

سنجش میزان رضایت زائران از مجاوران خدمت رسان و عوامل مؤثر بر آن (تابستان ۱۳۸۷)

دکتر محمد مظلوم خراسانی^۱

علی رضا میرانواری^۲

چکیده

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۳/۲۰ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۹/۲۸

این تحقیق با عنوان سنجش میزان رضایت زائران از مجاوران خدمت رسان در شهر مشهد و عوامل مؤثر بر آن در تابستان ۱۳۸۷ انجام شده است. چارچوب نظری تحقیق را نظریات مراتب نیازهای مازلو، نظریه آلدرفر، نظریه برابری، نظریه فرهنگ کیفیت، نظریه تسری، نظریه مبادله، نظریه آلن تورن، نظریه میدان کورت لوین، دیدگاه آگاهی و نظریه کامل تشکیل می دهد. بر این اساس، فرضیات تحقیق ارائه و مدل سازی شد. تحقیق پیمایشی و ابزار جمع آوری داده ها پرسش نامه با ۷۸ سؤال بود. جامعه آماری، زائران شهر مشهد با حدود ۳ میلیون نفر با حجم نمونه ۳۹۰ نفر به صورت تصادفی از طریق فرمول کوکران با $p = 0/05$ و $q = 0/05$ محاسبه و پرسش نامه ها تکمیل گردید. فرضیات با متغیرهای مستقل تبعیض، هزینه زندگی، رضایت از سفرهای قبلی به مشهد (موفقیت)، رضایت اقوام از سفر به مشهد (تسری)، احساس امنیت و رضایت از محیط شهر مشهد تأیید شد و فرضیات رابطه پایگاه اقتصادی - اجتماعی و مدت اقامت در مشهد با رضایت زائران تأیید نشد.

کلید واژه ها: رضایت زائران، مجاوران خدمت رسان، نیاز، امنیت، تسری، تبعیض، هزینه زندگی.

۱. دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد.
۲. دانشجوی دوره دکترای دانشگاه فردوسی مشهد.

بیان مسئله

زائران نسبت به خدماتی چون تهیه بلیت مسافرت، تردد شهری، اسکان و تهیه مواد غذایی، تعامل زائر با کسبه و تأمین امنیت، بر داوری زائران تأثیرگذار است؛ از این رو باید تحقیق درباره رفع نیازهای زائران مورد توجه خاص قرار گیرد. بی گمان رضایت زائران از مجاوران خدمت‌رسان به تشویق و ترغیب مسافرت و ترویج معارف دینی خواهد انجامید.

اهداف تحقیق

هدف کلی از تحقیق، کاربرد عملی نتایج پژوهش به وسیله نهادهای و گروه‌های خدمت‌رسان، چون فرمانداری، شهرداری، سازمان اتوبوس‌رانی، اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تاکسی‌رانی، جامعه هتل‌داران، مهمان‌پذیرها و اصناف می‌باشد، تا زمینه تسریع در تصمیم‌گیری برای حل مسائل مربوط به امور زائران را فراهم کند. همچنین درک صحیح و افزایش شناخت از خواسته‌های زائران را برای مسئولان و گروه‌های خدمت‌رسان به دنبال داشته باشد. این کار می‌تواند علاوه بر کاهش نارسایی‌ها و مشکلات زائران، برای ساکنان و مجاوران هم مثبت تلقی شده،

یکی از راه‌های برقراری ارتباط با دیگران و آشنائی با فرهنگ‌ها و سرزمین‌های دیگر مسافرت بوده است. مسافرت با انگیزه‌های مختلف زیارتی، سیاحتی، تجاری، علمی و غیره شکل می‌گیرد. مسافرت در تعامل و کنش و واکنش‌های اجتماعی نتایجی دربر دارد که می‌تواند به رضایت یا عدم رضایت دیگران منجر شود. نهادهای سازمان‌های مختلف، برای برطرف کردن نیازهای افراد یک جامعه مسئولیت دارند و موظف‌اند هم ساکنان و هم افرادی را که به این شهرها مسافرت می‌کنند، مدنظر قرار دهند. سازمان‌ها و گروه‌های خدمت‌رسان مانند شهرداری برای بررسی دقیق و علمی این امور به کار پژوهشی و برنامه‌ریزی صحیح نیاز دارند. با توجه به موقعیت شهر مشهد مقدس و وجود مرقده مطهر امام هشتم علیه السلام، سالیانه زائران میلیونی در ایام نوروز و همچنین در ایام سوگواری و در تعطیلات تابستانی به این شهر وارد می‌شوند. امکانات فعلی شهر مشهد می‌تواند بر رضایت یا عدم رضایت زائران مؤثر واقع شود. نگرش

برخی از خواسته‌های مجاوران را تحقق بخشد.

تعاریف عملی

رضایت از گروه‌های خدمت‌رسان: میزان رضایت زائران از مجموعه گروه‌هایی که به آنان خدمت ارائه می‌دهند.

۱- تبعیض: میزان خدماتی که زائران در مقایسه با مجاوران از آن بی‌بهره‌اند.

۲- رضایت از هزینه زندگی: میزان رضایت از هزینه‌های کلی زندگی در شهر مشهد.

۳- آگاهی: میزان حضور و اطلاع از وضعیت شهر مشهد.

۴- موفقیت: رضایت از سفرهای قبلی.

۵- تسری: رضایت اقوام و آشنایان در سفرهایشان به مشهد که به فرد سرایت کرده و او را متأثر ساخته است.

۶- امنیت: میزان احساس آرامش بدون ترس و دلهره در مشهد.

۷- ناکامی: نارضایتی و ناراحتی غیرمترقبه و از قبل پیش‌بینی نشده متأثر از مشکلات.

۸- رضایت از محیط: رضایت از

وضعیت معماری و زندگی به طور کلی. ۹- پایگاه اقتصادی - اجتماعی: جایگاه فرد در جامعه از لحاظ درآمد و منزلت.

چارچوب نظری و کاربرد آن در تحقیق

۱- کاربرد نظریه نیازها

با توجه به تأمین نیازهای انسان، وجود امکانات مناسب در شهر مشهد برای خدمت‌رسانی به زائران مانند: دسترسی آسان به امکانات رفاهی، مکان تمیز اقامت، امنیت، آرامش و قیمت مناسب، رضایت زائران را فراهم می‌کند. علاوه بر آن، در نظریه «اجتماعی بودن» در تعامل با زائران معرف‌هایی مانند احترام و رفتار مؤدبانه خدمت‌رسانان همچون متصدیان هتل، مغازه‌داران، مأموران و ... با زائران، همچنین نحوه پاسخگویی به مشکلات زائران و راهنمایی آنان، زمینه رضایت آنان را فراهم می‌کند.

۲- کاربرد نظریه برابری

زائران در مشهد، وضعیت خود را با مجاوران مقایسه می‌کنند و خواستار رفتار برابر با مجاوران می‌باشند. استفاده

از امکانات شهری به صورت مساوی میان زائران و مجاوران، زمینه رضایت زائران را فراهم می‌کند.

۳- کاربرد نظریه تسری

رضایت می‌تواند تأثیر تسری داشته باشد. در صورتی که اقوام و آشنایان زائران در سفرهای قبلی به مشهد رضایت داشته باشند، این رضایت به زائرانی که در حال حاضر به مشهد سفر کرده‌اند، نیز سرایت کرده، میزان رضایت آنها را افزایش می‌دهد و در غیر این صورت ناراضیاتی اقوام، سبب افزایش ناراضیاتی زائران خواهد شد.

۴- کاربرد نظریه مبادله

کُنشگر یا زائر در صورت برآورده شدن انتظاراتش احساس خرسندی می‌کند، در غیر این صورت احساس ناکامی و ناراضیاتی بروز خواهد کرد. در کنش متقابل میان زائران و مجاوران خدمت‌رسان، هر فعالیتی که به کاهش هزینه‌های زائر بینجامد، افزایش رضایت زائران را در پی خواهد شد. بدین ترتیب رضایت زائران به میزان افزایش رضایت از هزینه‌های زندگی در طول اقامت بستگی دارد.

۵- کاربرد نظریه موفقیت

اگر فعالیت فرد منجر به پاداش شود، احتمال تکرار آن عمل به وسیله همان شخص افزایش می‌یابد. در صورت رضایت زائران از سفر به مشهد، تکرار آن بیشتر خواهد شد.

۶- کاربرد نظریه پایگاه اقتصادی-اجتماعی

ویژگی‌های رفتاری افراد با توجه به وضعیت اقتصادی-اجتماعی آنان، زمینه رضایت یا عدم رضایت آنان را در طول اقامت فراهم می‌کند.

۵- فرضیات تحقیق

- ۱- تصور زائران از کمبود و ناعادلانه بودن توزیع منابع و خدمات با رضایت آنها رابطه معکوس دارد.
- ۲- میزان رضایت زائران از هزینه زندگی در مشهد به طور کلی با میزان رضایت رابطه مستقیم دارد.
- ۳- میزان رضایت زائران از خدمات مجاوران با افزایش حضور آنها رابطه مستقیم دارد.
- ۴- میزان رضایت زائران از خدمات مجاوران با میزان رضایت آنها از سفرهای قبلی رابطه مستقیم دارد.

۵- میزان رضایت زائران با میزان رضایت اقوام و آشنایان ایشان از خدمات مجاوران رابطه مستقیم دارد.

۶- میزان رضایت زائران با میزان احساس امنیت در مشهد رابطه مستقیم دارد.

رضایت از محیط شهر مشهد رابطه مستقیم دارد.

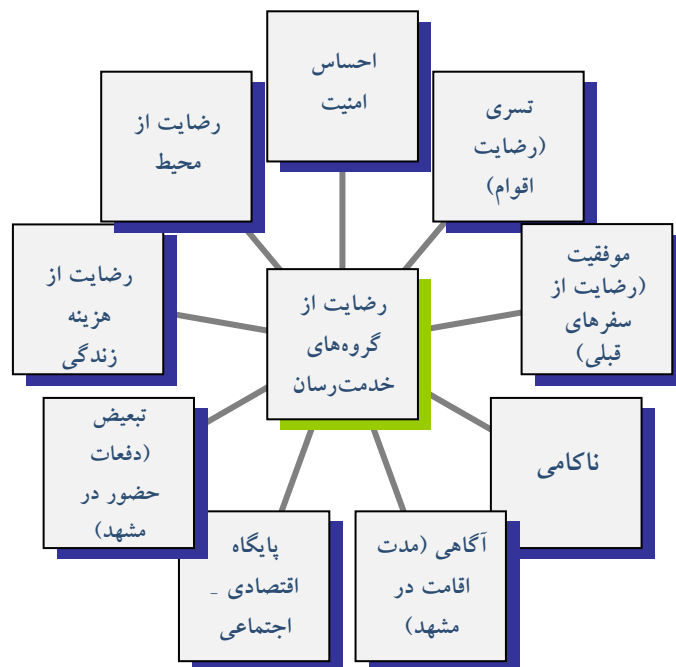
۹- میزان رضایت زائران با پایگاه اقتصادی - اجتماعی آنان رابطه مستقیم دارد.

۷- میزان رضایت زائران با مشکلات و ناکامی‌های سفر به مشهد رابطه مستقیم دارد.

۸- میزان رضایت زائران با میزان

مدل تحقیق

با استفاده از فرضیات مدل تحقیق زیر مورد استفاده قرار گرفت:



روش تحقیق

این تحقیق از نوع پیمایشی و ابزار

جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه همراه با مصاحبه است.

۱- جامعه آماری

با توجه به تعریف ارائه شده، جامعه آماری عبارت است از مجموعه‌هایی از افراد یا واحدها که حداقل دارای یک صفت مشترک باشند. جامعه آماری این تحقیق، همه زائرانی هستند که در فصل تابستان و در ماه‌های مرداد و شهریور به مشهد سفر کرده‌اند. بنا به آمار سال‌های قبل و انجام مقایسه، این تعداد حدود ۳/۳۰۰/۰۰۰ نفر می‌باشند که این آمار از طریق مدیریت گردشگری شهرداری مشهد در اختیار قرار گرفته است.

حجم نمونه و شیوه نمونه‌گیری

محاسبه حجم نمونه از طریق فرمول کوکران و بعد از محاسبه زائر ورودی به شهر مشهد در ماه‌های مرداد و شهریور صورت گرفته است. حجم نمونه براساس محاسبه ۳۹۰ نفر از زائران دو ماه مزبور محاسبه شده است. شیوه

نمونه‌گیری این تحقیق تصادفی طبقه‌ای می‌باشد. جامعه آماری براساس نوع وسیله نقلیه که به مشهد سفر کرده‌اند (هوپیما، قطار، پایانه مسافری، وسیله نقلیه شخصی) به چهار طبقه تقسیم شدند و حجم نمونه به تناسب طبقات در دو ماه مرداد و شهریور میان آنها مشخص گردید.

فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه

$$n = \frac{Nt^2 pq}{Nd^2 + t^2 pq}$$

با توجه به جامعه آماری ۳/۳۰۰/۰۰۰ $N =$ و دامنه سطح توزیع با اطمینان ۹۵ درصد یعنی $t = 1/96$ و $d = 0/05$ و با توجه به یکسانی تقریبی رضایت زائران، مقادیر $p = 0/5$ و $q = 0/5$ برآورد شده‌اند و محل جمع‌آوری اطلاعات و تکمیل پرسش‌نامه مبادی شهر مشهد، همچنین پایانه مسافری، ایستگاه راه‌آهن و فرودگاه بوده است.

جدول ۱. حجم نمونه تفکیک شده براساس وسیله تردد

ورود و خروج	جمعیت کل به نفر	ماه سفر	حجم نمونه به تفکیک
سواری شخصی	۳۱۸۰۰۰	مرداد	۳۸
پایانه (اتوبوس و مینی‌بوس)	۸۷۰۰۰۰	مرداد	۱۰۴

هوایما	۱۱۰۰۰۰	مرداد	۱۳
قطار	۱۷۱۰۰۰	مرداد	۲۱
سواری شخصی	۴۰۵۰۰۰	شهریور	۴۸
پایانه (اتوبوس و مینی‌بوس)	۱۱۰۰۰۰۰	شهریور	۱۳۱
هوایما	۱۰۶۰۰۰	شهریور	۱۳
قطار	۱۸۳۰۰۰	شهریور	۲۲

۲- متغیرهای تحقیق

این تحقیق دارای ۹ متغیر مستقل اصلی تبعیض، رضایت از هزینه زندگی، آگاهی، موفقیت، تسری، امنیت، ناکامی، رضایت از محیط و پایگاه اقتصادی - اجتماعی بوده است.

۳- روایی

برای سنجش روایی این پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرانباخ در مورد سازه‌های مختلف زیر استفاده شده و نتایج ضریب سازه رضایت از مغازه‌داران ۰/۶۱۶، آلفای کرانباخ سازه رضایت از محل اسکان ۰/۷۲۸، آلفای کرانباخ سازه رضایت از خدمات حرم مطهر ۰/۶۲۳، آلفای کرانباخ سازه رضایت از خدمات حمل و نقل عمومی ۰/۷۶۷ محاسبه شده است.

۴- نتایج آمار توصیفی

تعداد کل پاسخگویان با توجه به

حجم نمونه ۳۹۰ نفر است که ۲۶۸ نفر (۶۸/۷٪) مرد و تعداد ۱۲۲ زن (۳۱/۳٪) می‌باشند.

۱- بررسی وضعیت سن، دفعات سفر به مشهد، تعداد اعضای خانواده و میزان تحصیلات زائران پاسخگو

میانگین سن پاسخگویان ۳۲ سال و بیشترین فراوانی سنی پاسخگویان مربوط به سن ۲۳ سال می‌باشد. میانگین دفعات حضور زائران ۱۱ بار و بیشترین فراوانی دفعات حضور زائران ۳ دفعه می‌باشد. میانگین تعداد اعضای خانواده زائران حدود ۴ نفر و بیشترین فراوانی مربوط به خانواده‌های ۴ نفری می‌باشد و تحصیلات زائران حدود کلاس ۱۲ (دیپلم) و بیشترین فراوانی مشاهده شده زائران نیز ۱۲ سال می‌باشد. انحراف معیار و واریانس مشاهده شده مربوط به متغیرهای فوق نشان می‌دهد که غیر از

متغیر دفعات حضور در مشهد، دیگر متغیرهای تابع میانگین می‌باشد.

۲- متغیرهای رضایت از هزینه زندگی، احساس امنیت در شهر و رضایت از محیط زندگی

رضایت از هزینه زندگی میانگین برابر با حدود $2/7$ می‌باشد و بیشترین فراوانی یا نما مربوط به نمره ۳ یا متوسط است و انحراف معیار آن برابر با ۱ است. همچنین در متغیر احساس راحتی و امنیت در شهر میانگین حدود ۴ و بیشترین فراوانی نیز مربوط به نمره ۴ یا زیاد و انحراف معیار حدود $0/96$ است؛ یعنی زائران از وضعیت امنیت در شهر به میزان زیادی رضایت دارند. در متغیر رضایت از محیط نیز میانگین $3/5$ و بیشترین فراوانی نیز ۴ و انحراف معیار حدود $0/8$ است.

۳- بررسی میزان رضایت زائران از سفرهای قبلی به مشهد و رضایت اقوام زائران در سفرهای قبلی به مشهد

میانگین رضایت زائران از سفرهای قبلی به مشهد حدود $3/5$ و بیشترین فراوانی و میانه آن نیز ۴ و انحراف معیار آن حدود $0/8$ است. به طور کلی میزان رضایت زائران و اقوام آنان در سفرهای قبلی زیاد است.

۴- بررسی درآمد ماهانه و هزینه کلی زائران در مدت سکونت در مشهد میانگین درآمد زائران پاسخگو در مشهد ۳۹۰ هزار تومان و میانه درآمد آنها ۳۰۰ هزار تومان و میانگین هزینه زائران در مشهد ۳۰۵ هزار تومان و میانه هزینه‌های آن در حدود ۲۵۰ هزار تومان می‌باشد. بیشترین درآمد پاسخگویان پنج میلیون و پانصد هزار تومان و کمترین آن ۳۰۰ هزار تومان و بیشترین هزینه زائران در مشهد برابر با ۴ میلیون تومان و کمترین هزینه ۱۵۰۰۰ تومان است.

میانگین هزینه کلی زائران 304558 هزار تومان، میانگین هزینه برای خرید کالا و اجناس ۱۷۷ هزار تومان، میانگین هزینه برای اسکان حدود ۹۵ هزار تومان، میانگین هزینه برای وسیله نقلیه غیرشخصی ۳۹ هزار تومان، میانگین هزینه شهر بازی‌ها ۱۹ هزار تومان و میانگین هزینه برای مکان‌های طبیعی و تفریحی حدود ۳۰ هزار تومان است.

۵- بررسی میزان رضایت از خدمات شهری (کمپ‌های زائر، پارک‌ها و فضای سبز، نظافت داخل شهر و مراکز تفریحی)

آمار توصیفی نشان می‌دهد که میزان رضایت از کمپ‌های زائر براساس سه

شاخص میانگین، میانه و نما حدود ۴ و زیاد است. همچنین میانگین میزان رضایت از پارک‌ها نیز حدود ۴ و میانه و نما نیز ۴ است و میانگین رضایت از نظافت داخل شهر ۳/۵ و میانه و نما ۴ است و میانگین رضایت از مراکز تفریحی نیز ۴/۵ و میانه و نمای آن ۴ است و این نمرات از ۵ محاسبه شده و به معنای میزان رضایت تقریباً زیاد زائران است.

۶- بررسی میزان رضایت از خدمات شهرداری (طرح ترافیک، سرویس‌های بهداشتی، حمام‌ها و اطلاع‌رسانی شهرداری)

بررسی نشان می‌دهد که میانگین نمره رضایت زائران از طرح ترافیک ۲/۷، میانه ۲/۵ و نما ۱ می‌باشد و نمره رضایت کم می‌باشد. میانگین نمره رضایت زائران از سرویس‌های بهداشتی حدود ۳/۴، میانه ۴ و نما ۴ با بیشترین فراوانی با نمره زیاد می‌باشد.

میانگین رضایت از حمام‌های شهر نیز ۳/۳ و میانه ۴ و نما ۴ می‌باشد و نمره زیاد است و نمره اطلاع‌رسانی شهرداری با میانگین حدود ۳ و نمره

متوسط است و نمرات از ۵ محاسبه شده است. در مجموع نمره رضایت از سرویس‌های بهداشتی و حمام‌ها زیاد و نمره رضایت از اطلاع‌رسانی شهرداری مشهود متوسط و نمره رضایت از ترافیک کم می‌باشد.

۷- بررسی میزان رضایت زائران از گروه‌های خدمت‌رسان (مغازه‌داران، محل اسکان، خدمات محدوده داخل حرم مطهر، حمل‌ونقل شهری و خدمات شهرداری)

میزان رضایت زائران از مغازه‌داران حدود ۱۳ از ۲۰، میانگین نمره رضایت از خدمات محل اسکان ۱۳/۵ از ۲۰، میانگین نمره رضایت از خدمات حمل‌ونقل شهری ۱۳ از ۲۰ می‌باشد و نمره رضایت از خدمات محدوده داخل حرم مطهر نمره ۱۳ از ۱۵ و میانگین نمره رضایت از خدمات شهرداری نیز حدود ۱۰/۵ از ۱۵ می‌باشد. در نتیجه نمره کسب شده مغازه‌داران، خدمات محل اسکان و خدمات حمل‌ونقل شهری که هر سه حدود ۱۳ از ۲۰ شده‌اند، نمره کمی می‌باشد و نمره رضایت از خدمات محدوده داخل حرم

مطهر و خدمات شهرداری نمره خوبی می‌باشد. البته در این میان، نمرات رضایت از محل اسکان با بررسی انحراف معیار نشان می‌دهد که دارای تغییرات بیشتری است. یعنی بین محل‌های مختلف اسکان زائران و میزان رضایت آنها تفاوت‌های معناداری وجود دارد.

۸- بررسی میزان رضایت از عرضه‌کنندگان مواد غذایی و رستوران‌ها

می‌توان گفت که میانگین نمره رضایت از عرضه‌کنندگان مواد غذایی ۳/۲، میانه ۳ و نما یا بیشترین فراوانی ۴ می‌باشد. همچنین میانگین نمره رضایت از رستوران‌ها و اغذیه‌فروشی‌ها نیز حدود ۳، میانه و نما ۳ می‌باشد و با بررسی انحراف معیار و اینکه نمرات از ۵ محاسبه شده است، نمره رضایت زائران از این دو متغیر متوسط است.

۹- بررسی میزان رضایت کلی از گروه‌های خدمات‌رسان شهر مشهد

این سازه یعنی رضایت از گروه‌های خدمات‌رسان از مجموع رضایت از گروه‌های پنج‌گانه (مغازه‌داران، شهرداری، خدمات داخل حرم مطهر، حمل‌ونقل عمومی و اسکان) به همراه میزان رضایت

از مغازه‌های مواد غذایی و رستوران‌ها می‌باشد که به این ترتیب بیشترین نمره‌ای که می‌تواند در این متغیر کسب شود نمره ۱۰۰ می‌باشد. با بررسی میانگین کلی نمرات مشاهده می‌شود که میانگین نمره رضایت از خدمات حدود ۶۰ می‌باشد و با بررسی میانه، نما و انحراف معیار می‌توان گفت که این نمره قابل اتکاست. همچنین نمره کلی میزان رضایت زائران از گروه‌های خدمات‌رسان ۶۰ از ۱۰۰ می‌باشد که کمی بیش از نمره متوسط و نسبتاً خوب است.

۱۰- بررسی میزان رضایت زائران از گروه‌های خدمات‌رسان (مغازه‌داران، محل اسکان، خدمات محدوده داخل حرم مطهر، حمل‌ونقل شهری و خدمات شهرداری) به تفکیک ماه‌های مرداد و شهریور

با مقایسه، اعداد نشان می‌دهد که میزان رضایت از گروه‌های خدمات‌رسان یادشده در ماه شهریور نسبت به ماه مرداد افزایش یافته است، اما خدمات شهرداری تغییری نکرده است.

در ماه مرداد میانگین نمره کلی رضایت زائران از شهر مشهد حدود ۵۶ و میانه آن ۵۷ و نمای آن ۵۹ است. اما میانگین نمره رضایت زائران در ماه

شهریور حدود ۶۱/۵، میانه ۶۱ و نما نیز ۵۳ است. به این ترتیب و با مبنا قرار دادن میانگین و محاسبه آن از روی انحراف معیار می توان گفت که میزان رضایت زائران در ماه شهریور نسبت به ماه مرداد حدود ۱۰ درصد یا یک نمره از ده نمره افزایش یافته است. قابل ذکر است که چون ۱۲ شهریور ماه ۸۷ ماه رمضان شروع شد، به همین دلیل میزان زائران در شهریورماه کاهش یافته و در نتیجه رضایت افزایش داشته است.

۱۱- بررسی رضایت از خدمات محل اسکان به تفکیک محل های اسکان

معیار نمرات از ۲۰ محاسبه شده است. با توجه به نمرات میانگین، میانه و نما براساس انحراف معیار می توان نمره میانگین را به عنوان معیاری برای بررسی میزان رضایت زائران از خدمات محل اسکان و براساس نمره ۲۰ قرار داد. به این ترتیب بیشترین نمره رضایت زائران از محل اسکان مربوط به اسکان زائران در کمپ های زائران با میانگین نمره ۱۶ از ۲۰ است. میانگین نمره رضایت از هتل ها ۱۳/۵، هتل آپارتمان و مهمان پذیر

۱۳/۳، منزل شخصی زواری ۱۲/۵ و دیگر اماکن نیز ۱۲ می باشد. همچنین نمره رضایت از منزل شخصی و منزل دوستان و اقوام به دلیل عدم پاسخگویی زائران قابل اندازه گیری نبودند.

۱۲- بررسی هزینه اسکان زائران به تفکیک محل های اسکان

میانگین هزینه اسکان زائران در هتل ۱۴۸ هزار تومان با میانگین ۴ روز اقامت؛ در هتل آپارتمان و مهمان پذیر ۱۱۴ هزار تومان با ۴ روز اقامت؛ در منزل شخصی زواری ۹۰ هزار تومان با ۴ روز میانگین مدت اقامت در مشهد؛ در کمپ های زائر ۱۵ هزار تومان با میانگین ۵ روز اقامت و در دیگر مکان ها هزینه اسکان برابر با ۸۰ هزار تومان با میانگین ۴ روز اقامت می باشد. بدین ترتیب می توان گفت با توجه به اینکه مدت اقامت در مکان های مختلف تقریباً برابر است، بیشترین میانگین هزینه اسکان زائران در هتل ها با ۱۴۸ هزار تومان و کمترین میزان هزینه ۱۵ هزار تومان در کمپ های زائران بوده است.

۱۳- بررسی مدت اقامت زائران در مشهد به تفکیک محل اسکان

هزار تومان و در منازل شخصی خود
زائر ۲۷۱ هزار تومان، در کمپ‌های زائر
۲۸۳ هزار تومان و در دیگر اماکن ۱۹۸
هزار تومان محاسبه شده است.

نتیجه‌گیری

داده‌های متغیرهای پایگاه اقتصادی -
اجتماعی، امنیت، تبعیض، ناکامی،
رضایت از هزینه زندگی، موفقیت
(رضایت از سفرهای قبلی)، تسری
(رضایت اقوام)، رضایت از محیط و
آگاهی استخراج‌شده که در نتیجه
متغیرهای تبعیض، رضایت از هزینه
زندگی، موفقیت، رضایت از محیط و
پایگاه اقتصادی - اجتماعی مدل مناسب
را تشکیل داده و بیشترین میزان تبیین و
پیش‌بینی متغیر وابسته نیز از بین کلیه
متغیرها توسط این متغیرها صورت
گرفت. این چند متغیر مجموعاً ۰/۲ از
تغییرات متغیر وابسته یعنی رضایت از
گروه‌های خدمت‌رسان را تبیین کردند.
با توجه به اینکه متغیر وابسته خود
دارای هفت سازه عمده بود که بخش
مهمی از تبیین رضایت از خدمات را به
عهده دارند، می‌توان گفت که میزان ۰/۲
بسیار مناسب بوده و می‌توان ادعا کرد
که بخش مهمی از متغیر وابسته را به این

با توجه به اینکه حضور زائران از
نظر مدت اقامت به محل اسکان بستگی
دارد، مدت اقامت زائران در مشهد در
هتل‌ها به طور متوسط ۴ روز، در
مهمان‌پذیرها ۴ روز، در منزل‌های
شخصی ۴ روز، در منازل اقوام و
آشنایان ۶ روز، در منازل شخصی خود
زائر ۱۳ روز، در کمپ‌های زائر ۵ روز و
در دیگر اماکن ۴ روز می‌باشد. میانگین
مدت اقامت زائران در منزل شخصی
خود تابع میانگین نمی‌باشد و مدت ۱۳
روز را نمی‌توان به عنوان مدت اقامت
زائران در منزل شخصی خود قبول کرد،
بلکه با بررسی شاخص‌های میانه، نما و
انحراف معیار مدت اقامت آنها حدود ۳
روز بوده است.

۱۴- بررسی میزان هزینه کلی زائران در مدت اقامت در مشهد به تفکیک محل اسکان

بخش مهمی از هزینه سفر به محل
اسکان تعلق می‌گیرد؛ از این‌رو هزینه
کلی زائران که در مدت اقامت در هتل‌ها
سکونت داشته‌اند، حدود ۳۹۰ هزار
تومان، هزینه زائران ساکن در
مهمان‌پذیرها و هتل آپارتمان‌ها ۳۸۰
هزار تومان، در منازل زواری ۲۶۰ هزار
تومان، در منازل دوستان و اقوام ۲۱۴

مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۷ش.

تحقیقات و پایان‌نامه‌ها

۶- احمدی، داوود، بررسی میزان رضایت شغلی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان همدان و عوامل مؤثر بر آن در سال، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۸۳ش).

۷- افقی، نادر، سنجش میزان رضایت مردم از سازمان‌های اداری استان گیلان (شهر رشت) و عوامل مؤثر بر آن، (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۷۶ش).

۸- آستان قدس رضوی، مرکز خراسان‌شناسی آستان قدس رضوی مشهد (۱۳۸۴).

۹- بهروان، حسین، بررسی میزان رضایت دانشجویان علوم اجتماعی از امکانات رفاهی دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده ادبیات دانشگاه فردوسی، ۱۳۷۶ش.

۱۰- بهروان، حسین و غلام‌رضا قزلی، بررسی دیدگاه زائران و مجاوران نسبت به سازمان آستان قدس رضوی، مشهد، مؤسسه خدمات مشاوره‌ای، جوانان و پژوهش‌های اجتماعی آستان قدس رضوی، ۱۳۸۱ش.

۱۱- بهراون، حسین، موسوی، علی‌اصغر، بررسی میزان رضایتمندی زائران از انواع خدمات اجتماعی و رفاهی، مشهد، مؤسسه

شکل می‌توان تبیین کرد؛ یعنی در مورد رضایت زائران از خدمات ارائه‌شده به آنها به ترتیب عوامل یا متغیرهای تبعیض، رضایت از هزینه زندگی، تسری، رضایت از محیط و پایگاه اقتصادی - اجتماعی نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کنند و از این رو شایسته است در برنامه‌ریزی‌های سازمان‌هایی مانند شهرداری و نهادهای دیگر مورد توجه قرار گیرند.

منابع

- ۱- خیاط‌زاده ماهانی، اکرم، «رضایت مشتری»، *مجله تدبیر*، تهران، سازمان مدیریت صنعتی، ش ۱۴۱، بهمن ۱۳۸۲، صص ۷۵-۷۷.
- ۲- رفیع‌پور، فرامرز، *کندوکاوها و پنداشته‌ها*، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۸۰ش.
- ۳- _____، *جامعه‌شناسی روستایی و نیازهای آن*، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۴ش.
- ۴- رهنورد، فرج‌الله، «توانمندسازی کارکنان، گامی به سوی مشتری‌مداری»، *فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه*، تهران، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۸۲ش.
- ۵- رجب‌بیگی، مجتبی، «ابعاد کیفیت در بخش دولتی»، *فصلنامه مدیریت دولتی*، تهران،

خدمات مشاوره‌ای جوانان و پژوهش‌های

اجتماعی آستان قدس رضوی، ۱۳۸۱ش.