# ارزیابی رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری در شهرهای ساحلی (مطالعه موردی: شهر تنکابن)

مهدی خداداد[1]، الهه صفی جهانشاهی[2]

**مقاله موردی**


## چکیده

**زمینه و هدف:** درک و اندازه‌گیری رضایت گردشگر، یکی از مهم‌ترین مباحث در صنعت گردشگری است، زیرا گردشگران رضایت‌مند، قصد انتقال تجربه مثبت خود به دیگر گردشگران بالقوه و احتمالاً قصد بازگشت به مقصد و ارائه نقل قول‌های مثبت از مقصد را دارند. هدف از این مطالعه، ارزیابی رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری در شهر تنکابن بود.

**مواد و روش‌ها:** این پژوهش در راستای ارزیابی رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری در شهر ساحلی تنکابن انجام گرفته است. بدین منظور، ۳۲۲ پرسش‌نامه بین گردشگران به روش نمونه‌گیری تصادفی توزیع شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد ارزیابی قرار گرفتند.

**یافته‌ها:** نتایج نشان داد، رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری در حد متوسطی می‌باشد.

**نتیجه‌گیری:** رضایت گردشگر در مقاصد گردشگری به متصدیان و مسؤولان کمک خواهد کرد تا استراتژی‌های خود را تغییر داده و رضایت گردشگران را افزایش دهند.


**کلید واژه‌ها:** رضایت گردشگران، شهر تنکابن، کیفیت خدمات گردشگری، گردشگری

**ارجاع:** خداداد مهدی، صفی جهانشاهی الهه. **ارزیابی رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری در شهرهای ساحلی (مطالعه موردی: شهر تنکابن).** مجله مدیریت فراگیر ۱۳۹۶؛ ۳ (۴): ۵۷-۶۴.

**تاریخ دریافت: ۹۶/۶/۱۵** **تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۰/۲۰**

## مقدمه

اهمیت گردشگری، به عنوان وسیله‌ای برای توسعه اجتماعی و اقتصادی است که توسط جامعه بین‌المللی از طریق طرح‌های متعدد به تصویب رسید (۱). از مهم‌ترین تحولات اجتماعی صورت پذیرفته در جوامع معاصر، توجه به اوقات فراغت به عنوان یکی از نیازهای اساسی در زندگی تحت سیطره فناوری است. در راستای چنین تحولی، گردشگری نیز به عنوان یکی از شیوه‌های گذران اوقات فراغت مطرح بوده و تأثیر قابل توجهی بر محیط زیست انسانی، اقتصاد و معیشت جوامع برجای می‌نهد. سال‌ها است که دامنه گردشگری، از میدان محصور مکان‌های باستانی به محیط طبیعی رخت کشانده و در این میان نقش سواحل به عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری، اهمیتی روزافزون یافته است. به طوری که بر اساس آمار و ارقام سازمان جهانی گردشگری، بیشترین مسافران جهان مربوط به بخش گردشگری ساحلی است (۲). شهرها و گردشگری روابط مکملی دارند؛ چرا که تمامی انواع گردشگری به نوعی به کانون‌ها و خدمات شهری نیازمند هستند. لذا هرگونه برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری باید به توانمندی شهرها در ارائه خدمات مستقیم و غیر مستقیم توجه داشته باشند (۳). تأثیرات گردشگری در شهرها به آسانی قابل رؤیت است. امروزه

۱- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران
۲- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران
**نویسنده مسؤول:** مهدی خداداد Email: khodadadmehdi91@yahoo.com

طبقه‌بندی‌های مختلفی از آثار گردشگری به چشم می‌خورد که یکی از رایج‌ترین آنها در چهار بعد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، کالبدی و زیست محیطی مورد توجه است (۴). گردشگری ساحلی، از مهم‌ترین زیربخش‌های طبیعت‌گردی به عنوان یک منبع جهت ارزش افزوده و درآمد ویژه برای شهرهای ساحلی مورد توجه قرار گرفته است (۵). گردشگری ساحلی، از متداول‌ترین انواع گردشگری است که در سراسر جهان میلیون‌ها گردشگر را به کنار دریاچه‌ها، دریاها و اقیانوس‌ها می‌کشاند، به گونه‌ای که این نوع گردشگری مسبب ساخت و ساز افراطی و بی‌رویه در نواحی ساحلی شده و بخش مهمی از این سواحل را به خود اختصاص داده است (۶).

موضوع دیگری که در برنامه‌ریزی برای نواحی ساحلی بسیار اهمیت دارد، ارتقای کیفیت گردشگری در چارچوب اهداف توسعه پایدار است. نتایج حاصل از مطالعات تجربی نشان داده است که در صورت توجه به اصول گردشگری پایدار، گردشگری آثار مثبتی بر محیط برجای خواهد گذاشت (۷). مطالعات متعددی، عوامل متنوع مؤثر بر رضایت و تمایل رفتاری گردشگر در مقاصد تعطیلاتی را مورد مطالعه قرار داده‌اند (۸). در مورد گردشگران نیز رضایت به عنوان ارزیابی بعد از مصرف در ارتباط با یک محصول یا خدمت خاص و همچنین به عنوان یک قضاوت کلیدی از سوی گردشگران نسبت به خدمات یا محصولات گردشگری تعریف شده است (۹). محققان معتقدند ارزیابی رضایت گردشگران نیز از طریق یک پارامتر مبنا از عملکرد خدمات و محصولات مقصد ممکن می‌شود (۱۰). در همین راستا یکی از مهم‌ترین روش‌های ارزیابی کیفیت گردشگری، سنجش میزان رضایت‌مندی محیط از سوی گردشگر است (۱۱). چرا که افزایش کیفیت خدمات به طور معناداری رضایت‌مندی گردشگر از تسهیلات گردشگری و تمایل به سفر مجدد آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۱۲).

تزیوتسو و وازیوش (۱۳)، در مطالعه‌ای در یونان نشان دادند، تحصیلات می‌تواند بین دو گروه از گردشگران (گردشگران با رضایت بالا و گردشگران با رضایت پایین) تمایز قائل شود. پرویک و همکاران (۱۴)، در تحقیقی تأثیر سن بر سطح رضایت گردشگران را در مونتنگرو مطالعه کردند و سرانجام آنها دریافتند متغیر سن، تأثیری بر سطح رضایت گردشگران در این مقصد ندارد. متسام و بدرنه (۱۵) در پژوهشی به بررسی رضایت گردشگر و تکرار بازدید و طراحی یک مدل جدید جامع پرداختند. نتایج نشان داد، مدل جدید، روابطی جدید بین سابقه بازدید (تصویر از مقصد، ارزش تجربه شده، جستجوی اخبار خاص یا چیزها و وقایع نوظهور خاص و فاصله از مقصد) با رضایت و تمایل به بازدید دوباره از مقصد را نشان می‌دهد.

ابراهیم‌پور و اربطانی (۱۶) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر در گردشگری بر اساس انتظارات و ادراکات گردشگران و مدل تحلیل شکاف در سرعین اردبیل پرداختند. نتایج نشان داد بین عوامل سازمانی و محیطی و رضایت گردشگران به ترتیب با ضریب ۰/۵۷ و ۰/۳۴ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. قریشی میناآباد و همکاران (۱۷) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی عملکرد مجتمع‌های گردشگری ساحلی» در مجتمع مروارید خزر در شهرستان رشت به این نتیجه رسیدند که با افزایش تنوع و کیفیت خدمات و همچنین جاذبه‌های جنبی، شرایط را برای جذب بیشتر گردشگر فراهم می‌آورد. میرفخرالدینی و همکاران (۱۸) نیز در تحقیقی به بررسی میزان رضایت‌مندی گردشگران درمانی شهر یزد و اولویت‌بندی عؤامل مؤثر بر آن با روش تاپسیس فازی پرداختند. نتایج رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر میزان رضایت گردشگران درمانی نشان داد که دارا بودن تجهیزات مناسب و مناسب بودن کیفیت درمان، نسبت به سایر عوامل از وضعیت بهتری برخوردار است. زیاری و همکاران (۱۹) در پژوهشی به عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران در شهر نورآباد ممسنی پرداختند و نتایج حاکی از آن بود که گردشگران بیشترین رضایت‌مندی را از وجود حس مهمان‌نوازی مردم محلی و کمترین رضایت را از کیفیت اقامتگاه‌ها داشته‌اند. بیدختی و روحی‌پور (۲۰) نیز در تحقیق خود تأثیر وضعیت تأهل را بر انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات صنعت هتل‌داری استان سمنان مورد مطالعه قرار دادند، آنها نیز نتوانستند هیچ رابطه‌ای بین وضعیت تأهل و انتظارات مشتریان از ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات یعنی قابلیت اعتماد، پاسخگو بودن، اطمینان خاطر، همدلی و عوامل محسوس بیابند. متانی و داداشی سلوکلایی (۲۱) در مقاله‌ای به ارزیابی سطح رضایت گردشگران از عملکرد خدمات گردشگری و شناسایی زمینه‌های بهبود و توسعه خدمات در شهرهای ساحلی استان مازندران پرداختند و

یافته‌های تحقیق آنها بر اساس آزمون تی نشان داد که گردشگران از خدمات ارائه شده در زمینه‌های امنیتی و سیاحتی رضایت داشته‌اند، همچنین بر اساس آزمون فریدمن، توجه به مسائل بهداشتی و درمانی، ایجاد منطقه آزاد، استفاده از تبلیغات برای معرفی جاذبه‌های گردشگری، توسعه سواحل و تسهیل در امر حمل و نقل از مهم‌ترین زمینه‌های رشد و توسعه گردشگری در شهرهای ساحلی استان مازندران می‌باشد. هدف از این مطالعه، ارزیابی رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگریدر شهرهای ساحلی (شهر تنکابن) بود.

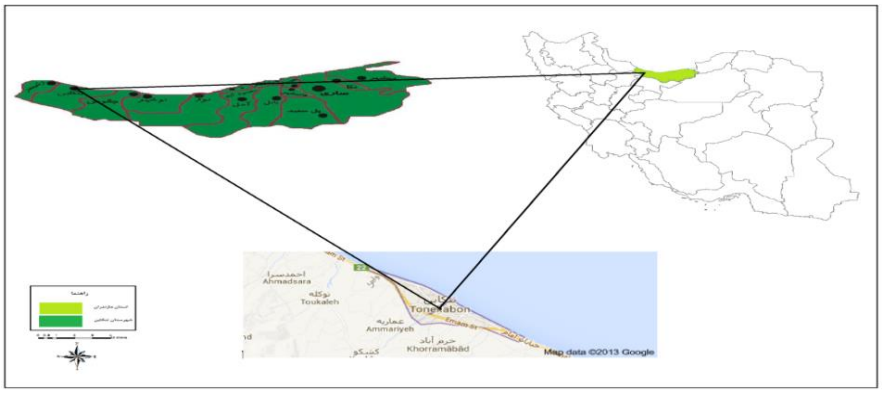
## مواد و روش‌ها

در این مطالعه برای جمع‌آوری داده‌ها، از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در روش میدانی، از تکنیک‌های پرسش‌نامه و مشاهده استفاده شد. تعداد ۳۲۲ فرم پرسش‌نامه بین گردشگران تنکابن توزیع گردید. برای تجزیه تحلیل داده ها و تفسیر اطلاعات بدست آمده از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است (جدول ۱).

**جدول ۱. تعداد نمونه به تفکیک مکان مورد مطالعه**

| نام مکان | تعداد گردشگران وارد شده | نسبت به درصد | تعداد نمونه |
|---|---|---|---|
| پارک جنگلی | ۴۰۰۰ | ۴۰ | ۱۲۹ |
| ساحل | ۳۷۰۰ | ۳۷ | ۱۱۹ |
| هتل | ۲۰۰۰ | ۲۰ | ۶۴ |
| پارک داخل شهر | ۳۰۰ | ۳ | ۱۰ |
| جمع | ۱۰۰۰۰۰۰ | ۱۰۰ | ۳۲۲ |

شهر تنکابن در استان مازندران و در مختصات جغرافیایی ۵۱ درجه و ۱۰ دقیقه شرقی و ۳۶ درجه و ۷۰ دقیقه شمالی واقع شده است. بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰، جمعیت این شهر برابر با ۴۵۳۳۸ نفر بود و از مساحتی بالغ بر ۱۰/۱ کیلومتر مربع و در قسمت غربی استان مازندران واقع شده است (شکل ۱). این شهر توریستی با جاذبه‌های وصف‌ناپذیر گردشگری، از شمال به دریای خزر، از شرق به نشتارود، از جنوب به سلسله جبال البرز و از غرب به شهرستان رامسر منتهی می‌شود. این شهر یکی از شهرهای زیبا و توریستی استان مازندران است که در منطقه‌ای جلگه‌ای در کنار ساحل دریای خزر واقع شده است (۲۲) (تصاویر ۱ و ۲).




**شکل ۱: نقشه موقعیت شهر تنکابن در استان مازندران و کشور ایران**



**تصویر ۲: نمایی از دشت دریاسر**



**تصویر ۱: نمایی از پارک جنگلی دوهزار**

## یافته‌ها

بررسی‌ها نشان می‌دهند، از بین گردشگران نمونه‌گیری شده، ۵۶/۸ درصد را مردان و ۴۱/۹ درصد را زنان شامل می‌شوند که گروه گردشگران مرد بیشتر است. بررسی گروه‌های ده‌گانه سنی نشان داد بیشترین تعداد گردشگران مربوط به گروه سنی ۳۰-۲۰ سال می‌باشد که ۶۲ درصد گردشگران را شامل می‌شود و کمترین دامنه سنی مربوط به گروه کمتر از ۲۰ سال که ۶ درصد از گردشگران را به خود اختصاص داده است. بررسی وضعیت گردشگران بر اساس تأهل نشان می‌دهد که، ۷۵ درصد از گردشگران متأهل هستند و به صورت خانوادگی مسافرت می کنند. ۲۵ درصد مجردها را تشکیل می‌دهند که به صورت دوستانه، منفرد یا تورهای مسافرتی مسافرت می‌کنند (جدول ۲).

**جدول ۲. وضعیت گردشگران بر اساس سن، جنس، تأهل**

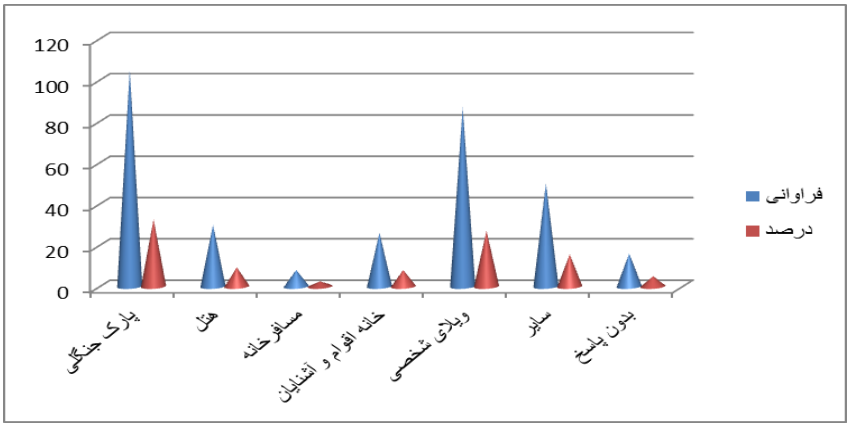
| شاخص‌ها | معرف‌ها | فراوانی | درصد |
|---|---|---|---|
| جنس | مرد | ۱۸۳ | ۵۶/۸ |
| | زن | ۱۳۵ | ۴۱/۹ |
| | بدون پاسخ | ۴ | ۱/۳ |
| | کل | ۳۲۲ | ۱۰۰ |
| سن | ۲۰-۰ | ۲۲ | ۶ |
| | ۳۰-۲۱ | ۲۰۰ | ۶۲ |
| | ۳۰+ | ۹۶ | ۳۰ |
| | بدون پاسخ | ۴ | ۲ |
| | کل | ۳۲۲ | ۱۰۰ |
| وضعیت تأهل | متأهل | ۲۴۱ | ۷۵ |
| | مجرد | ۸۱ | ۲۵ |
| | کل | ۳۲۲ | ۱۰۰ |

بررسی‌ها نشان می‌دهد، بیش از ۳۲ درصد پاسخگویان در پارک جنگلی شهر تنکابن اقامت داشتند. ۹/۳ درصد در هتل سکنی نمودند، ۲/۵ درصد نیز در مسافرخانه، ۰/۸ درصد خانه اقوام و آشنایان، ۲۷ درصد آنها ویلای شخصی، ۱۵/۶ درصد آنها سایر موارد و ۵ درصد هم بدون پاسخ بودند (جدول ۳) (نمودار ۱).

**جدول ۳. وضعیت گردشگران بر اساس بهره‌گیری از خدمات اقامتی**

| بهره‌گیری از خدمات اقامتی | فراوانی | درصد |
|---|---|---|
| پارک جنگلی | ۱۰۵ | ۳۲/۶ |
| هتل | ۳۰ | ۹/۳ |
| مسافرخانه | ۸ | ۲/۵ |
| خانه اقوام و آشنایان | ۲۶ | ۸/۰ |
| ویلای شخصی | ۸۷ | ۲۷/۰ |
| سایر | ۵۰ | ۱۵/۶ |
| بدون پاسخ | ۱۶ | ۵/۰ |
| مجموع | ۳۲۲ | ۱۰۰ |

بررسی ارزیابی هتل یا مسافرخانه نشان می‌دهد که، ۴۴/۴ درصد از پاسخگویان، هتل یا مسافرخانه را جهت اسکان خوب ارزیابی کردند. همچنین ۲۳/۳ درصد آنها ارزیابی ضعیف از هتل یا مسافرخانه داشتند. ۳۲/۳ درصد هم از هتل یا مسافرخانه استفاده نکردند. همچنین رضایت گردشگران از رستوران و اغذیه فروشی‌ها نشان می‌دهد که، ۳۱/۳ درصد از گردشگران از رستوران و اغذیه فروشی‌ها استفاده کردند و بیش از نیمی از گردشگران یعنی ۵۶ درصد، از رستوران و اغذیه فروشی استفاده نکردند و علت آن را گرانی وضعیت قیمت‌ها بیان کردند. ۴۱ درصد گردشگران پاسخی ندادند.




**نمودار ۱. وضعیت گردشگران بر اساس بهره‌گیری از خدمات اقامتی**

یافته‌های مطالعه و اظهارات گردشگران از حیث ارزیابی کالا و خدمات نشان می‌دهد که، ۷۶/۵ درصد از گردشگران قیمت کالا را در شهر تنکابن، بد ارزیابی کردند و گرانی را به عنوان یکی از مشکلات در این زمینه دانستند. این در حالی است که ۱۰/۲ درصد آنها وضعیت قیمت کالا را ارزان و ۴/۶ درصد، خیلی ارزان اعلام کردند. ۸/۷ درصد هم نظری نداشتند. طبق بررسی یافته‌های مطالعه می‌توان چنین گفت که گردشگران از وضعیت قیمت کالا و خدمات در این شهر رضایت چندانی نداشتند.

بررسی‌های انجام شده درباره استفاده گردشگران از کمپ یا چادر نشان می‌دهد که ۶۲/۲ درصد از گردشگران از کمپ یا چادر استفاده نکردند و تنها ۲۶ درصد از کمپ یا چادر استفاده کردند، ۱۱/۸ درصد هم بدون پاسخ بودند.

بررسی علایم و نشانه‌های راهنمایی و رانندگی شهر نشان می‌دهد که ۷۱/۴ درصد از گردشگران در مورد علایم راهنمایی شهر نظر خوبی داشتند. ۲۶/۱ درصد از افراد نظر ضعیفی داشتند و ۲/۵ درصد هم بدون پاسخ بودند.

بررسی استفاده از امکانات ورزشی و تفریحی نشان می‌دهد، ۴۸/۵ درصد گردشگران از امکانات ورزشی و تفریحی شهر تنکابن استفاده کردند. ۴۵ درصد از گردشگران از امکانات ورزشی و تفریحی استفاده نکردند و ۶/۵ درصد هم نظری نداشتند.

بررسی در مورد نحوه برخورد مردم شهر با گردشگران نشان می‌دهد که ۹۸ درصد گردشگران رفتار و نحوه برخورد شهروندان شهر تنکابن را خوب ارزیابی کردند و تنها ۱/۳ درصد آنها از رفتار و نحوه برخورد شهروندان شهر تنکابن را بد ارزیابی نمودند. ۰/۶ درصد از آنها هم نظری نداشتند. بررسی نحوه برخورد مردم شهر با گردشگران نشان می‌دهد هرچه رضایت گردشگران از رفتار و نحوه برخورد شهروندان یک شهر بیشتر باشد، طول مدت اقامت و احتمال سفر مجدد به آن شهر افزایش می‌یابد (جدول ۴).

## بحث و نتیجه‌گیری

درک و اندازه‌گیری رضایت گردشگر، یکی از مهم‌ترین مباحث در صنعت گردشگری است زیرا گردشگران رضایت‌مند، قصد انتقال تجربه مثبت خود به دیگر گردشگران بالقوه و احتمالاً قصد بازگشت به مقصد و ارائه نقل قول‌های مثبت از مقصد را

**جدول ٤. ارزیابی رضایت گردشگران از خدمات گردشگری**

| ارزیابی گردشگران از رستوران و اغذیه فروشی‌ها | فراوانی | درصد |
|---|---|---|
| خیلی خوب | ۱۶ | ۱۵/۸ |
| خوب | ۲۱ | ۲۰/۸ |
| متوسط | ۴۰ | ۳۹/۶ |
| ضعیف | ۱۰ | ۹/۹ |
| خیلی ضعیف | ۱۰ | ۹/۹ |
| بدون پاسخ | ۴ | ۴/۰ |
| مجموع | ۱۰۱ | ۱۰۰ |
| **ارزیابی امکانات (کمپ یا چادر)** | | |
| خیلی خوب | ۰ | ۰ |
| خوب | ۴۶ | ۱۴/۳ |
| متوسط | ۹۲ | ۲۸/۵ |
| ضعیف | ۳۸ | ۱۱/۸ |
| خیلی ضعیف | ۲۴ | ۷/۵ |
| استفاده نکردند | ۱۲۲ | ۳۷/۹ |
| مجموع | ۳۲۲ | ۱۰۰ |
| **ارزیابی قیمت کالا و خدمات** | | |
| خیلی گران | ۱۳۶ | ۴۲/۳ |
| گران | ۱۱۰ | ۳۴/۲ |
| ارزان | ۳۳ | ۱۰/۲ |
| خیلی ارزان | ۱۵ | ۴/۶ |
| بدون پاسخ | ۲۸ | ۸/۷ |
| مجموع | ۳۲۲ | ۱۰۰ |
| **نظر گردشگران از علایم و نشانه‌های راهنمایی شهر** | | |
| خیلی خوب | ۳۴ | ۱۰/۶ |
| خوب | ۷۶ | ۲۳/۶ |
| متوسط | ۱۲۰ | ۳۷/۲ |
| ضعیف | ۸۰ | ۲۴/۹ |
| خیلی ضعیف | ۴ | ۱/۲ |
| بدون پاسخ | ۸ | ۲/۵ |
| مجموع | ۳۲۲ | ۱۰۰ |
| **ارزیابی از امکانات ورزشی و تفریحی** | | |
| خیلی خوب | ۶ | ۱/۹ |
| خوب | ۳۵ | ۱۰/۹ |
| متوسط | ۸۶ | ۲۶/۷ |
| ضعیف | ۳۳ | ۱۰/۲ |
| خیلی ضعیف | ۱۷ | ۵/۳ |
| استفاده نکردند | ۱۴۵ | ۴۵/۰ |
| مجموع | ۳۲۲ | ۱۰۰ |
| **نحوه برخورد مردم شهر با گردشگران** | | |
| خیلی خوب | ۵۲ | ۱۶/۱ |
| خوب | ۱۰۲ | ۳۱/۷ |
| متوسط | ۱۶۲ | ۵۰/۳ |
| بد | ۴ | ۱/۳ |
| خیلی بد | ۰ | ۰ |
| بدون پاسخ | ۲ | ۰/۶ |
| مجموع | ۳۲۲ | ۱۰۰ |

دارند. علاوه بر این رضایت گردشگر در مقاصد گردشگری، به متصدیان و مسؤولان کمک خواهد کرد تا استراتژی‌های خود را تغییر داده و رضایت گردشگران را افزایش دهند. شهرستان تنکابن با توجه به امکانات و توانمندی‌های بسیار زیاد خود در جهت جذب گردشگر که بخش بسیار زیادی از آن را مدیون جاذبه‌های طبیعی و محیطی است؛ هر ساله میزبان تعداد کثیری از گردشگرانی است که برای استفاده از امکانات و جاذبه‌های آن اعم از ساحل زیبای دریا و جنگل‌های بسیار روح‌نواز به این منطقه می‌آیند. این شهرستان در غرب استان مازندران و مابین دو شهرستان چالوس و رامسر واقع شده و به همراه این دو شهرستان، از بزرگ‌ترین قطب‌های گردشگری در استان مازندران و کشور ایران محسوب می‌شود. بررسی‌ها نشان داد، ۹۵ درصد از گردشگران، مهم‌ترین انگیزه برای مسافرت به شهر تنکابن را مناطق گردشگری دو هزار و سه هزار که پارک جنگلی هم در این منطقه قرار گرفته، خانه‌های ییلاقی و ویلاهای شخصی که در این منطقه احداث شده و دسترسی به ساحل اعلام کردند. ارزیابی گردشگران بر اساس استفاده از وسیله نقلیه نشان می‌دهد که اکثر مسافران از وسیله نقلیه شخصی استفاده کرده و بیشترین حجم مسافران متعلق به استان قزوین و تهران بود. ارزیابی مسافران از قیمت کالا و خدمات خوب نبود. به عبارت دیگر از قیمت کالا و خدمات ناراضی بودند. برخورد شهروندان را خوب ارزیابی کرده و از امنیت شهر راضی بودند و موانع اقامت در شهر مورد مطالعه را فقدان خدمات‌رسانی و غیر بهداشتی بودن محل اقامت بیان کردند. به طور کلی می‌توان گفت مناطق گردشگری دو هزار و سه هزار و وجود پارک جنگلی در این مناطق و محیط زیبا و بکر و دسترسی به ساحل، مهم‌ترین عامل جذب گردشگر در شهر تنکابن می‌باشد.

## References


1. United Nation of World Tourism Organization. Tourism Highlights; 2014.
2. Noronha L, Lourenco N, Lobo-Ferreira JP, Lieopart A, Feoli E, Sawkar K, et al. Coastal tourism, environment, and sustainable local development. London, UK: TERI; 2002.
3. Lotfi, S., Investigating the Development of Urban Tourism in Interaction with Eco Tourism, Two Quarterly Journal of Geographic 2007; 1(1): 73-97. [In Persian].
4. Sarabi, F. Environmental consequences of tourism development, Environment 2008; 29. [In Persian].
5. Medlik S. Tourism in 21st century. Abingdon, UK: Routledge; 2009.
6. Nunkoo R, Ramkissoon H. Small island urban tourism: a residents' perspective. Journal of Sustainable Tourism 2009; 18(4): 37-60.
7. Craggs R, Schofield P. The quays in salford: an analysis of visitor perceptions, satisfaction and behavioural intention. International Journal of Tourism Research 2011; 13(6): 583-99.
8. Song H, Cheung C. Attributes affecting the level of tourist satisfaction with and loyalty towards theatrical performance in china; evidence from a qualitative study. International Journal of Tourism Research 2010; 12(6): 665-79.
9. Dimitrovic T, Knežević Cvelbar L, Kolar T, Makovec Brenčič M, Ograjenšek I, Žabkar V, et al. Conceptualizing tourist satisfaction at the destination level. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research 2009; 3(2): 116-26.
10. European Commission. Towards Quality Coastal Tourism, Italy, Official Publications of the European Communities; 2000.
11. Petrick JF, Morais DD, Norman WC. An examination of the determinants of entertainment vacationers' intentions to revisit. Journal of Travel Research 2001; 40(1): 8-41.
12. Tsiotsou R, Vasiotio E. Using demographic and leisure activities to predict satisfaction with tourism services in Greece. Journal of Hospitality & Leisure Marketing 2001; 4(5): 69-82.
13. Perovic D, Stanovcic T, Moric I, Pekovic S. What socio-demographic characteristics do influence the level of tourist's satisfaction in Montenegro? Empirical analysis. Journal of Tourism 2012; 14: 5-10.
14. Som APM, Badarneh MB. Tourist satisfaction and repeat visitation; toward a new comprehensive model. International Journal of Human and Social Sciences 2011; 1: 38-45.
15. Ebrahimpour H, Arbanani T. Investigation of tourism effective factors based on tourists' expectations and perceptions and slice analysis model (case study: Sarein tourist area, Ardebil). Business Management 2011; 8: 22-1. [In Persian].

**16.** QurashiMinababad MB, Motamedi Mehr A, Faramarzi Gross N. Evaluation of the function of coastal tourism complexes (case study: Khazar Pearl Complex in Rasht city). Regional Planning Quarterly 2011; 1(4): 40-29. [In Persian].
**17.** Mirfakhredini H, Mirfakhredini F, SadrBafghi M. Survey of satisfaction rate of therapeutic tourists in Yazd city and prioritizing the factors affecting it by fuzzy TOPSIS. Scientific and Research Journal of Shahid Sadoughi University of Medical Sciences 2012; 5: 668-78. [In Persian].
**18.** Zayyari K, Amanpour S, Amiri Fahliyani MR. Factors in the development of urban tourism effective with emphasis on tourists satisfaction (case study: Nourabad Mamasani). Quarterly Geographical Journal of Territory 2013; 10(37): 15-31. [In Persian].
**19.** Bidokhti AA, Roohipour S. The impact of demographic characteristics on customer expectations on quality of service in the hotel industry of Semnan province. Journal of Tourism Planning and Development 2013; 6: 160-80. [In Persian].
**20.** Metani M, Dadashi E. Assessing the level of satisfaction of tourists from the performance of tourism services and identifying the areas for improvement and development of services in coastal cities of Mazandaran province. Journal of Geography 2017; 26(1): 151-62. [In Persian].
**21.** http//fa. Wikipedia.org

# Assessing the Satisfaction of Tourists with the Quality of Tourism Services in Coastal Cities (Case Study: Tonekabon City)

Mehdi Khodadad[1], Elaheh Safi Jahanshahi[2]

**Case Report**

## Abstract

**Aim and Background:** Understanding and measuring tourism satisfaction is one of the most important issues in the tourism industry because satisfied tourists intending to transfer their positive experience to other potential tourists are likely to return to destination and provide positive quotes from the destination.

**Materials and Methods:** This research was conducted to assess the satisfaction of tourists with the quality of tourism services in Tonekabon coastal city. For this purpose, 322 questionnaires were distributed among tourists by random sampling method. Data are evaluated using SPSS software.

**Findings:** The results showed that the satisfaction of tourists with the quality of tourism services is moderate.

**Conclusion:** Tourism satisfaction for tourism purposes will help planners and authorities to change their strategies and increase the satisfaction of tourists.

**Keywords:** Satisfaction of tourists, Tonekabon city, Quality of tourism services, Tourism

**Citation:** Khodadad M, Safi Jahanshahi E. **Assessing the Satisfaction of Tourists with the Quality of Tourism Services in Coastal Cities (Case Study: Tonekabon City).** WJEM 2018; 3(4): 57-64.

Received date: 6.9.2017 Accept date: 10.01.2018

1- MA, Geography and Rural Planning, Golestan University, Gorgan, Iran
2- Student of Geography and Rural Planning, Hakim Sabzevari University, Sabzevar, Iran
**Corresponding Author:** Mehdi Khodadad, Email: khodadadmehdi91@yahoo.com