

« زن و مطالعات خانواده »

سال هفتم - شماره بیست و نهم - پاییز ۱۳۹۴

ص ص: ۱۰۰-۷۳

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۲/۷

تاریخ پذیرش: ۹۵/۲/۶

ارزیابی میزان رضایت‌مندی زنان از کیفیت ارائه خدمات در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت

مطالعه موردی: خدمات عمومی بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه

دکتر حلیمه عنایت^۱

داریوش غفاری^۲

چکیده

یکی از جهت‌گیری‌های مدیریت نوین توجه به اصل مشتری‌مداری و جلب رضایت ارباب رجوع می‌باشد. این پژوهش با هدف شناخت سنجش میزان رضایت‌مندی زنان از کیفیت ارائه خدمات در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی و کهن با تاکید بر نوشهر سازی در کرمانشاه انجام شده است. در این تحقیق از روش پیمایشی استفاده شده است. نمونه‌گیری ابتدا با استفاده از روش خوشه‌ای دو مرحله‌ای و سپس تصادفی ساده انجام شد. حجم نمونه برای این تحقیق ۳۸۴ نفر بوده است. ابتدا به بررسی میزان رضایت کلی از فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت شهر کرمانشاه، میزان رضایت‌مندی از اطلاع‌رسانی، اعتماد، نحوه رفتار کارکنان و فضای فیزیکی و تجهیزات پرداخته شد. در نهایت نتایج تبیینی تحقیق نشان می‌دهد؛ که میان انتظارات و ادراکات مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در شهر کرمانشاه از لحاظ کیفیت خدمات تفاوت معناداری وجود ندارد و رابطه بین مولفه‌های کیفیت خدمات با میزان رضایت‌مندی مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت تأیید نگردید. با توجه به ضرایب همبستگی بین مولفه‌های تحقیق با میزان رضایت وجود رابطه مثبت و تأثیر مثبت این مولفه‌ها بر میزان رضایت مورد تأیید قرار گرفت. مدل برازش رگرسیونی و ضرایب تأثیر هریک از مولفه‌ها به دست آمد، بیانگر مناسب و معنی‌دار بودن مدل رگرسیونی و ضرایب آن می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: رضایت‌مندی، زنان، کرمانشاه، اوقات فراغت، فضاهای عمومی، بافت تاریخی، نوشهر سازی

Henayet@rose.shirazu.ac.ir
darghafari@yahoo.com

۱- دانشیار بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.
۲- دانشجوی دکترا جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز

مقدمه

در سازمان‌های رضایت‌مندی یکی از معیارهای مهم سنجش عملکرد سازمانی است و آن را ادراک مراجعان از عملکرد سازمان (خدمات دریافت شده) یا احساسی می‌دانند، که از برآورده شدن خواسته‌ها و انتظاراتشان ایجاد می‌شود. ژوران رضایت را حالتی می‌داند که مشتری احساس می‌کند، ویژگی‌های محصول منطبق بر انتظارات اوست و نارضایتی یا ناخرسندی مشتری را نیز حالتی می‌داند که در آن نواقص و معایب محصول یا خدمت، موجب ناخوشنودی، شکایت و انتقاد او می‌شود (کاوسی و سقایی، ۱۳۸۵: ۳۹۰).

یکی از اهداف اصلی هر سازمان نیز جلب رضایت مشتریان و خدمت‌گیرندگان از طریق ارائه خدمات با کیفیت مطلوب است. سازمان‌ها با روش‌های گوناگون تلاش دارند تا خواسته‌های منطقی و قانونی متقاضیان خدمات را اخذ و درقبال آن پاسخگویی مناسب را داشته باشند (زیویار و علوی، ۱۳۹۰). از طرفی ضرورت کسب رضایت مراجعان باعث شده است. سازمان‌ها از طریق شناسایی نیازمندی‌های مراجعان در عرضه خدمات یا کالاهای متناسب سعی نمایند. میزان برآورده سازی این خواسته‌ها را کیفیت تعریف کنند، کیفیت وضعیتی پویاست که با تولید، ارائه خدمات، فرایندها و محیط ارتباط دارد و می‌تواند به سطح انتظارات مشتریان و یا حتی فراتر از آن هم برسد (دیویس، ۱۳۸۰).

برای اندازه‌گیری رضایت‌مندی مراجعان به دو عامل باید توجه شود:

۱. انتظارات (توقعات) براساس نتایج پژوهش‌ها، میزان انتظارات و توقعات مراجعان به عوامل مختلفی از جمله: زمینه‌های فرهنگی مراجعان، سطح آمال و آرزوها، میزان درآمد، نیازهای شخصی، تجربه پیشین مراجعان، موقعیت خانوادگی و سطح تحصیلات والدین و ... بستگی دارد.
۲. کیفیت خدمات ارائه شده: به عقیده دیویدگاروین در سنجش کیفیت خدمات ارائه شده به مراجعان مشخصه‌های مختلفی باید مورد نظر قرار بگیرد که عبارت‌اند از: اطلاع‌رسانی سریع و دقیق، سرعت در ارائه خدمات، درستی خدمات، زیبایی و تمیزی، رفتار مناسب، قانون‌مندی، سادگی، سهولت و انعطاف‌پذیری (رجب بیگی، ۱۳۷۷: ۸۲-۸۰).

در روزگار ما با توجه به گوناگونی پدیده‌ها و نیازهای بشر، رضایت‌مندی از شکل یک نیاز ساده خارج شده است، به طوری که وجود یا نبود آن در محیط اجتماعی، خانوادگی و شغلی به طور مستقیم کیفیت زندگی فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این زمینه کارشناسان تلاش می‌کنند از طریق پرسشنامه یا نظر سنجی ابعاد رضایت‌مندی افراد را بسنجند، تا راه‌های رسیدن به آن را هموارتر کنند.

از طرف دیگر رضایت‌مندی یکی از فاکتورهای مهم برای غنی‌سازی برنامه‌های اوقات فراغت و یکی از ضروریات جامعه امروز محسوب می‌شود، بی‌توجهی به این امر نیز می‌تواند زمینه‌ساز بسیاری از مشکلات و ناهنجاری‌های اجتماعی شود، در این میان پر کردن اوقات فراغت زنان و دختران به صورت

اصولی و مناسب حائز اهمیت است. تا با تقویت توانمندی‌های خود به عنوان انسانی توسعه یافته در خدمت خود، خانواده و جامعه باشند.

فراغت مجموعه‌ای از اشتغالاتی است که فرد کاملاً به رضایت خود، یا برای استراحت، یا برای تفریح، یا به منظور توسعه یا آموزش غیر انتفاعی یا مشارکت اجتماعی داوطلبانه، بعد از آزاد شدن از الزامات شغلی، خانوادگی و اجتماعی به آن می‌پردازد (سعیدی رضوانی و سینی چی، ۱۳۸۶: ۶-۱) و هرچه به تمدن کنونی یا تمدن صنعتی نزدیک‌تر شده‌ایم، مقوله اوقات فراغت به عنوان یک نیاز خاص جوامع بشری نمایان‌تر شد. و از طرف دیگر دید متفاوت انسان امروز به مقوله کار و فراغت، فراغت را به امری مهم تبدیل کرده به نحوی که در برنامه ریزی دولت‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. انسان امروزی در بودجه خانوادگی خود سهم بیش‌تری به اوقات فراغت اختصاص می‌دهد. دولت‌ها باید برای اوقات فراغت افراد امکاناتی را فراهم کنند وگرنه افراد خود از طریقی که همواره به نفع جامعه نیست راه حل‌هایی پیدا خواهند کرد.

یکی از نقاط شهری که از نظر مکانی بهترین نقطه اسکان جمعیت است بافت‌های کهن شهری است که از جهات مختلف از جمله شرایط اجتماعی و فرهنگی باید مورد توجه قرار گیرد. مهمترین مسئله بافت‌های کهن و تاریخی عدم پاسخگویی شهر قدیم به نیازهای زندگی معاصر است. دخالت در بافت‌های تاریخی شهرهای ایران را می‌توان تجسم کالبدی مدرنیسیون دانست، تخریب وسیع، تلاش برای محو نمادهای کهن، نوسازی پراکنده در بافت تاریخی بدون توجه به مقتضیات بافت و نیاز ساکنین آنجا، اقداماتی است که در قالب مدرنیسم و برای ایجاد شهری معاصر و مدرن توجیه می‌شود.

تئوری‌های جدید شهر سازی با یک بینش انتقادی نسبت به شهر سازی مدرنیستی، تلاش در جهت تاثیر بر رفتارهای فردی و اجتماعی و ارتقاء مفاهیمی چون اجتماعات انسانی و کیفیت زندگی دارد. در واقع نوشهرسازی، شامل طراحی سنتی و تلفیق آنها با حساسیت دوران است (بلوری، ۱۳۹۴).

اقدامات پراکنده برای احیای بافت‌های تاریخی و کهن در قالب نوشهر سازی و یا نوسازی می‌تواند بر رضایت‌مندی و یا عدم رضایت‌مندی ساکنین این مناطق تاثیر داشته باشد. کرمانشاه هم به عنوان یکی از شهرهای کهن و تاریخی ایران خارج از این مقوله نیست. و اقدامات پراکنده‌ای در سطح شهر کرمانشاه در قالب نوشهر سازی و نوسازی صورت گرفته است که می‌تواند رضایت یا نارضایتی ساکنین این مناطق را فراهم کند که میزان رضایت‌مندی شهروندان از این اقدامات می‌تواند مانع از مهاجرت آنان از این مناطق شود. زیرا یکی از اهداف نوشهر سازی جلوگیری از خروج ساکنین این مناطق است که در صورت عدم رضایت از امکانات و خدمات این مناطق اقدام به مهاجرت می‌نمایند.

صرفنظر از نوعی فقر شناخت و ضعف تمهید و تدبیر استراتژیک و فقدان رویکردی فراگیر و همه سونگر و مبتنی بر «تعیین چند جانبه» - جستجوی علل و عوامل متنوع در پس این پدیده - فقدان

بررسی تفاوت‌های جنسیتی، لزوم توجه به این مسئله را ضروری می‌سازد و این در حالی است که نیمی از جامعه ما را زنان تشکیل می‌دهند.

از دیدگاهی دیگر عدم رضایت‌مندی از کیفیت خدمات ارائه شده در این مناطق ممکن است منجر به خالی شدن این مناطق از سکنه گردد که صرفنظر از آسیب‌های اجتماعی و تاریخی، در نهایت شهرها از درون بافت تاریخی تهی شوند و اعلام رضایت‌مندی یا عدم رضایت‌مندی ساکنین باعث می‌گردد که برنامه ریزان، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران و نهایت عامه مردم به ارزش واقعی نهفته پی برده و توجه به این ارزش‌ها از مقولات ذهنی فراتر رفته و تبلور عینی و عملی در فضای شهری خواهد یافت. بنابراین بررسی علمی این موضوع ضرورت پیدا می‌کند.

بنابراین، عوامل گوناگونی بر میزان رضایت‌مندی زنان شهر کرمانشاه از کیفیت خدمات ارائه شده در فضای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های کهن و تاریخی شهر تأثیر می‌گذارند. این مطالعه بر آن است تا میزان رضایت‌مندی را تحت تأثیر پنج بعد اصلی ابزار اندازه‌گیری کیفیت خدمات (سروکوال) بررسی کند، پنج بعد اصلی سروکوال عبارت‌اند از: ۱. قابلیت اطمینان به خدمت، ۲. مسئولیت‌پذیری، ۳. ضمانت و تضمین، ۴. برخورد مناسب، ۵. ابعاد فیزیکی.

بنابراین، این مطالعه به دنبال بررسی میزان رضایت‌مندی زنان از کیفیت خدمات ارائه شده در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه می‌باشد تا بتوان نگرش‌ها، رفتارها و میزان رضایت آن‌ها را در چهارچوب مشخصی ارزیابی کرد و در نهایت به سؤالات زیر پاسخ داد:

۱. رضایت یا نارضایتی زنان شهر کرمانشاه از کیفیت خدمات ارائه شده در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های قدیم و کهن با توجه به اصول نوشهر سازی تا چه حد است؟
 ۲. چه رابطه‌ای بین متغیرهای مورد مطالعه و میزان رضایت زنان از نحوه گذران اوقات فراغت در فضاهای عمومی بافت‌های کهن شهر کرمانشاه وجود دارد؟
- در زمینه میزان رضایت‌مندی زنان از نحوه گذران اوقات فراغت در خارج و داخل ایران تحقیقات متعددی صورت پذیرفته است که در اینجا به بعضی از تحقیقات صورت گرفته در داخل و خارج اشاره می‌گردد.

تحقیقات داخلی: زندوار (۱۳۷۹) در تحقیقی با عنوان زن و اوقات فراغت شهر اصفهان، پس از بررسی مفاهیم نظری و تکمیل پرسشنامه از طریق نمونه‌گیری تصادفی به تعداد ۲۵۰ نفر حجم نمونه؛ با استفاده از برنامه‌های نرم افزاری Excel نتایج را به صورت نمودار بیان کرده و با استفاده از مدل‌های باتلر و SWOT نقاط قوت و ضعف فضاهای اوقات فراغت ناحیه ۶ را بررسی نموده که در نهایت زنان از اوقات فراغت خود استفاده بهینه‌ای را نبرده و از اماکن و فضاهای فراغتی ناراضی بوده که نبودن طرح‌های مناسب و بودجه لازم جهت بانوان را از دلایل آن

می‌توان برشمرد. عوامل مرتبط با رضایتمندی زنان از چگونگی گذران اوقات فراغت عنوان تحقیقی است که توسط قادری و شفیع‌ی در (۱۳۹۰) انجام شده است. این تحقیق از نوع تبیینی و به روش پیمایشی انجام گردید حجم نمونه در این تحقیق ۱۱۷ نفر از زنان شاغل در دانشگاه علامه طباطبایی بود یافته‌های این تحقیق نشان می‌داد که بین داشتن فرزند خردسال و پایگاه اقتصادی و اجتماعی و میزان رضایتمندی از گذران اوقات فراغت رابطه وجود دارد. علوی زاده (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای به بررسی چگونگی نحوه گذران اوقات فراغت بانوان شهر کاشمر به پرداخته است. این تحقیق ضمن بررسی مبانی نظری اوقات فراغت، عوامل و عناصر تأثیرگذار در چگونگی گذران اوقات فراغت در بین زنان شهر کاشمر از طریق تحقیقات پیمایشی صورت گرفته آزمودنی‌ها در این تحقیق تعداد ۱۰۵ نفر از بین زنان ۲۰ تا ۶۵ ساله جهت انجام مطالعات انتخاب گردیده و در نهایت مشخص شده که گذران اوقات فراغت در جامعه مورد بررسی از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست و حدود نیمی از بانوان از چگونگی اوقات فراغت خود رضایت نداشته‌اند. بهناز مدنی و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای به بررسی مراکز اوقات فراغت زنان در مناطق ۵ و ۶ اصفهان با استفاده از مدل‌های عوامل استراتژیک و Swot به روش توصیفی - همبستگی پرداخت نتایج بعمل آمد نشان داد که می‌توان عدم احساس رضایتمندی زنان از گذران اوقات فراغت خود و عملکرد نسبتاً "مطلوب خدمات اطلاع رسانی این مراکز در این دو منطقه اشاره کرد.

نجفی و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای به ارزیابی خدمات آموزشی در دانشگاه شهید بهشتی بر اساس مدل سروکوال پرداخته‌اند، نتایج نشان داد که دانشجویان از کیفیت خدمات آموزشی راضی نیستند و انتظار دانشجویان را برآورده نمی‌کند. زیویار و همکاران (۹۱) در تحقیقی به بررسی عوامل موثر بر رضایت مشتریان بانک با استفاده از سروکوال پرداخته‌اند یافته‌ها نشان می‌دهد که چهار بعد اطمینان، مسئولیت پذیری، ضمانت و همدلی بر رضایت مشتریان در کیفیت خدمات بانک تأثیر گذار بوده است و لی بعد فیزیک و ظاهری تأثیر بر رضایتمندی نداشته است. مطالعه سیر تحول تئوری‌ها و مکاتب مدیریت نشان می‌دهد؛ گرایش به سمت مشتری و افزایش کیفیت، تنوع و سرعت در ارائه خدمات پس از دهه ۱۹۹۰ در دستور کار سازمان‌ها قرار گرفته است امروزه سازمان‌های تولیدی یا خدماتی، میزان رضایتمندی مشتری را به عنوان معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار خود قلمداد می‌کنند کار جدی تحقیقات در غرب به ویژه آمریکا از دهه ۱۹۸۰ در این حوزه شروع شد که به بعضی از آنها اشاره می‌شود. واگنر^۱ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای به بررسی متغیرهای همچون پایگاه اجتماعی و ویژگی‌های جمعیتی و نقش مهمی که در اوقات فراغت افراد دارند پرداخت یکی از نتایج مهم در تحقیقات این پژوهشگر تفاوت بین دو جنس در انجام اوقات فراغت و تأثیر اجبارهای اجتماعی موثر بر رفتارهای اجتماعی آن‌ه است.

1 .vengner

کریشنا سوندر^۱ (۲۰۰۹) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مشتری در ادراک برون سپاری خدمات در صنعت محاسباتی شخصی پرداخته است. این تحقیق با استفاده از پیمایش بر روی نمونه ۴۶۶ کاربر محاسبات شخصی در کشور آمریکا انجام شده است. که در نهایت چارچوب جدیدی برای رضایت‌مندی مشتریان با هفت عامل مؤثر عرضه شده است: پاسخ دلسوزانه، صداقت، وضوح‌یابی، اطمینان فنی، اعتماد، پیگیری، و کیفیت ارتباط.

پارک^۲ (۲۰۰۹) در تحقیقی به بررسی مقایسه‌ای رضایت‌مندی مشتریان دانشکده و بخش مربوط به امنیت استخدامی در مراکز کارایی در می‌سی‌سی‌پی پرداخته است. در مجموع ۱۱۶ نفر از مشتریانی که موفق به کسب کار شده بودند، در این مطالعه تجربی مورد بررسی قرار گرفتند. مشتریانی که از بخش امنیت شغلی و منابع خدمات شخصی بهره می‌گیرند نسبت به کسانی که از مراکز کارایی دانشکده‌ای استفاده می‌کردند، از رضایت بالاتری برخوردار بودند. نتایج نشان داد مشتریانی که برای اولین بار از مراکز کارایی استفاده می‌کردند، از خدمات کلی مراکز کالج، رضایت بیشتری داشتند؛ در حالی که، مشتریانی که برای ۲-۵ بار از خدمات مراکز بخش می‌سی‌سی‌پی استفاده کرده بودند، در حالت کلی از وضعیت امنیت شغلی رضایت‌مندی بیشتری داشتند. در نهایت، داده‌ها نشان داده است که مشتریانی که سطح بالاتری از تحصیلات دارند نسبت به افرادی که تحصیلات دیپلم و پایین‌تر داشتند، از رضایت‌مندی بیشتری برخوردار بودند.

تئوری‌های نیاز

تئوری آبراهام اچ. مازلو (طبقه بندی نیاز)

در مورد مکانیسم نیاز در انسان انواع نیازهای انسانی، چگونگی ارضاء و اشباع آنها، تقدم و تاخر آنها و مسائل دیگر مربوط به آن توسط روان‌شناسان نظریه‌های مختلفی ارائه شده است که در اینجا به یکی از مهمترین نظریه‌ها، سلسله مراتب نیاز مازلو است که به آن اشاره می‌شود.

تئوری مازلو به عنوان مهمترین تئوری نیاز که تاکنون در میان روان‌شناسان طرح شده است از جهات بسیاری قابل توجه بوده و مورد تأیید واقع شده است. به هر حال تئوری مازلو نیازها را در پنج مرتبه نیاز طرح می‌کند: نیازهای فیزیولوژیکی، نیازهای ایمنی، نیازهای عشق و تعلق (اجتماعی)، نیاز به احترام و نیاز به خود شکوفایی.

البته شکل خاصی که این نیازها بر خود خواهد گرفت در مورد اشخاص مختلف به طور وسیعی متغیر است. ظهور آشکار این نیازها معمولا به ارضای قبلی نیازهای فیزیولوژیکی. ایمنی و عاطفی و نیاز به احترام بستگی دارد.

1 . Krishna Sunder
2 . Park

مازلو سلسله مراتب نیازها را به عنوان یک ترکیب یا نظم غیر قابل انعطاف قلمداد نمی‌کند بلکه به عقیده وی افراد ممکن است در این سلسله مراتب نیازهایشان متغیر باشد.

نظریه روانکاوانه

در سال‌های اخیر، ترنر به دنبال یک پارچه کردن سنت‌های نظری اولیه، کنش متقابل نمادین، شرایط انتظار، و نظریه روانکاوانه - در یک نظریه کلی تر عواطف بوده است. وی بیان می‌کند که در همه موقعیت‌ها، اشخاص همراه خود انتظاراتی دارند، هنگامی که انتظارات برانگیخته شده برآورده شوند، فراتر از برآورده شدن روند، یا برآورده نشوند، عواطف برانگیخته می‌شوند. به عنوان یک قانون کلی هنگامی که انتظارات افراد بوقوع نمی‌پیوندد آنها احساسات منفی و یا ترکیبی از خشم، ترس و اندوه را تجربه می‌کنند. در مقابل، هنگامی که انتظارات افراد محقق شود آنها گونه‌هایی از رضایت و شادکامی را تجربه می‌کنند، و اگر فراتر از انتظاراتشان باشد، گونه‌هایی از شادکامی را تجربه می‌کنند. برانگیخته شدن احساسات بیش‌تر، باعث آشکار شدن انرژی بین شخصی بیش‌تری در رفتارهای افراد می‌شود (ترنر، ۲۰۰۳)

بر طبق نظریه ترنر، فرد دریافت‌کننده خدمات، در صورتی از خدمات راضی است که انتظارات وی برآورده گردد. در غیر این صورت و در حالی که انتظارات وی به وقوع نپیوندد، در فرد نارضایتی و احساسات منفی بوجود می‌آید (ریتزر، ۱۳۸۵).

نظریه مبادله

این نظریه توسط هومنز و بر اساس تحقیقات اسکینر در حوزه روانشناسی، مطرح شده است. به تعبیر هومنز نظریه مبادله رفتار اجتماعی را به عنوان یک تبادل فعالیت ملموس یا غیرملموس و کم و بیش پاداش دهنده یا غرامت‌آمیز میان دست کم دو شخص، در نظر می‌گیرد»

نظریه مبادله در قالب پنج قضیه بیان شده است. این قضایا عبارت‌اند از:

قضیه موفقیت، قضیه محرک، قضیه ارزش، قضیه محرومیت - سیری، قضیه پرخاشگری

بر طبق قضایای هومنز، می‌توان مراجعین را افرادی دانست که به مبادله با مراکز گذران اوقات فراغت می‌پردازند. اگر در طی این مبادله، پاداش دریافت نماید، بر طبق قضیه موفقیت، فرد این مبادله را تکرار می‌نماید و بر طبق قضیه ارزش، هرچه پاداش ارزشمندتر باشد، احتمال بیش‌تری برای تکرار مراجعه وجود دارد؛ و بالاخره براساس قضیه پرخاشگری - تأیید، هرگاه فرد پاداش مورد انتظار خود را به دست آورد، احساس خرسندی خواهد کرد و احتمال بیش‌تری وجود دارد که رفتار تأییدآمیز از خود بروز دهد و نتایج رفتارش نیز برایش ارزشمندتر می‌گردد. تکرار مراجعه، احساس خرسندی و رفتار تأییدآمیز، از نشانه‌های رضایت مراجعه می‌باشد. همچنین دریافت پاداش، میزان ارزشمند بودن پاداش، و دریافت پاداش مورد انتظار بر رضایت فرد مؤثر می‌باشند (ریتزر، ۱۳۸۵: ۴۲۴).

نظریه دو عاملی^۱ یا انگیزشی - بهداشتی^۲

این نظریه توسط هرزبرگ مطرح شده است. به نظر هرزبرگ در جامعه معاصر نیازهای اساسی مردم تضمین و برآورده شده است در نتیجه: الف) ارضاء نیازهای پایین تر، منجر به خشنودی نمی شود، زیرا ارضای این نیازها را جامعه به خوبی تضمین کرده است. بهترین احساسی که این چنین کامروایی فراهم می کند نگرشی بی تفاوت نسبت به شغل است. هر چند عدم کامروایی این نیازها منجر به ناخشنودی می شود. ب) بنابراین رضایت اساساً تابعی از کامروایی نیازهای بالاتر در سلسله مراتب مازلو می باشد (مانند نیازهای «من» و خودشکوفایی). از آنجایی که حصول این نیازها دشوار است، عدم ارضای این نیازها به نارضایتی شغلی منجر نمی گردد، بلکه به نگرش نسبتاً بی تفاوت منتهی می شود. عواملی را که منجر به رضایت شغلی می شوند عوامل «انگیزشی» و عواملی را که نبود آنها منجر به نارضایتی می شود عوامل «بهداشتی» نامید (کورمن، ۱۳۷۰: ۲۱۵).

فرض اساسی این نظریه این است که عواملی که در رضایت مداخله می کنند، متفاوت از عواملی هستند که در نارضایتی دخالت دارند. به عبارتی رضایت و نارضایتی دو مفهوم متفاوت بوده حالت متضاد یک مفهوم نیستند (نائلی، ۱۳۷۳: ۵۰-۴۹).

هرزبرگ نیازهای انسان را نیز به دو گروه انگیزشی و بهداشتی تقسیم می نماید. ایمنی و امنیت، پایگاه سازمانی، سطح حقوق و درآمد، شرایط محیط کار، روابط میان افراد (فرودستان، هم‌تایان، فرادستان، و زندگی خصوصی)، چگونگی سرپرستی در سازمان، خط‌مشی و نحوه‌ی اداره‌ی سازمان، اموری هستند که نیازهای بهداشتی را در محیط کار، ارضاء می نمایند (همان: ۵۱). همچنین عوامل انگیزشی عبارت‌اند از: توفیق در انجام کار، پذیرش و شناسایی فرد، شغل، مسئولیت، و پیشرفت (محمدزاده و مهرزاد، ۱۳۷۵: ۱۴۲).

دیدگاه داد و ستد^۳

دو جریان اصلی در تحقیقات داد و ستد محور، در مورد رضایت توسعه یافته است. اولین جریان چنین بیان می کند که مصرف کنندگان، کیفیت خدمات را براساس پنج بعد ارزیابی می کنند. نشانه‌های فیزیکی، تضمین، اطمینان، تفاهم، و همدلی. این مدل بیان می کند که تفاوت بین آنچه که مراجع از ویژگی کیفیت خدمات انتظار دارد و ارزیابی او از ویژگی خدمات دریافتی، به بهترین نحو، رضایت را نشان می دهد. (آلدین و همکاران، ۲۰۰۴: ۴).

1. Two factor theory
2. Motivator-hygiene
3. Business
4. Alden

دومین جریان عمده، مستقیماً بر رضایت مشتری توجه دارد و رضایت مشتری را چنین تعریف می‌نماید: احساس عمومی رضایت یا نارضایتی که بلافاصله پس از مواجهه یا خدمات، حاصل می‌شود. این چارچوب آشکارا ارزیابی کیفیت خدمات را به عنوان سابقه‌ی شناختی می‌داند که به سازه‌ی عاطفی مرتبط با رضایت از ملاقات، مربوط است. این چارچوب به دنبال شناخت ابعادی از کیفیت خدمات است که قویاً با رضایت مراجع مرتبط می‌باشد. رضایت مراجع علاوه بر ارزیابی از کیفیت خدمات، تحت تأثیر انتظارات مصرف‌کننده، عدم تأیید ذهنی (مقایسه‌های کلی از آنچه که انتظار می‌رود تا آنچه که ارائه می‌شود)، می‌باشد (همان).

این مدل بیان می‌کند که انتظاراتی که فرد قبل از ملاقات، از کیفیت خدمات دارد، مستقیماً با رضایت بعد از ملاقات مرتبط است. به علاوه انتظارات و ارزیابی عملکرد، غیرمستقیم و از طریق عدم تأیید ذهنی بر رضایت مصرف‌کننده اثرگذار است. عدم تأیید ذهنی عبارتست از میزانی که عملکرد درک شده از در مجموع بهتر، برابر، یا پایین‌تر از آنچه که مراجعین انتظار دارند، می‌باشد (همان).

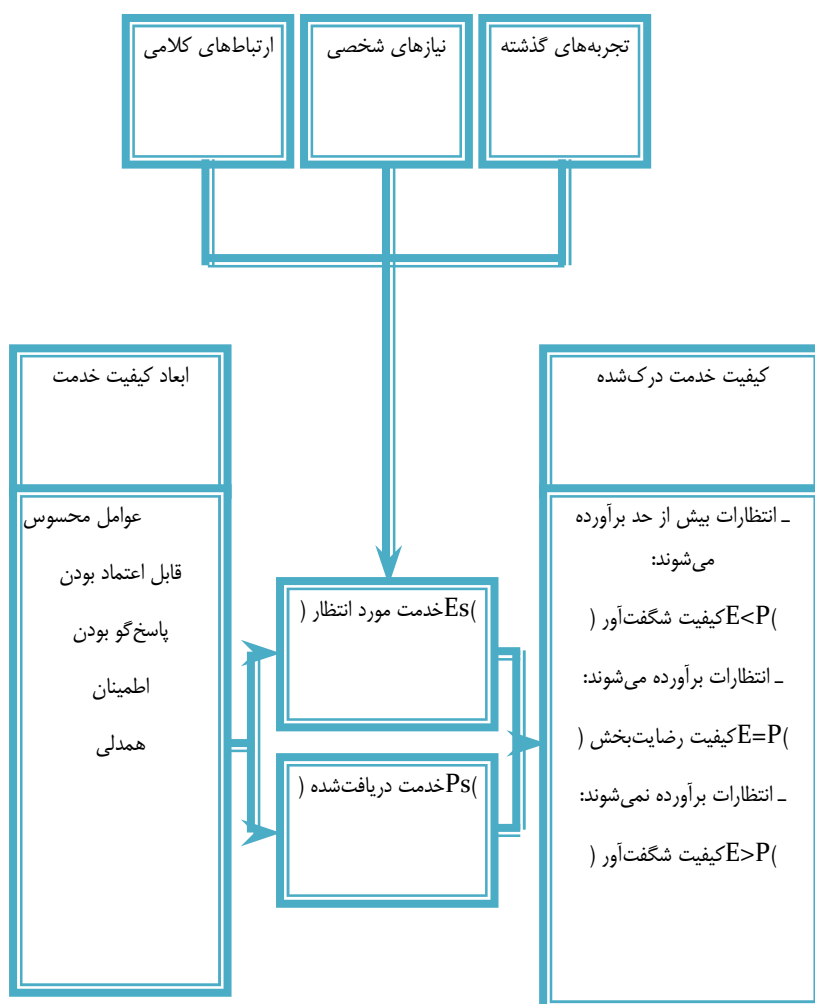
تعریف مفاهیم

رضایت مراجعان: ضرورت کسب رضایت مراجعان باعث شده‌است، سازمان‌ها از طریق شناسایی نیازمندی‌های مراجعان در عرضه خدمات یا کالای متناسب سعی نمایند. میزان برآورده‌سازی این خواسته‌ها را کیفیت تعریف می‌کنند. کیفیت وضعیتی پویاست که با تولید، ارائه خدمات، کارکنان، فرایندها و محیط ارتباط دارد و می‌تواند به سطح انتظارات مشتریان و یا حتی فراتر از آن هم برسد. (دیویس، ۱۳۸۰) دو بُعد اصلی کیفیت خدمت عبارت‌اند از: کیفیت فنی ستاده و کیفیت وظیفه‌ای فرآیند، که مشخص می‌کنند مشتری چه چیزی دریافت می‌کند و چگونه آن را دریافت می‌کند (گرن روس^۱، ۲۰۰۱). از سال‌ها پیش، مطالعاتی در حوزه رضایت و متغیرهای مؤثر بر آن صورت گرفته‌است اما پاراسورمان، زیتامل و بری، پژوهشی جدی را درباره کیفیت خدمت آغاز کردند، در حالی که بررسی رضایت‌مندی از کالا سابقه طولانی‌تری دارد. این گروه پس از مطالعات میدانی گسترده، ابزاری را برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات به نام «سروکوال» ارائه دادند (کاوسی، ۱۳۸۵: ۴۵۰). سروکوال ابزاری است که برای اندازه‌گیری رضایت مشتری در پنج بُعد اصلی شامل قابلیت اطمینان به خدمت، مسئولیت‌پذیری، ضمانت و تضمین، برخورد مناسب و ابعاد فیزیکی طراحی شده است (آسوبون تینج، ۱۹۹۶). چارچوب مفهومی این پژوهش الگویی است که جیمز و مونو فیتز‌مونس آن را مطرح کرده‌اند. تغییراتی در این چهارچوب مفهومی صورت گرفت تا با محیط کشور ما سازگار شود در مجموع سه رکن برای بررسی رضایت‌مندی از سازمان‌های خدماتی ارائه شده است. که عبارت‌اند از:

- خدمت مورد انتظار: (ES)؛ - خدمت دریافت‌شده (PS)؛ و کیفیت خدمت درک شده

رابطه بین دو متغیر خدمت مورد انتظار و خدمت دریافت شده، کیفیت خدمت درک شده را شکل می‌دهد. به عبارتی، مشتری انتظارات خود را با ارزش دریافت شده مقایسه می‌کند. اگر انتظار برآورده نشود، با نارضایتی مواجه هستیم و هرچه تفاوت این دو متغیر بیش‌تر باشد، میزان نارضایتی نیز افزایش می‌یابد (لسر، ۲۰۰۰).

نقطهٔ مقابل زمانی است که خدمت دریافت شده (PS) بهتر و کارتر از خدمت مورد انتظار (ES) باشد. در این حالت، با کیفیت شگفت آور مواجه هستیم که زمینه خشنودی مشتری یا ارباب رجوع را فراهم می‌آورد. در حالتی که خدمت دریافت شده برابر خدمت مورد انتظار باشد، با کیفیتی رضایت‌بخش مواجه خواهیم شد (زیمل و همکاران، ۲۰۰۵).



شکل شماره (۱). چهارچوب مفهومی پژوهش؛ بررسی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی مراجعان

فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت

فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت که در این تحقیق به فضاهای گفته می‌شود که توسط دولت و یا بخش خصوصی در بافت‌های کهن و تاریخی شهر کرمانشاه دایر گردیده و زنان و مردان برای گذران بخشی از اوقات فراغت خود به این فضاها مراجعه می‌کنند که در این تحقیق فضاهای عمومی عبارتند از: پارک‌ها و فضاها سبز، کتابخانه‌ها، فرهنگ سراها و سینما، مراکز خرید، مکان‌های تفریح سواره، امکان مذهبی و اجتماعی و فضاهای ورزشی

نوشهر سازی: نهضت نوشهر سازی که در زبان فارسی با معادل‌هایی چون شهر گرایی یا شهر سازی جدید نیز شناخته می‌شود، جنبشی است که توسعه شهرها در حومه را در برابر ایجاد مجتمع‌های مسکونی مبتنی بر ساختار سنتی محلات مسکونی به چالش می‌خواند. نوشهر سازی، نهضت پست مدرن است که با بازگشت به مفاهیم سنتی طراحی شهرها تلاش در پاسخگویی به نارضایتی از شهر مدرن را در سر می‌پروراند. نوشهر سازی نهضتی است که در آن، طراحان با تاثیر بر کالبد، تلاش در برابر تاثیر بر رفتار فردی و اجتماعی و ارتقاء مفاهیمی چون: اجتماعات انسانی، پایداری، کیفیت زندگی ... دارند.

نهضت نوشهر سازی بر اساس مجموعه‌ای از اصول و دستورالعمل‌های طراحی شهری مجموعه‌ای از ساختمان‌های مسکونی با سبک معماری نو- سنتی را برای ایجاد محلات با تراکم نسبتا بالا، قابل پیاده روی و داری کاربری مختلط و متنوع با یکدیگر ترکیب می‌کند. اگر چه نو شهر سازان اصلتا نهضتی است که در ارتباط با توسعه‌های جدید مسکونی شکل گرفته، با این حال همواره بر توسعه درون بافت تاکید دارد. نوشهر سازی با بکارگیری آمیزه‌ای از سبک‌های معماری، توسعه هوشمند مقابله با توسعه پراکنده، شهرسازی پایدار و تاکید بر حمل و نقل عمومی و تردد پیاده، نهضتی قدرتمند در هدایت توسعه شهری در همه مقیاس است (استفان، ۲۰۰۳).

نوشهر سازان معتقدند باز تولید سنت‌های برنامه‌ریزی و معماری می‌تواند به خلق مکان مطلوب تر برای زندگی و محلات خاطره انگیز و به یاد ماندنی منجر شود (علی پور، ۱۳۷۹).

اصل شهر سازی می‌تواند در طرح‌هایی با مقیاس مختلف به کار روند، مواردی که قابلیت پیاده روی، ارتباط پذیری، کاربری مختلط و متنوع، مسکن مختلط، معماری و طراحی شهری با کیفیت، ساختار محلات سنتی، تراکم افزایش یافته، حمل و نقل هوشمند پایداری و کیفیت زندگی را در بر می‌گیرد.

بافت تاریخی: مراد از بافت، گستره‌های هم پیوند است که با ریخت شناسی‌های متفاوت طی دروان حیات شهری در داخل محدوده شهر و یا حاشیه آن در تداوم پیوند با شهر باشد. این گستره می‌تواند از بناها، مجموعه‌ها، راهها، فضاها، تاسیسات و تجهیزات شهری و یا ترکیبی از آنها تشکیل شده باشد و بیانگر تاریخ و حوادث شهری باشد (بلوری، ۱۳۹۴). که شش منطقه عمد بافت تاریخی شامل فیض آباد، سرچشمه، رشیدی، جوانشیر، پل چوبی و تپه شیرین که محدوده آن از میدان آزادی در شمال

تا پارکینگ شهرداری در جنوب، از مسجد جلیلی در شرق تا کوهساری در غرب ادامه دارد. که در این تحقیق بررسی شده‌اند.

بافت فرسوده: به بخش‌های از شهر اشاره دارد که قابلیت زندگی در آن از جنبه‌های ساختاری، کالبدی، اجتماعی و محیطی با نیازهای زندگی کنونی مطابقت ندارد (جعفر زاده، ۱۳۷۶: ۱۶۵). بافت فرسوده، عرصه‌هایی از محدوده قانونی شهرهاست که به دلیل اجتماعی، کالبدی، فرهنگی اقتصادی و عدم بر خورداری از شبکه دسترسی مناسب، کمبود خدمات و زیر ساخت‌های شهری و معضلات زیست محیطی آسیب پذیر بوده و از ارزش مکانی، محیطی، اقتصادی و اجتماعی نازلی بر خوردارند (بلوری، ۱۳۹۴).

ابزار و روش

در این تحقیق از روش تحقیق توصیفی- پیمایشی استفاده شده است و ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای می‌باشد. داده‌های مورد نیاز جهت بررسی فرضیات این تحقیق از طریق پرسشنامه‌ای استاندارد، گردآوری شده است. طیف مورد استفاده در این نیز لیکرت است. در پرسش نامه این پژوهش ارزش‌های عددی مقیاس به گونه‌ای تعیین شده است که بیشترین یا بالاترین ارزش عددی یا امتیاز به بیشترین تاثیر گذاری و کمترین یا پایین ترین ارزش عددی یا امتیاز به کمترین تاثیر گذاری تعلق می‌گیرد.

جامعه آماری تمامی زنان ۱۸ تا ۶۰ سال شهر کرمانشاه در سال ۹۳ که تعداد آنها ۳۶۷۲۰۰ نفر می‌باشد و از روش نمونه گیری خوشه‌ای دو مرحله‌ای استفاده نموده شش منطقه بافت تاریخی هر کدام به یک خوشه تقسیم و نمونه‌های نهایی در هر خوشه و متناسب با حجم نمونه بر اساس نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب می‌نمائیم. با توجه به جامعه آماری (۳۶۷۲۰۰ نفر) حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین گردید.

روایی ابزار اندازه گیری در پژوهش

داده‌های مورد نیاز این پژوهش به وسیله پرسشنامه‌های گردآوری شده که بر اساس نقطه نظرات اساتید و برخی از مدیران مرتبط با موضوع در کشور، قابلیت اندازه گیری متغیرهای تحقیق را دارند. پس روایی پرسشنامه با استفاده از نظر متخصصان تأیید می‌شود. برای پایایی در این پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسشنامه بکار می‌رود (کالنتری، ۱۳۸۲: ۷۶) مقدار آلفا محاسبه شده به شرح ذیل می‌باشد:

جدول ۱: نتایج آلفای کرونباخ هریک از متغیرهای تحقیق

نام متغیر	آلفای کرونباخ
سنجش رضایت کلی مراجعان به فضاهای گذران اوقات فراغت	۰/۸۰۱
سنجش رضایت از بخش اطلاع‌رسانی	۰/۷۱۳
سنجش رضایت اعتماد مراجعان	۰/۷۳۵
سنجش رضایت از نحوه رفتار با ارباب رجوع	۰/۸۶۷
سنجش رضایت از فضا و تجهیزات فیزیکی	۰/۷۳۶

با توجه جدول فوق می‌توان نتیجه گرفت که پرسش‌نامه به مقدار زیادی توانسته است فرضیات پژوهش را بسنجد و تمامی متغیرها به طور مجزا و کل متغیرها با یکدیگر پایا می‌باشند. برای توصیف داده‌ها، از جداول توزیع فراوانی با شاخص‌های مرکزی از جمله میانگین میانه و مد و شاخص‌های پراکندگی از جمله واریانس انحراف معیار و چولگی و برجستگی استفاده شد و در بخش تحلیل استنباطی (آزمون فرضیه‌ها و بررسی روابط آماری بین متغیرها) نیز حسب ماهیت متغیرها و مقیاس اندازه‌گیری هر متغیر، از آزمون‌های آماری همچون ویلکاکسون، کای اسکور، آنالیز واریانس و ضریب همبستگی استفاده شده است.

یافته‌ها

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

۱. میان انتظارات و ادراکات مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه از لحاظ کیفیت خدمات تفاوت وجود دارد.
- فرضیه‌های اختصاصی
- ۱-۱- میان انتظارات و ادراکات مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت تاریخی شهر از لحاظ کیفیت اطلاع‌رسانی تفاوت وجود دارد.
 - ۱-۲- میان انتظارات و ادراکات مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه از لحاظ میزان اعتماد مراجعان تفاوت وجود دارد.
 - ۱-۳- میان انتظارات و ادراکات مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه از لحاظ نحوه رفتار با ارباب رجوع تفاوت وجود دارد.
 - ۱-۴- میان انتظارات و ادراکات مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه از لحاظ کیفیت فضا و تجهیزات فیزیکی تفاوت وجود دارد.

فرضیه اهم ۲: بین مولفه‌های کیفیت خدمات با میزان رضایت مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه رابطه وجود دارد.

۲-۱: بین کیفیت اطلاع رسانی با میزان رضایت مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه رابطه وجود دارد.

۲-۲: بین میزان اعتماد مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه با میزان رضایت آنان رابطه وجود دارد.

۲-۳: بین نحوه رفتار با ارباب رجوع با میزان رضایت مراجعان به به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه رابطه وجود دارد.

۲-۴: بین کیفیت فضا و تجهیزات فیزیکی در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه با میزان رضایت مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در شهر کرمانشاه ارتباط وجود دارد.

فرضیه اهم ۳- از دیدگاه مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه بین میزان تاثیر ابعاد چهارگانه بر وی کیفیت خدمات ارائه شده ارتباط وجود دارد.

فرضیه اهم ۴- هریک از متغیرهای چهارگانه بر میزان رضایت مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه دارای تاثیر یکسان هستند.

یافته‌های توصیفی تحقیق

توزیع نمونه آماری از نظر سطح تحصیلات نشان می‌دهد که در مجموع، ۱۰/۶ درصد از پاسخ‌گویان بی سواد، ۲۰ درصد کمتر از دیپلم، ۳۴/۱ درصد دیپلم، ۱۴/۲ درصد فوق دیپلم و ۲۲/۲ درصد لیسانس و بالاتر بوده‌اند.

بررسی فعالیت شغلی پاسخگویان نشان می‌دهد، ۱۲/۱ درصد شرکت‌کنندگان شاغل در بخش دولتی، ۲۵/۹ درصد شاغل در بخش خصوصی، ۹/۲ درصد بیکار و جوای کار، ۳۰/۸ درصد از آنها خانه دار، ۶/۴ درصد محصل و دانشجو و ۱۵/۶ درصد از شرکت‌کنندگان نیز گزینه سایر را اعلام نموده‌اند.

بررسی ترکیب سنی پاسخ‌گویان نشان می‌دهد که ۴/۲ درصد پاسخگویان زیر ۲۰ سال، ۳۸/۷ درصد بین ۲۱ تا ۳۰ سال، ۳۰/۵ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۶/۷ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۷/۵ درصد بین ۵۱ تا ۶۰ سال و ۲/۴ درصد بالای ۶۰ سال سن داشته‌اند.

توزیع نمونه آماری از نظر نحوه گذران اوقات فراغت در فضای عمومی شهری نشان می‌دهد که ۲۳/۱ درصد اوقات فراغتشان در پارک‌ها و فضاهای سبز شهری ۸/۳ درصد در کتابخانه‌ها، ۱۰ درصد در سینما و فرهنگسراها، ۲۳/۹ درصد مراکز خرید، ۴/۷ درصد تفریح سواره، ۱۵/۲ درصد در مراکز مذهبی و اجتماعی و ۱۴/۸ درصد در مراکز و فضاهای ورزشی می‌گذرانند.

تحلیل توصیفی شاخص‌ها

با توجه به نتایج بدست آمده برای رضایت از میزان اطلاع‌رسانی در مورد فضای عمومی گذران اوقات فراغت در شهر کرمانشاه، مشاهده می‌شود که در هنگام بررسی امتیاز فضاهای عمومی از نظر پاسخگویان مد یا بیشترین فراوانی گزینه ۴ می‌باشد، همچنین میانگین پاسخ‌های ابراز شده نیز برابر ۳/۷۸ می‌باشد که مبین این امر است که اکثریت مراجعان برای گذران اوقات فراغت در فضای عمومی در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه امتیاز میزان اطلاع‌رسانی را مناسب می‌دانند. انحراف معیار یا میزان پراکندگی از میانگین نیز برابر ۰/۸۲۱ است که نشان دهنده پراکندگی کم نظرات پاسخگویان می‌باشد. بنا به فاکتورهای جامعه نرمال مبنی بر برخورداری از ضریب چولگی صفر و ضریب برجستگی سه مشاهده می‌شود که فاکتورهای ضریب چولگی و ضریب برجستگی برای توزیع این سؤال به ترتیب برابر ۰/۸۷۴ و ۱/۱۴۳ است که نشانگر آن است توزیع پاسخ به بخش امتیاز این سؤال نرمال نمی‌باشد. برای بخش اهمیت اطلاع‌رسانی مد گزینه ۵ یا خیلی زیاد می‌باشد که اهمیت بالای این مولفه را نشان می‌دهد. میانگین ابراز شده برای میزان اهمیت این مولفه ۶۹/۴ می‌باشد.

به طور کلی با بررسی گزینه‌های پاسخ مشاهده می‌کنیم که ۵/۷۷ درصد از مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه وضعیت اطلاع‌رسانی را مناسب ارزیابی کرده‌اند و میزان اهمیت این مولفه را ۵/۹۷ درصد بیان داشته‌اند که مبین وجود فاصله در بین وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب اطلاع‌رسانی در مورد فضاهای گذران اوقات فراغت در شهر کرمانشاه می‌باشد.

جدول ۲: بررسی وضعیت نحوه گذران اوقات فراغت در فضای عمومی در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه از نظر میزان اطلاع‌رسانی در و اهمیت این شاخص برای پاسخ‌گویان

اهمیت شاخص از نظر پاسخ‌گویان				امتیاز فضای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر پاسخ‌گویان			
گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی	گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی
بسیار کم	0			بسیار کم	6	1.4	1.4
کم	2	.3	1.4	کم	۲5	6.3	7.7
متوسط	۸	1.8	7.7	متوسط	۷5	19.5	27.2
زیاد	100	26.4	27.2	زیاد	220	58.0	85.2
بسیار زیاد	۲۷۴	71.5	85.2	بسیار زیاد	57	14.8	100.0
میانگین	4.69			میانگین			3.78
مد	5			مد			4
انحراف معیار	.517			انحراف معیار			.821
ضریب چولگی	-1.529			ضریب چولگی			-.874
ضریب برجستگی	2.196			ضریب برجستگی			1.143
بی‌پاسخ	0			بی‌پاسخ			0

با توجه به نتایج به دست آمده برای رضایت از میزان اعتماد مراجعان به فضاهای عمومی برای گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه، مشاهده می‌شود که در هنگام بررسی امتیاز فضاهای عمومی از نظر پاسخگویان مد یا بیشترین فراوانی گزینه ۴ می‌باشد، همچنین میانگین پاسخ‌های ابراز شده نیز برابر ۴۳/۳ می‌باشد که مبین این امر است که اکثریت مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت کرمانشاه امتیاز میزان اعتماد را مناسب می‌دانند. انحراف معیار یا میزان پراکندگی از میانگین نیز برابر ۰/۹۴۶ است که نشان دهنده پراکندگی کم نظرات پاسخگویان می‌باشد. بنابه فاکتورهای جامعه نرمال مبنی بر برخورداری از ضریب چولگی صفر و ضریب برجستگی سه مشاهده می‌شود که فاکتورهای ضریب چولگی و ضریب برجستگی برای توزیع این سؤال به ترتیب برابر ۰/۲۸۳- و ۰/۲۷۷- است که نشانگر آن است توزیع پاسخ به بخش امتیاز این سؤال نرمال نمی‌باشد. برای بخش اهمیت اعتماد مد گزینه ۵ یا خیلی زیاد می‌باشد که اهمیت بالای این مولفه را نشان می‌دهد. و میانگین ابراز شده برای میزان اهمیت این مولفه ۴/۸۲ می‌باشد.

به طور کلی با بررسی گزینه‌های پاسخ مشاهده می‌کنیم که ۶/۴۹ درصد از مراجعان فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت وضعیت اعتماد مراجعان را مناسب ارزیابی کرده اند و میزان اهمیت این مولفه را ۹۹ درصد بیان داشته اند که مبین وجود فاصله در بین وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب اعتماد مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه می‌باشد.

جدول ۳: بررسی وضعیت فضاهای گذران اوقات فراغت از نظر اعتماد مراجعان و اهمیت این شاخص برای پاسخ‌گویان

اهمیت شاخص از نظر پاسخ‌گویان				امتیاز فضای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر پاسخ‌گویان			
گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی	گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی
بسیار کم	0	0	0	بسیار کم	10	2.4	2.4
کم	0	0	0	کم	51	13.3	15.7
متوسط	5	1.0	1.0	متوسط	132	34.8	50.4
زیاد	60	15.6	16.6	زیاد	144	37.6	88.0
بسیار زیاد	319	83.4	100.0	بسیار زیاد	47	12.0	100.0
میانگین				میانگین			
4.82				3.43			
مد				مد			
5				4			
انحراف معیار				انحراف معیار			
.406				.946			
ضریب چولگی				ضریب چولگی			
-2.148				-.283			
ضریب برجستگی				ضریب برجستگی			
3.783				-.277			
بی‌پاسخ				بی‌پاسخ			
0				0			

با توجه به نتایج بدست آمده برای رضایت از نحوه رفتار با ارباب رجوع به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه، مشاهده می‌شود که در هنگام بررسی امتیاز فضاهای عمومی از نظر پاسخگویان مد یا بیشترین فراوانی گزینه ۴ می‌باشد، همچنین میانگین پاسخ‌های ابراز شده نیز برابر ۳.۵۸ می‌باشد که مبین این امر است که اکثریت مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه امتیاز رضایت نحوه رفتار با ارباب رجوع را در این فضاها مناسب می‌دانند. برای بخش اهمیت نحوه رفتار با ارباب رجوع مد گزینه ۵ یا خیلی زیاد می‌باشد که اهمیت بالای این مولفه را از نظر مراجعان بیان میکند، میانگین ابراز شده برای میزان اهمیت این مولفه ۴.۸۱ می‌باشد.

به طور کلی با بررسی گزینه‌های پاسخ مشاهده می‌کنیم که ۵۵.۱ درصد از مراجعان به به فضاهای عمومی در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه از نحوه رفتار با ارباب رجوع رضایت دارند و میزان اهمیت این مولفه را ۹۸.۶ درصد بیان داشته اند که مبین وجود فاصله در بین وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب نحوه رفتار با ارباب رجوع در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت کرمانشاه می‌باشد.

جدول ۴: بررسی وضعیت فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت از نحوه رفتار با ارباب رجوع و اهمیت این شاخص برای پاسخ‌گویان

اهمیت شاخص از نظر پاسخ‌گویان				امتیاز فضای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر پاسخ‌گویان			
گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی	گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی
بسیار کم	11	2.9	2.9	بسیار کم	11	2.9	2.9
کم	45	11.7	14.6	کم	45	11.7	14.6
متوسط	116	30.3	44.9	متوسط	116	30.3	44.9
زیاد	13۲	34.7	79.6	زیاد	13۲	34.7	79.6
بسیار زیاد	79	20.4	100.0	بسیار زیاد	79	20.4	100.0
میانگین	3.58			میانگین	4.81		
مد	4			مد	5		
انحراف معیار	1.029			انحراف معیار	.427		
ضریب چولگی	-.375			ضریب چولگی	-2.240		
ضریب برجستگی	-.421			ضریب برجستگی	4.929		
بی‌پاسخ	1			بی‌پاسخ	1		

با توجه به نتایج بدست آمده برای رضایت از فضا و تجهیزات فیزیکی در فضاهای عمومی گذران اوقات در فراغت بافت‌های تاریخی کرمانشاه، مشاهده می‌شود که در هنگام بررسی امتیاز این فضاها از نظر پاسخگویان مد یا بیشترین فراوانی گزینه ۴ می‌باشد، همچنین میانگین پاسخ‌های ابراز شده نیز برابر ۳.۶۲ می‌باشد که مبین این امر است که اکثریت مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت

دربافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه فضا و تجهیزات فیزیکی این فضاها را مناسب ارزیابی کرده اند. برای بخش اهمیت نحوه رفتار با ارباب رجوع مد گزینه ۵ یا خیلی زیاد می‌باشد که اهمیت بالای این مولفه را از نظر مراجعان بیان میکند، میانگین ابراز شده برای میزان اهمیت این مولفه ۶۶/۴ می‌باشد. به طور کلی با بررسی گزینه‌های پاسخ مشاهده می‌کنیم که ۳/۶ درصد از مراجعان از فضا و تجهیزات فیزیکی رضایت دارند و میزان اهمیت این مولفه را ۸/۹۵ درصد بیان داشته اند که مبین وجود فاصله در بین وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب فضا و تجهیزات فیزیکی در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت شهر کرمانشاه می‌باشد.

جدول (۵). بررسی وضعیت از نظر وضعیت مطلوب فضا و تجهیزات فیزیکی و اهمیت این شاخص برای پاسخ‌گویان

اهمیت شاخص از نظر پاسخ‌گویان				امتیاز فضای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر پاسخ‌گویان			
گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی	گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی
بسیار کم	1	. 1	. 1	بسیار کم	13	3. 1	3. 1
کم	4	. 6	. 7	کم	45	11. 8	14. 9
متوسط	14	3. 5	4. 2	متوسط	94	24. 8	39. 7
زیاد	96	25. 1	29. 3	زیاد	156	40. 3	80. 0
بسیار زیاد	26۸	70. 7	100. 0	بسیار زیاد	76	20. 0	100. 0
میانگین				میانگین			
4. 66				3. 62			
مد				مد			
5				4			
انحراف معیار				انحراف معیار			
. 586				1. 028			
ضریب چولگی				ضریب چولگی			
-1. 806				-. 535			
ضریب برجستگی				ضریب برجستگی			
3. 786				-. 263			
بی‌پاسخ				بی‌پاسخ			
1				0			

با توجه به نتایج به دست آمده برای میزان رضایت کلی از کیفیت خدمات در فضاهای گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی کرمانشاه، مشاهده می‌شود که در هنگام بررسی امتیاز فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر پاسخ‌گویان مد یا بیشترین فراوانی گزینه ۴ می‌باشد، همچنین میانگین پاسخ‌های ابراز شده نیز برابر ۳. ۶۰ می‌باشد که مبین این امر است که اکثریت مراجعان به فضای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه دارای رضایت نسبی از سطح کیفیت خدمات در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت شهر کرمانشاه می‌باشند. برای بخش کیفیت خدمات مورد انتظار مد گزینه ۵ یا خیلی زیاد می‌باشد که اهمیت بالای این مولفه را از نظر مراجعان بیان میکند، میانگین ابراز شده برای میزان اهمیت این مولفه ۸۰. ۴ می‌باشد.

به طور کلی با بررسی گزینه‌های پاسخ مشاهده می‌کنیم که ۷/۵۶ درصد از مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت از کیفیت خدمات ارائه شده رضایت دارند و میزان کیفیت مورد انتظار

مراجعان این مولفه را ۶/۹۹ درصد بیان داشته‌اند که مبین وجود فاصله جدی در بین وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب رضایت از کیفیت خدمات ارائه شده در فضای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر پاسخگویان در شهر کرمانشاه می‌باشد.

جدول ۶: بررسی وضعیت فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر کیفیت خدمات ارائه شده و اهمیت این شاخص برای پاسخ‌گویان

اهمیت شاخص از نظر پاسخ‌گویان				امتیاز فضای عمومی گذران اوقات فراغت از نظر پاسخ‌گویان			
گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی	گزینه پاسخ	تعداد	درصد	درصد تجمعی
بسیار کم	0	0	0	بسیار کم	2	.4	.4
کم	0	0	0	کم	30	7.7	8.1
متوسط	2	.4	.4	متوسط	136	35.2	43.3
زیاد	77	19.3	19.7	زیاد	170	44.7	88.0
بسیار زیاد	305	80.3	100.0	بسیار زیاد	46	12.0	100.0
میانگین	4.80			میانگین	3.60		
مد	5			مد	4		
انحراف معیار	.411			انحراف معیار	.811		
ضریب چولگی	-1.666			ضریب چولگی	-.205		
ضریب برجستگی	1.299			ضریب برجستگی	-.198		
بی‌پاسخ	.			بی‌پاسخ	.		

یافته‌های استنباطی

جهت بررسی و تحلیل فرضیه اهم ۱ و فرضیات اختصاصی ۱-۱ الی ۱-۴ از روش آماری تی-استیودنت استفاده گردید. از آنجا که داده‌های مربوط به امتیاز و اهمیت ارباب رجوع زوج‌های به هم وابسته را تشکیل می‌دهند، در بررسی این فرضیه از آزمون غیر پارامتری ویلکاکسون استفاده گردید. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها بیانگر عدم تأیید فرضیه اهم ۱ و فرضیات اختصاصی ۱ الی ۴ در سطح معنی داری ۹۵ درصد است. این بدین مفهوم است. فضاهای عمومی گذاران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه در مورد هیچ یک از مولفه‌های موثر در رضایت ارباب رجوع نتوانسته‌اند به سطح انتظارات ارباب رجوع پاسخ دهد یا از آن فراتر رود و همواره کیفیت درک شده از خدمت از کیفیت مورد انتظار کم‌تر بوده است. جهت ایجاد درک بهتری از میزان شکاف موجود بین ادراکات و انتظارات استفاده کنندگان در ابعاد مختلف کیفیتی، میزان شکاف‌ها در قالب نمودار ۱ آورده شده است.

جدول ۷: نتایج حاصل از تحلیل فرضیه اهم ۱ و ۱ الی ۴

ابعاد	امتیازات اهمیت	شکاف	آماره آزمون	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
کیفیت خدمات	3.61	4.8	-1.19	-24.031	0.000
اطلاع رسانی	3.78	4.69	-0.91	-21.739	.000
رضایت اعتماد مراجعان	۴۳.۳	۸۲.۴	-1.39	-24.778	.000
رضایت از نحوه رفتار با ارباب رجوع	۵۸.۳	۸۱.۴	-1.23	-23.127	.000
رضایت از فضا و تجهیزات فیزیکی	۶۲.۳	۶۶.۴	-1.04	-21.361	.000

فرضیه اهم ۲: بین مولفه‌های کیفیت خدمات با میزان رضایت مراجعان به فضاهای گذران

اوقات فراغت شهر کرمانشاه رابطه معنی داری وجود دارد.

به منظور بررسی و تحلیل فرضیه اهم ۲ و فرضیات اختصاصی ۱-۲ الی ۴-۲ از روش آماری ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. از این آزمون جهت سنجش میزان همبستگی بین ابعاد کیفیت خدمات استفاده شد. به منظور بررسی وجود ارتباط و نیز میزان آن، بین متغیرها از آزمون همبستگی استفاده شده است که نشان از عدم تایید این فرضیه دارد. که نتایج آن در جدول ۸ منعکس گردیده است.

جدول ۸: نتایج حاصل از تحلیل فرضیه اهم ۲ و ۱ الی ۴

فضا و تجهیزات فیزیکی	نحوه رفتار با ارباب رجوع	سنجش اعتماد مراجعان	سنجش نحوه اطلاع رسانی	شاخص رضایت کل
1.000				1.000
	0.334	0.311	0.277	0.679
	1.000	0.431	0.316	0.533
		1.000	0.369	0.581
			1.000	0.513
				1.000

ضرایب همبستگی بین رضایت کل و رضایت از اطلاع رسانی (۰/۵۱۳)، بین رضایت کل و اعتماد (۰/۵۸۱)، بین رضایت کل و نحوه رفتار با ارباب رجوع (۰/۵۳۳)، بین رضایت کل و کیفیت فضا و تجهیزات فیزیکی (۰/۶۷۹)، بین اطلاع رسانی و اعتماد مراجعان (۰/۳۶۹)، بین اطلاع رسانی و نحوه رفتار با ارباب رجوع (۰/۳۱۶)، بین اطلاع رسانی و کیفیت فضا و تجهیزات فیزیکی (۰/۲۷۷)، بین اعتماد و

نحوه رفتار با ارباب رجوع (۰/۴۳۱)، بین اعتماد و کیفیت فضا و تجهیزات فیزیکی (۰/۳۱۱) و بین نحوه رفتار با ارباب رجوع و کیفیت فضا و تجهیزات فیزیکی (۰/۳۳۴) بدست آمده است.

فرضیه اهم ۳- از دیدگاه مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه بین میزان تاثیر ابعاد چهارگانه بر وی کیفیت خدمات ارائه شده تفاوت معنی داری وجود دارد.

جهت بررسی فرض اهم ۳ از آزمون فریدمن استفاده گردید. نتایج حاصل از این تحلیل در جدول ۵ آورده شده است. نتایج حاصله از تحلیل این فرضیه مبین آن است که بین میزان تاثیر ابعاد چهارگانه بر روی کیفیت خدمات فضاهای عمومی در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه تفاوت معنی داری وجود دارد، به عبارت دیگر از دیدگاه ارباب رجوع میزان تاثیر هر یک از ابعاد بر کیفیت خدمات ارائه شده متفاوت است. با توجه به میانگین رتبه‌های بدست آمده از آزمون مشاهده شد که اطلاع رسانی دارای تاثیر بیشتر و سپس به ترتیب نحوه رفتار با ارباب رجوع، فضا و تجهیزات و در آخر نیز اعتماد مراجعان دارای تاثیر بر روی کیفیت خدمات هستند.

جدول ۹: نتایج حاصل از تحلیل فرضیه اهم ۳

رتبه‌ها	آزمون فرض	
	تعداد نمونه	میانگین رتبه‌ها
	911	
سنجش آگاهی مراجعان	280.561	3.14
سنجش اعتماد مراجعان	3	2.90
نحوه رفتار با ارباب رجوع	.000	3.22
عدم تائید فرضیه	تصمیم‌گیری	3.13

فرضیه اهم ۴- هریک از متغیرهای چهارگانه بر میزان رضایت مراجعان به فضاهای عمومی

گذران اوقات فراغت دارای تاثیر یکسان هستند.

جهت بررسی فرضیه اهم ۴ از مدل رگرسیون استفاده گردید. این مدل سهم هریک از مولفه‌ها را در رضایت مراجعان بیمارستان‌های کرمانشاه را تبیین می‌کند. ضریب همبستگی (۰/۷۴۳)، نشان دهنده وجود ارتباط خطی بین میزان رضایت کلی با چهار مولفه نحوه اطلاع رسانی، سنجش اعتماد مراجعان، نحوه رفتار با ارباب رجوع، فضا و تجهیزات فیزیکی می‌باشد، ضریب تعیین بدست آمده برای آن (۰/۵۵۲) نشان دهنده توان تخمین خوب مدل رگرسیون می‌باشد. نتایج تفصیلی در جدول ۹، آورده شده است. برای مشخص شدن سهم و تاثیر هریک از مولفه‌ها در میزان رضایت با توجه به ضریب بتا تعیین شد که برای نحوه اطلاع رسانی (۰/۲۵۸)، سنجش اعتماد مراجعان (۰/۳۱)، نحوه رفتار با ارباب رجوع (۰/۲۴) و برای فضا و تجهیزات فیزیکی (۰/۲۳۱) می‌باشد که با توجه به آماره آزمون و سطح معنی داری بدست آمده (۰/۰۰۰) وجود همگی ضرایب در

مدل معنی دار است. که مدل ریاضی بدست آمده آن به صورت زیر می‌باشد. نتایج تفصیلی در جدول ۱۱، آورده شده است.

$$y = 0.258x_1 + 0.310x_2 + 0.240x_3 + 0.231x_4 + \varepsilon$$

جدول ۱۰: رگرسیون جهت پیش‌بینی مدل تاثیر مولفه‌های چهارگانه بروی رضایت کلی

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	Fمیزان	سطح معنی‌داری	آماره دوربین و تسون	R	R ²
رگرسیون	49227.160	4	12306.790	304.445	0.001	1.954	.743 ^a	.552
باقیمانده	39979.021	989	40.424					

جدول ۱۱: ضرایب رگرسیون مدل تاثیر مولفه‌های چهارگانه بروی رضایت کلی

متغیر وابسته	متغیرهای مستقل	ضریب بتا	ت‌میزان	سطح معنی‌داری	عامل تورم واریانس VIF	معیار آکائیک	معیار شورتز
رضایت مراجعان	X ₁ نحوه اطلاع رسانی	.258	10.965	.000	1.226	.۱ ۳۲۱	.۱ ۳۵۱
	X ₂ سنجش اعتماد مراجعان	.310	12.516	.000	1.357	1.02	1.022
	X ₃ نحوه رفتار با ارباب رجوع	.240	9.797	.000	1.329	1.25	1.261
	X ₄ فضا و تجهیزات فیزیکی	.231	9.924	.000	1.196	1.351	1.362

تحلیل نتایج حاصل از کاربرد تأیید مدل تحلیل شکاف فضاهای عمومی دریافت‌های

تاریخی شهر کرمانشاه

با توجه به اینکه اولین تحقیقی است (نگارنده بررسی‌های زیادی انجام داده که تحقیق مشابهی یافت نشد) که در مورد رضایتمندی زنان از کیفیت خدمات ارائه شده در فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه صورت گرفته است لذا در اینجا تلاش می‌شود که پژوهش حاضر به استناد مستندات موجود در حوزه رضایتمندی که صرفاً براساس مدل سروکوال در کشور انجام شده تجزیه و تحلیل شود.

با توجه به این که این تحقیق در وهله نخست به منظور تعیین میزان شکاف میان انتظارات ارباب رجوع از دریافت خدمت و ادراکات آنان از خدمات دریافت شده به اجرا در آمده، نتایج حاصل از تحلیل

اطلاعات نشان می‌دهند، فرضیات اختصاصی ۱-۱-۱- الی ۱-۴ مورد تأیید قرار نگرفت. این بدین معناست که فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت در شهر کرمانشاه در تمامی ابعاد چهار مولفه نحوه اطلاع‌رسانی، سنجش اعتماد مراجعان، نحوه رفتار با ارباب رجوع، فضا و تجهیزات فیزیکی نتوانسته‌اند خدمات مطلوب و در حد انتظار ارباب رجوع را ارائه دهند. که با تحقیق نجفی و همکاران (۹۳) و مدنی و همکاران (۱۳۹۰) همسو است. همچنین آماره آزمون نشان دهنده این است که شکاف ارائه خدمت میان ادراکات و انتظارات ارباب رجوع در ابعاد رضایت اعتماد مراجعان و رضایت از نحوه رفتار با ارباب رجوع عمیق‌تر است. عدم تأیید فرض اهم ۱ نیز بیانگر این است که در مجموع خدمات ارائه شده در فضای عمومی جهت گذران اوقات فراغت در بافت‌های تاریخی شهر کرمانشاه مورد تأیید مراجعان نیست و نمی‌تواند حس رضایتمندی را در آنان به صورت کامل ایجاد نماید.

نتایج حاصل از تحلیل اطلاعات در جهت بررسی فرض اهم ۲ بیانگر عدم تأیید این فرضیه است. این بدان مفهوم است که ابعاد کیفیت خدمات از دیدگاه مراجعان دارای ضریب یکسانی نیستند، به عبارت دیگر ارباب رجوع به برخی از این ابعاد اهمیت بیش‌تر و برخی از این ابعاد اهمیت کم‌تری قائل هستند. که این تحقیق با تحقیق زیویار و همکاران (۱۳۹۱) و زندوار (۱۳۷۹) همسو است.

با توجه به ضرایب همبستگی بین مولفه‌های تحقیق با میزان رضایت وجود رابطه مثبت و تأثیر مثبت این مولفه‌ها بر میزان رضایت مورد تأیید قرار گرفت. که در فرض اهم ۴ مدل برازش رگرسیونی و ضرایب تأثیر هریک از مولفه‌ها به دست آمد و بیانگر مناسب و معنی‌دار بودن مدل رگرسیونی و ضرایب آن می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

وضعیت بغرنج شهرنشینی و به دنبال آن مشکلات و نابرابری‌های آن، همچنین کاهش ساعات کاری، ضرورت برنامه‌ریزی در رابطه با تأمین نیازهای مبرم گروه‌های مختلف از طریق استفاده هرچه بیشتر از فضاهای عمومی را اجتناب‌ناپذیر خواهد نمود. لذا از این رو لازم است در برنامه‌ریزی‌های فضای عمومی و طراحی و امکانات آن به گونه‌ای پیش‌بینی گردد که فرصت ممکن در جهت رشد و پیشرفت جسمی، روانی، فرهنگی و اجتماعی افراد مهیا گردد و امکان بهبود و تسهیل فعالیت‌های فرهنگی و رو. ابط اجتماعی فراهم شود امری که شاید بتوان فضای‌های عمومی را به عنوان راه حل جهت نیل به اهداف مورد نظر و جلوگیری از هزینه‌های فراوان اجتماعی و اقتصادی مطرح کرد. البته فضاهای عمومی در صورتی ما را به این اهداف نزدیک می‌کند که میزان رضایت شهر وندان را فراهم کند. رضایت‌مندی موضوع چند بعدی و عوامل گوناگونی بر آن تأثیر دارند.

اگر چه رضایت و کیفیت خدمات دارای مشترکاتی هستند، لیکن به طور کلی رضایت‌مندی مفهوم گسترده‌تری نسبت به کیفیت دارد، چرا که کیفیت بر ابعاد خدمات تمرکز دارد. از این دیدگاه کیفیت به عنوان بخشی از رضایت‌مندی به حساب می‌آید. کیفیت خدمات نشانگر ادراکات مشتری از ابعاد خدمات

است، در حالی که رضایت‌مندی فراگیر تر بوده و مشتمل بر کیفیت خدمات، کیفیت محصول، قیمت و نیز عوامل موقعیتی و فردی است.

ادراکات، انتظارات و ترجیحات مشتریان از عوامل تعیین کننده رضایت مشتری به حساب می‌آیند به عبارتی، رضایت‌مندی و یا عدم رضایت از تفاوت بین انتظارات و ادراک مشتری از واقعیت شکل می‌گیرد. تفاوت بین آنچه که مراجع از ویژگی‌های کیفیت خدمات انتظار دارد و ارزیابی او از ویژگی خدمات دریافت، به بهترین نحوه رضایت را نشان می‌دهد (دیدگاه داد و ستد). امروزه سازمان‌ها و مراکز خدماتی جهت ایجاد رضایت‌مندی در مشتریان باید علاوه بر حذف دلایل نارضایتی‌ها و شکایت موجود، ارائه دهنده خدماتی با کیفیت عالی و جذاب باشند تا موجبات رضایت مشتریان را فراهم آورند.

نتایج حاصل از این تحقیق حاکی از آن است که مدل تحلیل شکاف و متناسب با آن تکنیک سروکوال راه حل مناسبی جهت رسیدن به نقطه تعادلی رضایت‌مندی ارباب رجوع است. این تکنیک با تحلیل شکاف بین انتظارات ارباب رجوع از خدمت دریافتی و ادراکات آنان در پی شکل‌گیری تلقی صحیحی از کیفیت خدمات را به خوبی برای تصمیم‌گیرندگان و بر نامه ریزان اوقات فراغت هویدا می‌سازد. وقتی انتظارات افراد محقق شود افراد گونه‌ای از رضایت را تجربه می‌کنند (نظریه روانکاوانه) بنابراین وقتی فرد پاداش که همان کیفیت خدمات مورد نظر می‌باشد را بدست‌آورد، این میزان پاداش در واقع درجه کیفیت خوب خدمات است که بر رضایت فرد موثر است (نظریه مبادله)

تحلیل نتایج بدست آمده نشان می‌دهد از جمله عواملی که می‌تواند شکاف موجود در بعد اطلاع‌رسانی را کاهش داده، موجب بهبود وضعیت کیفی در این بعد را باعث شود، توجه به اصول صحیح اطلاع‌رسانی و بهره‌گیری از وسایل ارتباطی کارآمد تر در این حوزه است. در بعد اعتماد مراجعان به فضاهای عمومی گذران اوقات فراغت انتظار دارند تا در این مراکز توانایی ارائه خدمات وعده داده شده را به شکل مطلوب داشته باشند.

آنان انتظار دارند مراکز عمومی گذران اوقات فراغت در شهر کرمانشاه وقتی کاری را تعهد می‌کنند آن را به درستی و با مسئولیت‌پذیری و نظم و انضباط انجام داده به حل مشکل مراجعان علاقمندی و تعهد نشان داده و خدمت خود را به خوبی ارائه نموده، خدمات وعده داده شده، در زمان مقرر ارائه گردند. ایمنی و امنیت، شرایط محیط مانند فضا و تجهیزات، روابط افراد بر اساس اعتماد از عوامل بهداشتی ایجاد کنند رضایت‌مندی است (نظریه دو عاملی هرزبرگ) در بعد تجهیزات و فضا نیز انتظار دارند که با بهره‌گیری از تجهیزات پیشرفته و به روز، جهت سرویس دهی به مرجعان، خوشایند بودن ظاهر امکانات فیزیکی، تمیز و مرتب بودن کادر این فضاها از نظر ظاهری و تمیز و پاکیزه بودن محیط فضاها مد نظر قرار گیرد.

منابع

- الوانی، مهدی. (۱۳۸۰)، **تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی**، تهران: انتشارات سمت.
- بلوری، زهرا. (۱۳۹۴)، **احیاء بافت فرسوده در جهت رسیدن به محلات پایدار با رویکرد نو شهرسازی (بافت فیض آباد)**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه.
- جعفر زاده، رضا. (۱۳۷۶)، **احیای بافت قدیم و ساختمان فرسوده قدیمی، مجموعه مقالات همایش تخصصی بافت‌های شهر**، تهران: انتشارات مسکن و شهرسازی.
- دلخواه، علی و دیواندری، علی. (۱۳۸۴)، **تدوین و طراحی مدلی برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان در صنعت بانکداری و اندازه‌گیری رضایت‌مندی مشتریان بانک ملت بر اساس آن، پژوهشنامه بازرگانی**، ۱۹۷-۲۰۰.
- دیویس، استنلی و دیوید کوچ. (۱۳۸۰)، **مدیریت کیفیت فراگیر نظریه‌ها، الگوهای اجرایی**، ترجمه: شهرام مقصود، چاپ اول، تهران: انتشارات اندیشه.
- رجب بیگی، مجتبی. (۱۳۷۷)، **ابعاد کیفیت در بخش دولتی، فصلنامه مدیریت دولتی**، مرکز آموزش مدیریت دولتی، شماره ۴۰، تابستان، صص ۸۴-۷.
- ریتزر، جرج. (۱۳۷۷)، **نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر**، ترجمه: محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- زندوار، پروانه. (۱۳۷۹)، **زن، اوقات فراغت در شهر اصفهان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ف دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد.
- زیویار، فرزاد و ابراهیمی، حسن. (۱۳۹۰)، **مروری بر نتایج سنجش میزان رضایت‌مندی ارباب رجوع از دستگاه‌های اجرایی استان اصفهان در سال ۱۳۸۹**، استانداری اصفهان.
- زیویار، فرزاد و علوی، ابوالقاسم. (۱۳۹۰)، **سیزدهمین جشنواره شهید رجایی با نگاهی به نتایج ارزیابی عملکرد سال‌های ۸۲ تا ۸۸ دستگاه‌های اجرایی استان اصفهان**.
- علوی زاده، سید امیر. (۱۳۸۷)، **بررسی چگونگی نحوه گذران اوقات فراغت بانوان شهر کاشمر، فصلنامه جمعیت**، تهران، شماره ۶۴-۶۳، بهار و تابستان.
- سعیدی رضوانی، نوید و سینی چی، پیروز. (۱۳۸۶)، **مشهد و اوقات فراغت، فصلنامه‌ی جستارهای شهرسازی**، شماره ۲۲-۲۳، صص ۱-۶.
- سفیری، خدیجه، مدیری، فاطمه. (۱۳۸۹)، **تفاوت‌های جنسیتی در اوقات فراغت، نشریه تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری اجتماعی**، شماره ۵۹.

- قادری، طاهره و شفیعی، سمیه سادات. (۱۳۹۰)، عوامل مرتبط با رضایت‌مندی زنان از چگونگی گذران اوقات فراغت، فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۵۲.
- کاوسی، سید محمد و شقایقی، عباس. (۱۳۸۴)، روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری، تهران: انتشارات سیزان
- کورمن، آبراهام. (۱۳۷۰)، روانشناسی صنعتی و سازمانی، ترجمه: حسین شکرشکن. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد.
- کلانتری، خلیل. (۱۳۸۲)، پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی، تهران: نشر شریف.
- گراوز، رابرت م.، فلویید ج. فولد و همکاران. (۱۳۸۷)، روش‌شناسی آمارگیری، ترجمه: محمد صالحی، محمدمبین جمال زاده، تهران: پژوهشکده آمار.
- گری آرمسترانگ، فلیپ کاتلر. (۱۳۸۴)، مدیریت بازاریابی ترجمه: بهمن فروزنده، انتشارات آتروپات.
- لاولاک، کریستوفر، لارن، رایت (۱۳۸۵)، اصول و مدیریت بازاریابی خدمات، ترجمه بهمن فروزنده، نشر آموزه
- محسنی، منوچهر و پرویز صالحی. (۱۳۸۲)، رضایت اجتماعی در ایران. تهران: آرون.
- محمدزاده، عباس و آرمن مهری. (۱۳۷۵)، رفتار سازمانی «نگرش اقتصادی». تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مدنی پور، علی. (۱۳۷۹)، طراحی فضای شهری، ترجمه: فرهاد مرتضایی، تهران: انتشارات شرکت پردازش و برنامه‌ریزی.
- مدنی، بهناز و اذانی، مهری. (۱۳۹۰)، بررسی مرکز گذران اوقات فراغت زنان در مناطق ۵ و ۶ اصفهان با استفاده از مدل‌های عوامل استراتژیک، مجله علمی - تخصصی برنامه ریزی فضایی، شماره ۳. ص ۱۱۳-۱۰۷.
- وحدتی، الهام. (۱۳۸۵)، بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان بانک کشاورزی و پارسیان در شهر اصفهان. اصفهان: پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه اصفهان: دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- نائلی، محمدعلی. (۱۳۷۳)، انگیزش در سازمان‌ها، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران.
- نتر، جان، واسرمن، ویلیام. (۱۳۸۶)، آمار کاربردی، ترجمه: علی عمیدی. مرکز نشر دانشگاهی، سال چهارم.

- نجفی، رامین؛ خراسانی، اباصلت و محمدی، رضا. (۱۳۹۳)، ارزیابی کیفیت خدمات آموزشی بر اساس مدل سروکوال، فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، سال ۴، شماره ۶.

- Abdel – Tawab, N and D. Roter (2002). "The relevance of clientcentered communication to family planning setting in developing countries: lessons from the Egyptian experience. " **Social Science and Medicine.** , No. 54, pp 1357-1368.

- Aldana, J. M et al. , (2001). "Client satisfaction and quality of care in rural Bangladesh. " **Bulletin of the World Health Organization.** , Vol. 79. No. 6, pp. 512-517.

- Alden, D et al. , (2004). "Client satisfaction with reproductive healthcare quality: integrating business approaches to modeling and measurement. " **Social Science and Medicine.** , No. 59, pp. 2219-23.

- Asubonteng. P, McLeary. K. J, Swan. J. E,) 1996(SERVQUAL revisited: a critical review of service quality, **Journal of Services Marketing**, Vol. 10 No.. 6, pp. 62-81.

- Conca, F. J. et al, (2004) , Development of a measure to assess quality management in ertified firms, **European journal of operational research**, (156) , pp. 683-697.

- Gronroos, A,(2001) , "**Services Qualification In Banking**"

- Krishna Sunder (2009) , Employee satisfaction, customer satisfaction, and financial performance: An empirical examination. **International Journal of Hospitality Management** 28. pp245–253.

- Hill, Nigel & Hampshire, Crower. , (1996) , **Hand Book of Costomer Satisfaction, USA.**

- Koontz, H. John, C. , (1986) , **Essentials Of Management,Singapour: McGraw Hill.**

- Krejcie, R, & Morgan, D. , (1970) , Determining sample Size For Research Activities, **Educational And Psychological Measurement**,(30) , pp. 607-610.

- kanji, Roy,(1998) ,"**Bank Marketing a Handbook For Branch Bankers**" , West Publishing, Lndon.

- Kotler, Phlip, (1995) , "**Marketing Management**" Analysis &Decision, Prentic Hall, 8th End

- Mignon, Ingrid & He, Hui. (2005), **The Impact of Customer Orientation on the Business Strategies: the Customisation Case of Nestlé on French and Chinese Dairy Markets**, Linköping University, Department of Management and Economics.

- Stephen, M. (2003), **New urbanism: An Introduction Built environment**, vol. 29, No,3 ,PP189-192.

- Lasser A. (2000), **Superior Custom Service & Marketing Excellence" Scienza & Business**, Anno 31,n, 9-10.

- Parasuraman A. Zeithaml V. (1991), " **Understanding Customer Expectations of Service**", Sloan Management Review, Vol 32, No 30.

- Park, Meredith. (2009), **Customer satisfaction: a comparison of community college and department of employment security operated WIN Job centers in Mississippi**. Phd issertation. Mississippi: Mississippi State University .

- Stephen, M. (2003), **New urbanism: An Introduction Built environment**, vol. 29, No,3 ,PP189-192

Vengner, Lisa & Alen j ,Flisher Martie Muller&Cural, Lombard. (2006), **Leisure Boredom and Substance use among High school students in South Africa**, **journal of Lesure Research** , vol,38,No2,p 249-266.

Zismel A. parasoraman V& berry, b, (2005) , " **A Conceptual Model of Service Quality**", **Journal Of Marketing**, Vol 49, No 40.

