی و نجفی، ۱۳۹۱: ۱۳۵). پژوهشگران معتقدند رضایت از محصول گردشگری بسته‌ای است که شامل عناصر ملموس و غیرملموس می‌باشد و دارای ۵ مؤلفه اصلی به شرح زیر است ۱- محیط و جاذبه‌های مقصد (درواقع جاذبه رابطه تجربی است که بین گردشگر، منظر و عالم ایجاد می‌شود)، ۲- خدمات و تسهیلات مقصد (شامل خدمات اطلاعاتی، اجاره تجهیزات، پلیس گردشگر است)، ۳- دسترسی مقصد (شامل زیرساختها و تجهیزات است)، ۴- تصویر مقصد (ادراک درباره ی مکان، همانگونه که با وابستگی باقیمانده در حافظه گردشگر می‌شود شرح داد)، ۵- هزینه‌های گردشگری (هزینه‌های سفر گردشگر به مقصد است). به‌طور کلی در زمینه عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران از مقاصد گردشگری دو رویکرد قابل تأمل وجود دارد، رویکرد اول: برنامه‌ریزان اغلب رضایت کلی از جذب و رضایتمندی گردشگران می‌پندارد. به این معنی که جاذبه‌های گردشگری هرچقدر جذابتر باشد به‌طور کاملاً طبیعی رضایتمندی از مقصد نیز افزایش می‌یابد (آقایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۲). در نظریه دیگر تأکید بر کیفیت جوامع میزبان گردشگران می‌باشد که شامل ابعاد کیفیات محیط، کیفیت حمل‌ونقل، کیفیت محیط اجتماعی، کیفیت جاذبه‌های گردشگری و کیفیت خرید است. کیفیت محیط در یک مکان برآیند کیفیت اجزای مکانی یک ناحیه معین است؛ اما بیشتر از جمع اجزای سازنده، بر ادراک کلی از مکان دلالت دارد. اجزای سازنده محیط (طبیعت، فضای باز، زیرساختها، محیط انسان‌ساخت، تسهیلات محیط کالبدی و ذخایر طبیعی، روابط اجتماعی و...) هر یک مشخصات و کیفیت خاص خود را داراست؛ بنابراین هر محیطی باکیفیت مطلوب، حس رفاه و رضایتمندی را به جمعیت ساکن در آن منتقل می‌کند؛ که این امر در مقصدهای گردشگری کاملاً مشهود است زیرا محیط یکی از ارکان اصلی جریان گردشگری به شمار می‌آید (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۳).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش انجام کار در قالب توصیفی - تحلیلی و پیمایشی است. روش گردآوری داده‌ها شامل روش کتابخانه‌ای و پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق گردشگرانی است که در سال ۱۴۰۰ از طریق



فرودگاه مهرآباد وارد تهران شدند که به دلیل نامشخص بودن تعداد آنها، به صورت تصادفی ساده تعداد ۱۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب و مورد پرسشگری قرار گرفتند. لازم بذکر است که برای این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته با لطف لیکرت ۵ گزینه-ای در دو حالت انتظار از خدمات و تجربه حاصل از خدمات طراحی گردید که روایی محتوای پرسشنامه توسط کارشناسان تأیید شد و به منظور سنجش، قابلیت اعتماد و پایایی آن هم از آزمون آلفای کورنباخ استفاده شد که مقدار آن برای کل پرسشنامه ۰/۸۷۴ به دست آمد که نشان از سطح اطمینان بالای پرسشنامه می باشد. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات از آزمون تی جفتی در قالب نرم‌افزار SPSS و مدل HOLSAT بهره گرفته شده است.

مدل HOLSAT تلاش می‌کند به پیچیدگی اندازه‌گیری رضایت گردشگر در یک مقصد بپردازد (Truong & Foster, 2006: 855). این مدل مخفف Satisfaction Holiday به معنای رضایت تعطیلاتی است که به ارزیابی رضایت گردشگران از طریق تجزیه و تحلیل انتظارات و عملکرد از یک مقصد گردشگری می‌پردازد که توسط جان ترایب و تیم اسنیپ برای اولین بار در سال ۱۹۹۸ ارائه شده است (Snaith & Tribe, 1998: 34). ارائه دهندگان این رویکرد سعی کرده‌اند بر محدودیت‌های مدل‌های دیگر مانند سروکوال و سروپرف و غیره زمانی که به اندازه‌گیری رضایت از یک مقصد می‌پردازند غلبه کنند (Truong & Foster, 2006: 855). مشخصه کلیدی و وجه تمایز این مدل در اندازه‌گیری رضایت از موضوع گردشگری است که در مدل‌های دیگر تأکید صرف بر ارائه دهنده یک خدمت خاص مانند کیفیت خدمات در هتل یا غیره است. این مدل با تجزیه و تحلیل انتظارات و عملکرد از یک مقصد گردشگری به اندازه‌گیری رضایت گردشگر می‌پردازد که شامل نگرش‌های مثبت و منفی تعطیلاتی گردشگران است. در واقع ترایب و اسنیپ رضایت گردشگری را به عنوان درجه‌ای از ارزیابی گردشگر از ویژگی‌های یک مقصد فراتر از انتظارات خود برای آن دسته از ویژگی‌ها تعریف کرده‌اند. بنابراین طبق مدل HOLSAT، رضایت گردشگر برابر معادله زیر است:

رضایت گردشگر = (عملکرد از مقصد) - (انتظارات از مقصد).

همچنین مدل HOLSAT شامل سه سناریوی Lose, Draw, Win با توجه به مقایسه انتظارات و عملکرد برای ویژگی‌های مختلف و متنوع از تجربه تعطیلاتی در یک مقصد توریستی است. در این ماتریس‌ها سناریو Win نشان‌دهنده برآورده شدن انتظارات گردشگر از مقصد گردشگری است. سناریو Lose نشان‌دهنده برآورده نشدن انتظارات گردشگر از مقصد گردشگری و سناریو Draw نشان‌دهنده تطابق نزدیک بین انتظارات گردشگر و عملکرد مقصد است (Truong & Foster, 2006: 843).

یافته‌های تحقیق

جهت ارزیابی رضایتمندی گردشگران از خدمات و امکانات فرودگاه مهرآباد و سنجش تفاوت بین عملکرد یا تجربه با انتظار، از آزمون t جفتی استفاده شده است. این آزمون به مانند آزمون t تک نمونه‌ای از آزمون‌های پارامتریک هست و نرمال بودن توزیع داده‌ها یکی از شروط اصلی استفاده از آن می‌باشد (جدول ۱ نشان می‌دهد که توزیع داده‌ها نرمال است). این آزمون برای یک متغیر در دو حالت کاربرد دارد. به مانند روشی که برای این تحقیق استفاده می‌شود که در آن یک متغیر را در دو حالت تجربه و انتظار مورد بررسی قرار می‌دهد تا نشان دهد متغیر مربوطه در حالت تجربه نسبت به حالت انتظار تفاوت میانگین معناداری را دارد یا نه (تجربه منهای انتظار برابر است با رضایتمندی).

در صورتی که مقدار به دست آمده حاصل از اختلاف میانگین‌ها، مثبت و معنادار باشد، یعنی میانگین تجربه بیشتر از میانگین انتظار بوده است و در واقع رضایت و سناریو برد (Win) محسوب می‌شود.

در صورتی که مقدار به دست آمده حاصل از اختلاف میانگین‌ها، منفی و معنادار باشد، یعنی میانگین تجربه کمتر از میانگین انتظار بوده است و در واقع عدم رضایت و سناریو باخت (Lose) محسوب می‌شود.

در صورتی که مقدار به دست آمده حاصل از اختلاف میانگین‌ها، عدم معنادار باشد، یعنی بین میانگین انتظار و میانگین تجربه تفاوت معناداری وجود ندارد (تجربه همان بوده که انتظار می‌رفته است) و در واقع حالت سناریو بینابین (Draw) می‌باشد.

جدول (۱) - آزمون کولموگروف - اسمیرنوف

آزمون کولموگروف - اسمیرنوف		
آماره	درجه آزادی	معیار تصمیم
۱/۲۴۷	۹۹	۰/۵۰۶

مأخذ: نتایج مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۰

- بررسی وضعیت ترافیکی فرودگاه

منظور از وضعیت ترافیکی یعنی وضعیت پارکینگ (کیفیت و کمیت (گنجایش) و دسترسی به آن) و حمل و نقل عمومی (کیفیت و کمیت (گنجایش) و دسترسی به اتوبوس، تاکسی و مترو) است.

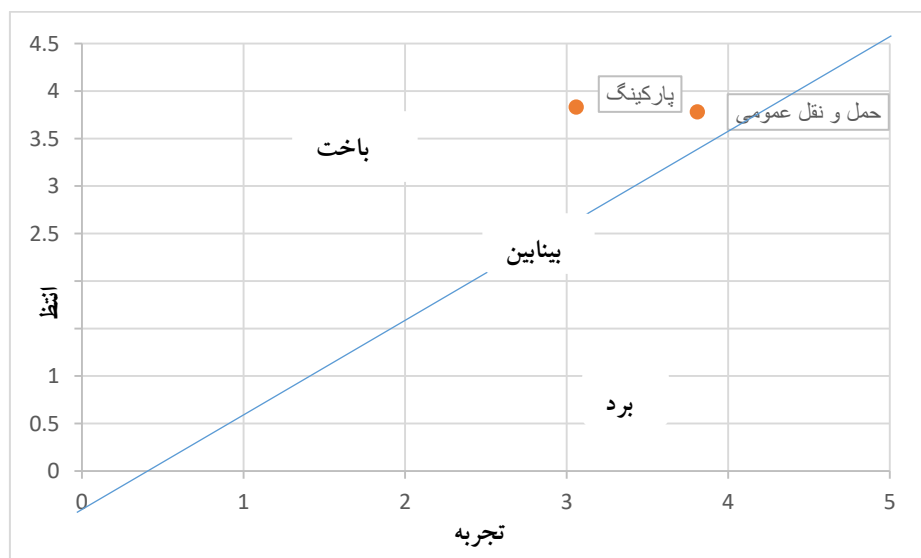
جدول (۲) - نتایج آزمون t زوجی در خصوص وضعیت ترافیکی فرودگاه

ردیف	وضعیت متغیرها	میانگین	اختلاف میانگین	مقدار آماره	معیار تصمیم	وضعیت سناریو
۱	انتظار از پارکینگ	۳/۸۳	۰/۷۷	۴/۴۹	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه پارکینگ	۳/۰۶				
۲	انتظار از حمل و نقل عمومی	۳/۷۸	۰/۰۳	۱/۰۱	۰/۷۵۷	بینابین
	تجربه حمل و نقل عمومی	۳/۸۱				

مأخذ: یافته‌های مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۰

با عنایت بر جدول شماره (۲)، می‌توان چنین بیان کرد که بین انتظار از وضعیت پارکینگ (۳/۸۳) با تجربه آن (۳/۰۶)، اختلاف میانگین معنی‌داری (۰/۷۷-) در سطح آماری ۹۵ درصد وجود دارد. بگونه‌ای که مقدار آماره بیشتر از ۱/۹۶ (۴/۴۹) و معیار تصمیم کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین نسبتاً بالا (باتوجه به معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها) و رقم منفی اختلاف (۰/۷۷-)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه کمتر از انتظار بوده است، در واقع وضعیت وضعیت پارکینگ در حالت سناریو باخت (Lose) قرار دارد یعنی انتظارات برآورده نشده است.

همچنین می‌توان چنین بیان کرد که بین انتظار از حمل و نقل عمومی فرودگاه (۳/۷۸) با تجربه آن (۳/۸۱)، اختلاف میانگینی برابر با ۰/۰۳ وجود دارد. از آنجایی که این اختلاف میانگین اندک است، لذا از آماری معنادار نمی‌باشد. چراکه مقدار آماره کمتر از ۱/۹۶ (۱/۰۱) و معیار تصمیم بزرگتر از ۵ درصد (۰/۷۵۷) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین اندک (باتوجه به عدم معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه به مانند رضایت از انتظار بوده است، در واقع وضعیت حمل و نقل عمومی فرودگاه در حالت سناریو بینابین (Draw) قرار دارد.



نمودار (۱) - مدل HOLSAT در خصوص وضعیت ترافیکی فرودگاه

- بررسی وضعیت راحتی مسافر

منظور از راحتی مسافر یعنی کیفیت و کمیت مبلمان فرودگاه و هواپیما، کیفیت و کمیت فروشگاه فرودگاه، کیفیت و کمیت سرویس‌های بهداشتی فرودگاه و هواپیما، کیفیت و کمیت مراکز اقامتی فرودگاه، کیفیت و کمیت خدمات پذیرایی فرودگاه و هواپیما، کیفیت و کمیت خدمات تفریحی فرودگاه، کمیت و کیفیت نور و روشنایی فرودگاه و هواپیما، وضعیت تهویه هوای فرودگاه و هواپیما و نهایتاً کیفیت خدمات‌دهی به معلولان و اقلشار کم توان جسمی و ذهنی است.

جدول (۳) - نتایج آزمون t زوجی در خصوص راحتی مسافر

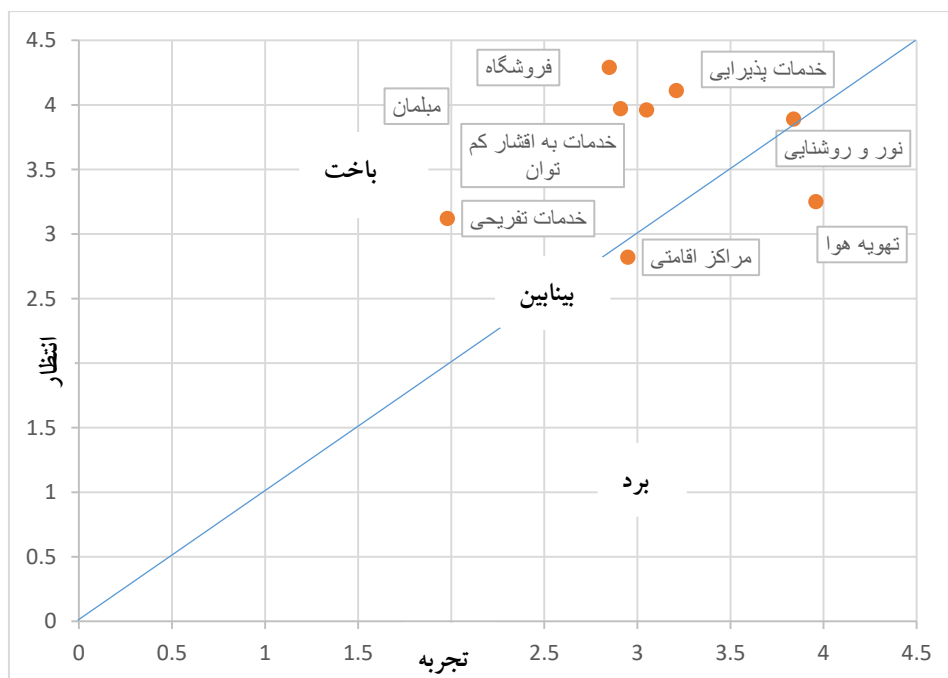
ردیف	وضعیت متغیرها	میانگین	اختلاف میانگین	مقدار آماره	معیار تصمیم	وضعیت سناریو
۱	انتظار از مبلمان	۳/۹۷	-۱/۰۷	-۴/۸۵	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه مبلمان	۲/۹۰				
۲	انتظار از فروشگاه	۴/۲۹	-۱/۴۴	-۵/۷۸	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه فروشگاه	۲/۸۵				
۳	انتظار از سرویس‌های بهداشتی	۳/۷۴	-۰/۱۱	-۱/۱۰	۰/۴۱۷	بینابین
	تجربه سرویس‌های بهداشتی	۳/۸۵				
۴	انتظار از خدمات پذیرایی	۴/۱۱	-۰/۹۰	۵/۶۹	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه خدمات پذیرایی	۳/۲۱				
۵	انتظار از مراکز اقامتی	۲/۸۴	۰/۱۱	۱/۱۲	۰/۴۳۶	بینابین
	تجربه مراکز اقامتی	۲/۹۵				
۶	انتظار از مراکز تفریحی	۳/۱۲	-۱/۱۴	۵/۵۶	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه مراکز تفریحی	۱/۹۸				
۷	انتظار از تهویه هوا	۳/۲۵	۰/۷۱	۳/۲۴	۰/۰۰۰	برد
	تجربه تهویه هوا	۳/۹۶				
۸	انتظار از نور و روشنایی	۳/۸۹	-۰/۰۵	-۰/۰۸۹	۰/۸۶۹	بینابین
	تجربه نور و روشنایی	۳/۸۴				
۹	انتظار خدمات دهی به معلولان	۳/۹۶	-۰/۹۱	۵/۸۴	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه خدمات دهی به معلولان	۳/۰۵				

ماخذ: یافته‌های مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۰

با عنایت بر جدول شماره (۳) می‌توان چنین بیان کرد که بین انتظار از کمیت و کیفیت میلان فرودگاه (۳/۹۷) با تجربه آن (۲/۹۰)، اختلاف میانگین معنی‌داری (۱/۰۷-) در سطح آماری ۹۵ درصد وجود دارد. بگونه‌ای که مقدار آماره بیشتر از ۱/۹۶ (۴/۸۵-) و معیار تصمیم کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین نسبتاً بالا (باتوجه به معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها) و رقم منفی اختلاف (۱/۰۷-)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه کمتر از انتظار بوده است، در میلان فرودگاه در حالت سناریو باخت (Lose) قرار دارد. لذا می‌توان گفت که در خصوص متغیر یادشده، انتظارات برآورده نشده است. این شرایط برای متغیرهای فرودگاه، خدمات پذیرایی، تفریحی و خدمات دهی به افسار کم توان نیز حاکم است.

همچنین بین انتظار از کمیت و کیفیت سرویس بهداشتی (۳/۷۴) با تجربه آن (۳/۸۵)، اختلاف میانگینی برابر با ۰/۱۱- وجود دارد. از آنجایی که این اختلاف میانگین اندک است، لذا از آماری معنادار نمی‌باشد. چراکه مقدار آماره کمتر از ۱/۹۶ (۱/۱۰-) و معیار تصمیم بزرگتر از ۵ درصد (۰/۴۱۷) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین اندک (باتوجه به عدم معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه به مانند رضایت از انتظار بوده است، در واقع متغیر سرویس بهداشتی فرودگاه و هواپیما، در حالت سناریو بینابین (Draw) قرار دارد. لذا می‌توان گفت که برای متغیر یادشده و متغیرهای خدمات اقامتی و نور و روشنایی، شاهد تطابق نزدیک بین دو حالت برد و باخت (یا تطابق نزدیک بین دو حالت انتظار و تجربه) بوده‌ایم.

و اینکه بین انتظار از تهویه هوا (۳/۲۵) با تجربه آن (۳/۹۶)، اختلاف میانگین معنی‌داری (۰/۷۱) در سطح آماری ۹۵ درصد وجود دارد. بگونه‌ای که مقدار آماره بیشتر از ۱/۹۶ (۳/۲۴) و معیار تصمیم کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین نسبتاً بالا (باتوجه به معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها) و رقم مثبت اختلاف (۰/۷۱)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه بیشتر از انتظار بوده است، در واقع متغیر تهویه هوای فرودگاه و هواپیما در حالت سناریو برد (Win) قرار دارد. لذا می‌توان گفت که در خصوص متغیر یادشده، انتظارات برآورده شده است.



نمودار (۲) - مدل HOLSAT در خصوص راحتی مسافر



- بررسی وضعیت منابع انسانی و نرم افزاری

منظور از وضعیت منابع انسانی یعنی رفتار و کارایی پرسنل فرودگاه و پرواز و نهایتاً هوشمند بودن فرودگاه است.

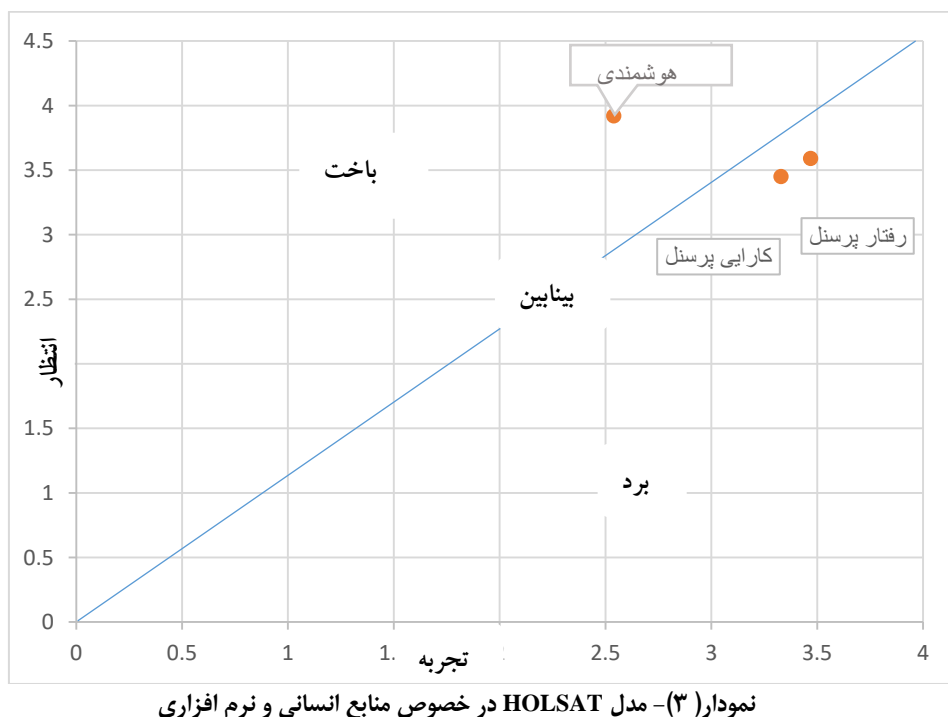
جدول (۴) - نتایج آزمون t زوجی در خصوص منابع انسانی و نرم افزاری

ردیف	وضعیت متغیرها	میانگین	اختلاف میانگین	مقدار آماره	معیار تصمیم	وضعیت سناریو
۱	انتظار از رفتار پرسنل	۳/۵۹	-۰/۱۴	-۱/۳۶	۰/۱۷۵	بینابین
	تجربه رفتار پرسنل	۳/۴۴				
۲	انتظار از کارایی و کاردانی پرسنل	۳/۴۵	-۰/۱۲	-۱/۰۳	۰/۳۰۲	بینابین
	تجربه کارایی و کاردانی پرسنل	۳/۳۳				
۳	انتظار از هوشمند بودن فرودگاه	۳/۹۲	-۱/۳۸	-۵/۷۸	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه هوشمند بودن فرودگاه	۲/۵۴				

ماخذ: یافته‌های مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۰

با عنایت بر جدول شماره (۴) می‌توان چنین بیان کرد که بین انتظار از هوشمند بودن فرودگاه (۳/۹۲) با تجربه آن (۲/۵۴)، اختلاف میانگین معنی‌داری (-۱/۳۸) در سطح آماری ۹۵ درصد وجود دارد. بگونه‌ای که مقدار آماره بیشتر از ۱/۹۶ (-۵/۷۸) و معیار تصمیم کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین نسبتاً بالا (باتوجه به معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها) و رقم منفی اختلاف (-۱/۳۸)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه کمتر از انتظار بوده است، در واقع هوشمند بودن فرودگاه در حالت سناریو باخت (Lose) قرار دارد و انتظارات برآورده نشده است.

همچنین بین انتظار از رفتار پرسنل (۳/۵۹) با تجربه آن (۳/۴۷)، اختلاف میانگینی برابر با ۰/۱۴- وجود دارد. از آنجایی که این اختلاف میانگین اندک است، لذا از آماری معنادار نمی‌باشد. چراکه که مقدار آماره کمتر از ۱/۹۶ (-۱/۳۶) و معیار تصمیم بزرگتر از ۵ درصد (۰/۱۷۵) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین اندک (باتوجه به عدم معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه به مانند رضایت از انتظار بوده است، در واقع متغیر رفتار پرسنل، در حالت سناریو بینابین (Draw) قرار دارد. این شرایط برای متغیر کارایی و کاردانی پرسنل هم حاکم است (عدم معناداری اختلاف میانگین و سناریوی بینابین). لذا می‌توان گفت که برای دو متغیر رفتار و کارایی پرسنل، شاهد تطابق نزدیک بین دو حالت برد و باخت (یا تطابق نزدیک بین دو حالت انتظار و تجربه) بوده- ایم.



- بررسی وضعیت مدیریت زمان و برنامه

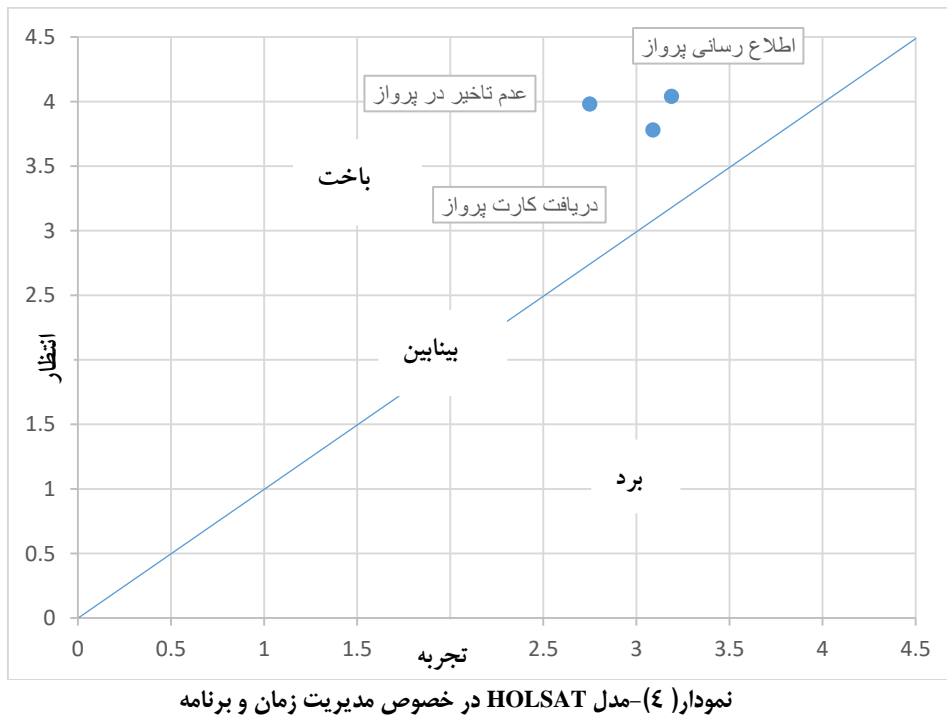
منظور از مدیریت زمان و برنامه یعنی اطلاع از جزئیات پرواز، عدم تاخیر در دریافت کارت پرواز و عدم تاخیر در زمان پرواز است.

جدول (۵) - نتایج آزمون t زوجی در خصوص مدیریت زمان و برنامه

وضعیت سناریو	معیار تصمیم	مقدار آماره	اختلاف میانگین	میان گین	وضعیت متغیرها	ر دیف
باخت	۰/۰۰۰	-۳/۵۷	-۰/۸۵	۴/۰۴	انتظار از اطلاع رسانی جزئیات پرواز	۱
				۳/۱۹	تجربه اطلاع رسانی جزئیات پرواز	
باخت	۰/۰۰۰	-۲/۲۴	-۰/۶۹	۳/۷۸	انتظار از زمان دریافت کارت پرواز	۲
				۳/۰۹	تجربه زمان دریافت کارت پرواز	
باخت	۰/۰۰۰	-۵/۹۵	-۱/۲۳	۳/۹۸	انتظار از عدم تاخیر در زمان پرواز	۳
				۲/۷۵	تجربه عدم تاخیر در زمان پرواز	

ماخذ: یافته‌های مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۰

با عنایت بر جدول شماره (۵) می‌توان چنین بیان کرد که بین انتظار از اطلاع رسانی پرواز (۴/۰۴) با تجربه آن (۳/۱۹)، اختلاف میانگین معنی‌داری (۰/۸۵-) در سطح آماره ۹۵ درصد وجود دارد. بگونه‌ای که مقدار آماره بیشتر از ۱/۹۶ (-۳/۵۷) و معیار تصمیم کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین نسبتاً بالا (باتوجه به معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها) و رقم منفی اختلاف (۰/۸۵-)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه کمتر از انتظار بوده است، و متغیر اطلاع رسانی پرواز در حالت سناریو باخت (Lose) قرار دارد. لذا می‌توان گفت که در خصوص متغیر یادشده، انتظارات برآورده نشده است. این شرایط برای متغیرهای دریافت کارت پرواز و عدم تاخیر در پرواز نیز حاکم است.



- بررسی وضعیت هزینه‌ها

منظور از هزینه یعنی هزینه‌های ترافیکی (پارکینگ و حمل و نقل عمومی)، راحتی مسافر (مراکز اقامتی، پذیرایی و ...) و قیمت بلیط هواپیما است.

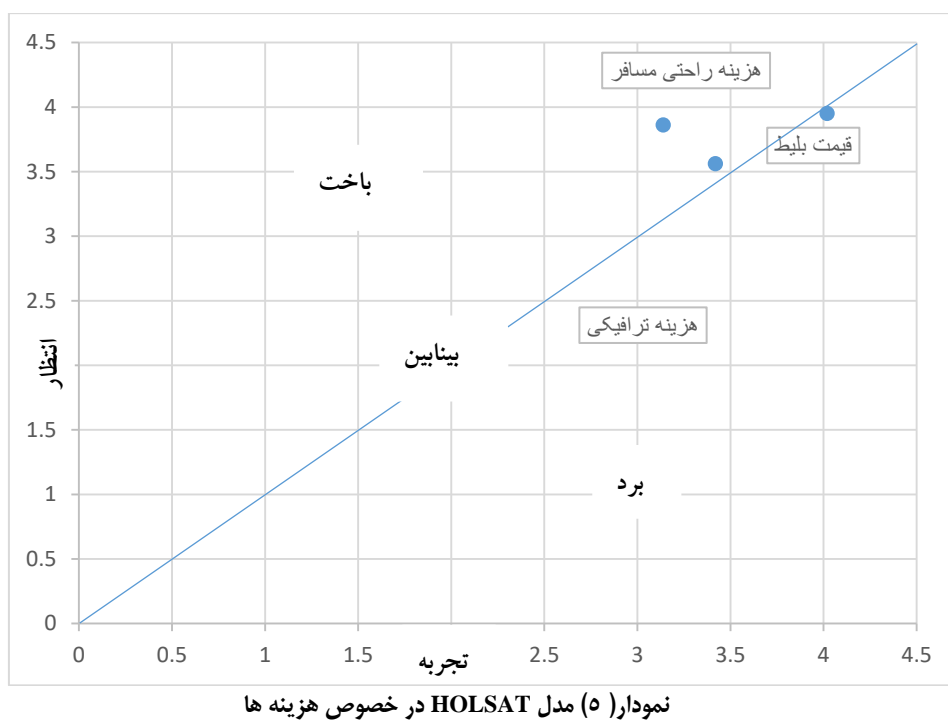
جدول (۶) نتایج آزمون t زوجی در خصوص هزینه‌ها

ردیف	وضعیت متغیرها	میانگین	اختلاف میانگین	مقدار آماره	معیار تصمیم	وضعیت سناریو
۱	انتظار از هزینه‌های ترافیکی	۳/۸۶	-۰/۷۲	-۳/۵۹	۰/۰۰۰	برد
	تجربه هزینه‌های ترافیکی	۳/۱۴				
۲	انتظار از هزینه‌های راحتی مسافر	۳/۵۶	-۰/۱۴	-۱/۲۷	۰/۰۹۶	بینابین
	تجربه هزینه‌های راحتی مسافر	۳/۴۲				
۳	انتظار از قیمت بلیط هواپیما	۳/۹۵	۰/۰۷	۱/۳۹	۰/۰۰۰	بینابین
	تجربه قیمت بلیط هواپیما	۴/۰۲				

ماخذ: یافته‌های مستخرج از پرسشنامه، ۱۴۰۰

با عنایت بر جدول شماره (۶) می‌توان چنین بیان کرد که بین انتظار از هزینه ترافیکی (۳/۸۶) با تجربه آن (۳/۱۴)، اختلاف میانگین معنی‌داری (-۰/۷۲) در سطح آماره ۹۵ درصد وجود دارد. بگونه‌ای که مقدار آماره بیشتر از ۱/۹۶ (-۳/۵۹) و معیار تصمیم کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰) بیانگر این امر است. حال با توجه به اختلاف میانگین نسبتاً بالا (باتوجه به معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها) و رقم منفی اختلاف (-۰/۷۲) برای متغیر از نوع جهت منفی (هزینه)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه کمتر از انتظار بوده است، در واقع هزینه ترافیکی فرودگاه در حالت سناریو برد (Win) قرار دارد و هزینه کمتر از آنچه‌ی بوده است که انتظار آن می‌رفت.

همچنین بین انتظار از هزینه راحتی مسافر (۳/۵۶) با تجربه آن (۳/۴۲)، اختلاف میانگینی برابر با ۰/۱۴- وجود دارد. از آنجایی که این اختلاف میانگین اندک است، لذا از آماری معنادار نمی‌باشد. چراکه که مقدار آماره کمتر از ۱/۹۶ (۱/۲۷-) و معیار تصمیم بزرگتر از ۵ درصد (۰/۰۹۶) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین اندک (باتوجه به عدم معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه به مانند رضایت از انتظار بوده است، در واقع متغیر هزینه راحتی مسافر، در حالت سناریو بینابین (Draw) قرار دارد. این شرایط برای متغیر قیمت بلیط هم حاکم است (عدم معناداری اختلاف میانگین و سناریوی بینابین). لذا می‌توان گفت که برای دو متغیر هزینه راحتی مسافر و قیمت بلیط، شاهد تطابق نزدیک بین دو حالت برد و باخت (یا تطابق نزدیک بین دو حالت انتظار و تجربه) بوده‌ایم.



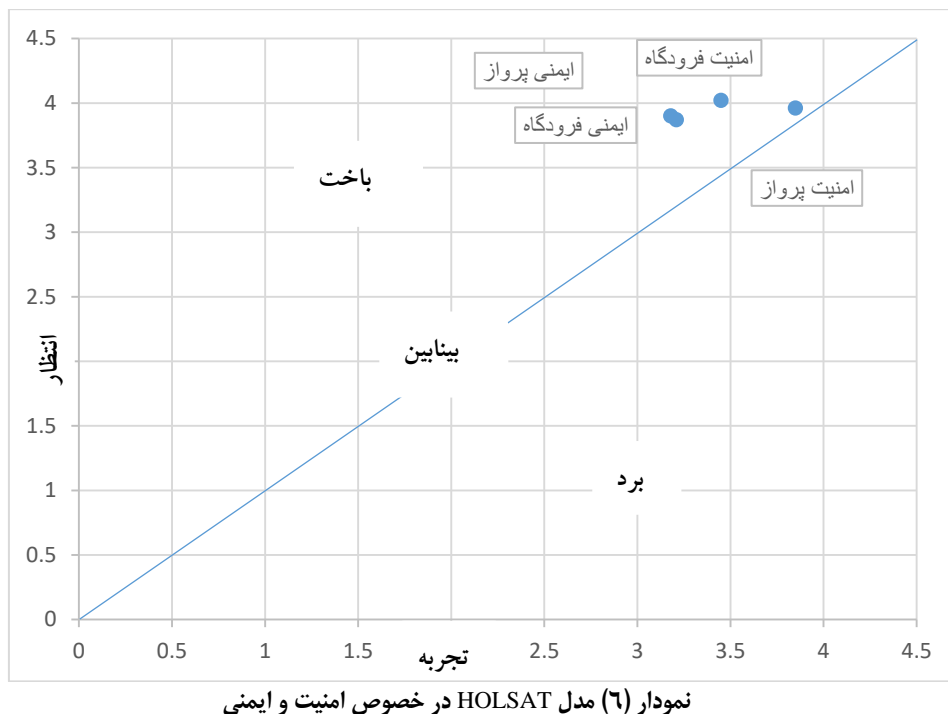
- بررسی وضعیت امنیت و ایمنی

منظور از امنیت و ایمنی یعنی امنیت و ایمنی فرودگاه و پرواز (وجود دوربین‌های چندکاره و ...، کنترل و هدایت مسافرو بار مسافر و ...) است.

جدول (۷) - نتایج آزمون t زوجی در خصوص امنیت و ایمنی

ردیف	وضعیت متغیرها	میانگین	اختلاف میانگین	مقدار آماره	معیار تصمیم	وضعیت سناریو
۱	انتظار از امنیت فرودگاه	۴/۰۲	-۰/۵۷	-۲/۱۹	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه امنیت فرودگاه	۳/۴۵				
۲	انتظار از امنیت پرواز	۳/۹۶	-۰/۱۱	-۱/۰۹	۰/۲۸۸	بینابین
	تجربه امنیت پرواز	۳/۸۵				
۳	انتظار از ایمنی فرودگاه	۳/۸۷	-۰/۶۶	-۲/۷۸	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه ایمنی فرودگاه	۳/۲۱				
۴	انتظار از ایمنی پرواز	۳/۹۰	-۰/۷۲	-۳/۴۶	۰/۰۰۰	باخت
	تجربه ایمنی پرواز	۳/۱۸				

با عنایت بر جدول شماره (۷) می‌توان چنین بیان کرد که بین انتظار از امنیت فرودگاه (۴/۰۲) با تجربه آن (۳/۴۵)، اختلاف میانگین معنی‌داری (۰/۵۷-) در سطح آماری ۹۵ درصد وجود دارد. بگونه‌ای که مقدار آماره بیشتر از ۱/۹۶ (۲/۱۹-) و معیار تصمیم کمتر از ۵ درصد (۰/۰۰۰) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین نسبتاً بالا (باتوجه به معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها) و رقم منفی اختلاف (۰/۵۷-)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه کمتر از انتظار بوده است، در واقع امنیت فرودگاه در حالت سناریو باخت (Lose) قرار دارد و انتظارات برآورده نشده است. این حالت برای متغیرهای ایمنی فرودگاه و ایمنی پرواز نیز حاکم است اما بین انتظار از امنیت پرواز (۳/۹۶) با تجربه آن (۳/۸۵)، اختلاف میانگینی برابر با ۰/۱۱- وجود دارد. از آنجایی که این اختلاف میانگین اندک است، لذا از آماری معنادار نمی‌باشد. چراکه مقدار آماره کمتر از ۱/۹۶ (۱/۰۹-) و معیار تصمیم بزرگتر از ۵ درصد (۰/۲۸۸) بیانگر این امر است. حال باتوجه به اختلاف میانگین اندک (باتوجه به عدم معنادار بودن اختلاف میانگین‌ها)، می‌توان گفت که رضایت از تجربه به مانند رضایت از انتظار بوده است، در واقع متغیر امنیت پرواز، در حالت سناریو بینابین (Draw) قرار دارد.



نتیجه‌گیری

در دنیای رقابتی صنعت گردشگری، رضایت گردشگران از کیفیت محصولات و خدمات مقوله بسیار مهمی است. زیرا توسعه موفقیت‌آمیز بازاریابی مقصد، مدیریت استراتژی‌ها و برنامه‌های بهبود کیفیت محصولات و خدمات نیاز به اندازه‌گیری رضایت گردشگران بستگی دارد تا از این طریق به شناسایی مشکلات پرداخته و بر روش‌های مناسب حل مشکلات تمرکز شود.

به‌منظور ارزیابی رضایت گردشگران از ابعاد مختلف کیفیت امکانات و خدمات فرودگاه مهرآباد، مدل HOLSAT مورد استفاده قرار گرفته است. در این مدل رضایت گردشگر به‌عنوان درجه‌ای از ارزیابی گردشگر از ویژگی‌های مقصد فراتر از انتظارات خود برای آن دسته از ویژگیها تعریف شده است. یعنی رضایت گردشگر تابع انتظارات گردشگران و عملکرد مقصد است. بنابراین در این پژوهش به منظور اندازه‌گیری رضایت گردشگران ما بر انتظارات از مقصد پیش از سفر و به عملکرد کاراکترهای مقصد در خلل سفر تمرکز شد. نتایج حاصل از به‌کارگیری مدل HOLSAT گویای آن است که این مدل توانایی بسیار مناسبی جهت ارزیابی رضایت گردشگران

دارد به‌طوریکه نتایج نشان داد که انتظارات گردشگران در دو مولفه تهویه هوا و هزینه‌های ترافیکی کمتر از تجربه شان بوده است (سناریوی برد/ Win) در مولفه‌های وضعیت پارکینگ، مبلمان، فروشگاه، خدمات و مراکز پذیرایی، تفریحی، خدمات‌دهی به اقشار کم-توان، هوشمندی فرودگاه، اطلاع‌رسانی، دریافت کارت پرواز، عدم تاخیر در پرواز، امنیت فرودگاه و ایمنی فرودگاه و پرواز، انتظار گردشگران بیشتر از تجربه شان بوده است (سناریوی باخت/ Lose) و در مابقی موارد انتظار به مانند تجربه بوده است (سناریوی بینابین/ Draw).

در همین خصوص نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق شوهانی و همکاران (۱۳۹۷) و زینلی (۱۳۹۳) مبنی بر رضایت گردشگران از مقصد گردشگری، عدم همخوانی، با نتایج سردان میلسوی و همکاران (۲۰۱۶) مبنی بر رضایت گردشگران از خدمات و امکانات اقامتی ارائه‌شده در مقصد گردشگری شهر ساوتومور در جمهوری مونتنگرو، عدم همخوانی و با نتایج تحقیق پابلو گارسیا و همکاران (۲۰۱۵)، مبنی بر رضایتمندی گردشگران از هزینه‌های گردشگری در مقاصد، همخوانی دارد.

باتوجه به نتایج تحقیق، بهبود کمیت و کیفیت مبلمان فرودگاه؛ بهبود کیفیت خدمات پذیرایی فرودگاه؛ بهبود کیفیت و مراکز تفریحی فرودگاه؛ بهبود کیفیت، کمیت و دسترسی به پارکینگ فرودگاه؛ بهبود خدمات‌دهی به معلولان و افراد کم‌توان؛ هوشمندسازی فرودگاه؛ بهبود اطلاع‌رسانی پروازهای فرودگاه؛ کاهش تاخیر در پرواز و بهبود امنیت و ایمنی فرودگاه و پروازهای آن، پیشنهاد می‌شود.



منابع

- آریافر، کاظم (۱۳۸۸). امکان‌سنجی تأسیس ژئوپارک در استان لرستان با استفاده از روش AHP، *پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد شهرسازی*، به راهنمایی کرامت‌الله زیاری، دانشگاه آزاد واحد قزوین.
- آقای، پرویز؛ رضویان، محمدتقی؛ سعیدی راد، مجید و خرابی، مصطفی (۱۳۹۴)، تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری (مورد پژوهی: گردشگران شهرستان قروه)، *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۹۷-۱۱۳.
- استیون، ویلیامز (۲۰۰۹). *جغرافیای گردشگری*، ترجمه محمود ضیایی، انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.
- جمینی، داوود و جمشیدی، علیرضا (۱۳۹۱)، شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مؤثر بر سطح رضایت گردشگران (مطالعه موردی بازارچه مرزی شهرستان جوانرود)، *دو فصلنامه مطالعات گردشگری*، دوره ۱، شماره ۲، صص ۱۸۱-۲۰۰.
- زینعلی، بهرام؛ کرمی، فریبا و امیرزاده، شهاب (۱۳۹۳)، تأثیر کیفیت محصول مقصدهای گردشگری بر رضایت گردشگر مطالعه موردی: پارک ساحلی قروق، *دو فصلنامه مطالعات گردشگری اجتماعی*، دوره ۲، شماره ۴، صص ۴۹-۲۷.
- زینلی، بهرام (۱۳۹۳) ارزیابی رضایت گردشگران از محصول گردشگری پارک ساحلی قروق با استفاده از مدل HOLSAT، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری*، به راهنمایی مریم بیاتی خطیبی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تبریز.
- سجاسی قیداری، حمدالله؛ صادقلو، طاهره و مهدوی، داوود (۱۳۹۳)، تبیین نقش کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و روستایی در تقویت تصویر ذهنی گردشگران مطالعه موردی: روستاهای مقصد گردشگری بخش رودبار قصران، *مجله برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، دوره ۱۹، شماره ۲، صص ۸۸-۶۱.
- سقائی، محسن. (۱۳۸۸). *امور مسافرت و صدور بلیت*، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان.
- شرکت مشاور هوایی مآب (۱۳۸۸) کتاب سال هواپیمایی ایران ۱۳۸۶ سال ۱۳۸۷. شرکت مادر تخصصی فرودگاه‌های کشور.
- شوهانی، نادر؛ نیک‌سرشت، مهدی؛ تردست، زهرا و مقیمی، مهدی (۱۳۹۷) ارزیابی میزان رضایت گردشگران از محصول گردشگری استان ایلام، *گردشگری شهری*، دوره ۵، شماره ۴، صص ۷۸-۱۰۴.
- قادری، اسماعیل (۱۳۸۸)، بررسی اجمالی وضعیت صنعت جهانگردی کشور، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات فرهنگی، شماره مسلسل: ۱۰۰۰۲، کد موضوعی: ۲۷۰.
- کرمی، فریبا و زینلی، بهرام (۱۳۹۴)، کیفیت محصول مقاصد گردشگری، رضایت گردشگر و آینده گردشگر (مطالعه موردی، پارک اتل گلی تبریز)، *فصلنامه فضای جغرافیایی*، سال ۱۵، شماره ۵۱، صص ۹۷-۱۱۹.
- کریمی علویجه، محمدرضا؛ احمدی؛ محمدمهدی و نظری، مهسا (۱۳۹۴)، بررسی اثرات ارزش‌های سنتی و ارزش‌های اسلامی از رضایت و وفاداری گردشگران خارجی شهر قم، *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، سال ۱۰، شماره ۳۲، صص ۲۱-۴۲.
- لومسدن، لس (۱۳۸۰)، *بازاریابی گردشگری*، مترجم محمد ابراهیم گوهریان، تهران: انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.
- هزارجریبی، جعفر و نجفی، مل محمد (۱۳۹۱)، بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در ایران با رویکرد جذب گردشگران خارجی، *جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، سال ۲۳، شماره ۳، صص ۱۴۶-۱۳۳.
- همتی، رضا و زهرانی، داود (۱۳۹۳)، بررسی عوامل مؤثر بر رضایتمندی و وفاداری گردشگران خارجی به اصفهان به‌مثابه برند گردشگری، *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال ۳، شماره ۱۰، صص ۲۰۴-۱۸۲.
- هوشمند، مقصود (۱۳۹۴)، *تحلیلی بر گونه‌شناسی گردشگری شهری منطقه آزاد ارس، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری*، پردیس بین‌المللی ارس دانشگاه تبریز.

- Gholizadeh Sarvari, N. (2012) Destination Brand Equity, Satisfaction and Revisit Intention: An Application in TRNC as a Tourism Destination, Master of Science in Tourism Management, Eastern Mediterranean University September 2012 Gazimağusa, North Cyprus.
- Kall, F. (2015) Measuring Tourist satisfaction with Kano model, London Press.
- Pablo, J., Cárdenas, G, & Juan. I. (2015) The Influence of Tourist Satisfaction on Tourism Expenditure in Emerging Urban Cultural Destinations, Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol.33, No.4, pp.497- 512.
- Srđan, M., Nenad, P., Ivana, Mi., Iva, Š. & Ivana, K, (2016) The Significance of Tourists Satisfaction at The Destinations, Tourism & Hospitality Industry 2016, Congress Proceedings, pp.219 – 231.
- Tribe, J. & Snaith, T. (1998) From SERVQUAL to HOLSAT: holiday Satisfaction in Varadero, Cuba. Tourism Management, No.1, pp.25-34.
- UNWTO (2008). World Tourism Barometer. 6 (2). Madrid: United Nations World Tourism Organization World Tourism Organization Madrid, Spain.
- World Tourism Organization (2006). Tourism 2020 Vision. WTO Publication Unit, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- Yao, J., & A. S, Fotheringham, (2016). Local spatiotemporal modeling of house prices: A mixed model approach. The Professional Geographer, 68 (2), pp: 189–201.
- Holden, A. (2000), Environment and Tourism, Routledge Published, London.
- Trough, T.H. & Foster, D. (2006) Using HOLSAT model to evaluate tourist satisfaction at destination: The case of Australian holidaymakers in Vietnam. Tourism Management, No.27, pp.842-855