

مقدمه

در سازمان‌ها غالباً دو پرسش، قاب توجه است که آیا کارهای انجام‌گرفته درست انجام شده است، یا اینکه آیا روش اجرای آن کارها درست است کیفیت از طریق فرایند خدماتی که توسط هر سازمان به کار می‌روند، مشخص می‌شوند (اولکن، ۱۳۸۴). تحلیل آماری صحیح، پایه و اساس برداشت درست و نتایج قابل اطمینان در هر طرح تحقیقاتی است. در بسیاری از موقع، با استفاده از روش‌های نادرست، نتایجی دور از واقعیت و حتی متناقض از واقعیت حاصل می‌گردد. بنابراین اولین گام در تحلیل آماری، تشخیص آزمون و روش صحیح جهت تجزیه و تحلیل است.

پژوهشگران بر این موضوع تأکید داشته‌اند که از مهمترین عوامل تعیین کننده رضایت مشتریان و درنتیجه وفاداری آنها، کیفیت خدمات سازمان است (Zeithaml, 2002) عدم استفاده مدیران از ابزارها و روش‌های مناسب برای درک نیازها و انتظارهای مشتریان موجب هدر رفتن منابع و نیز روی گردانی مشتریان از سازمان خواهد شد؛ ازین‌رو استفاده از ابزارهای مدیریت ارتباط با مشتری برای طراحی محصولات و ارائه‌ی خدمات مناسب با نیازها و خواسته‌های مختلف از مشتریان تبدیل به ضرورت برای سازمان‌ها شده است یکی از ابزارهای مدیریت ارتباط با مشتریان تحلیل اهمیت-عملکرد است که با استفاده از آن ویژگی‌های خدمت بر پایه انتظارها و ادراک‌های مشتریان اولویت‌بندی می‌شوند (Pezeshki, 2009). بر پایه نتایج تحلیل اهمیت-عملکرد می‌توان در جهت تشخیص منابع سازمان برای بهبود کیفیت ویژگی‌های خدمت که در اولویت قرار دارند، تلاش کرد تا از این طریق رضایت و وفاداری مشتریان را به حداقل رساند. (حسینی، ۱۳۹۱)

پیشینه پژوهش

در این بخش به برخی پژوهش‌های داخلی و خارجی در زمینه موضوع پرداخته می‌شود. پژوهشی برای ارزیابی عملکرد فرایند شرکت‌های پویا به کار رفته است که به وسیله مدل‌های ارزیابی فعالیت بر اساس هزینه و فعالیت بر اساس مدیریت به ارزیابی شش نوع فرایند جریان منابع، جریان هزینه، جریان اطلاعات محصول، جریان نقدینگی، جریان فعالیت در بخش ساخت و تولید شرکت‌ها پرداخته است (ونان و همکاران، ۲۰۰۶). در تحقیقی دیگر با عنوان عوامل انتخاب هتل در صنعت هتلداری هنگ‌کنگ با رویکرد تحلیل اهمیت-عملکرد به بررسی و اولویت‌بندی عوامل انتخاب هتل از نظر مسافران کاری و مسافران گردشی پرداخته است و با توجه به اهمیت عوامل از نظر مسافران و عملکرد عوامل از نظر آنها، عوامل مذکور را به عنوان مشخصه‌ها در چهار بخش طبقه‌بندی و در مورد اولویت آنها تحلیل و بحث کرده است (رایموند، ۲۰۰۰). بهمنش و همکارانش در سال ۱۳۸۹ از این روش برای اولویت‌بندی فرآیندهای قابل بهبود سرمایه انسانی در شرکت پالایش نفت اصفهان، حسینی و همکارانش در سال ۱۳۸۸ از این روش در بازار خدمات تلفن همراه استان یزد، دلگشاپی و همکارانش در سال ۱۳۸۹ از این روش برای گردشگری پزشکی استان تهران استفاده نمودند. همچنین در سال ۱۳۹۰ خلیفه و همکارانش برای ارزشیابی و تضمین کیفیت در بادگیری الکترونیکی از مدل اهمیت-عملکرد استفاده نمودند.

معرفی ماتریس تحلیل اهمیت-عملکرد: این ماتریس ابزاری آماری است که می‌توان از آن در اولویت‌بندی طرح‌های بهبود استفاده کرد. جیمز و مارتیلا در سال ۱۹۷۷ در مقاله‌هایی با عنوان "تحلیل اهمیت عملکرد" خاطر نشان ساختند که چگونه می‌توان از این ماتریس در اولویت‌بندی پژوهش‌ها استفاده کرد. در این مدل از دو معیار اهمیت از نظر مشتری و عملکرد سازمان استفاده شده است. در روش ماتریس اهمیت-عملکرد اولویت با طرح‌های بهبودی خواهد بود که عملکرد سازمان در آن نواحی بسیار ضعیف است در حالی که این موارد برای مشتریان سازمان از اهمیت بسیار زیادی برخوردارند (گگ، ۲۰۱۲ آذر، ۱۳۸۵).

داده‌های عملکرد و اهمیت به صورت دو بعد جداوله در محور مختصات ترسیم می‌شوند به طوری که داده‌های اهمیت بر محور Y و داده‌های عملکرد بر محور X قرار می‌گیرند. سپس چهار ناحیه که در ذیل توصیف می‌گردد، بر روی ناحیه مختصاتی مشخص می‌شوند (زیگلر، ۲۰۱۲ گنگ، ۲۰۱۲ فرام، ۲۰۰۴ کیچیروئن، ۲۰۰۴). شکل ۱ ماتریس اهمیت عملکرد را نشان می‌دهد.

اهمیت	ناحیه ۲	ناحیه ۱
	نگهداری مزایایی- رقابتی- اهمیت زیاد- عملکرد قوی	تمرکز برای بهبود- اهمیت زیاد- عملکرد ضعیف
ناحیه ۴	ناحیه ۳	اولویت پایین- اهمیت کم- عملکرد ضعیف
	عملکرد	اولویت پایین- اهمیت کم- عملکرد ضعیف

شکل ۱- ماتریس تحلیل اهمیت- عملکرد و نواحی تحلیلی(کیچیروئن، ۲۰۰۴)

در ناحیه ۱، اهمیت فرایند بسیار بالا، ولی عملکرد فرایند ضعیف است، بنابراین فرایندهای این بخش آسیب‌پذیرند و باید در اولویت بهبود قرار گیرند. در ناحیه ۲، اهمیت فرایند بسیار بالا و عملکرد فرایند قوی است، بنابراین فرایندهای این بخش به عنوان مزیای رقابتی، نگهداری و مورد توجیه بیشتری قرار می‌گیرند. در ناحیه ۳، اهمیت فرایند کم و عملکرد فرایند ضعیف است، بنابراین فرایندهای این بخش نیازمند، هیچ گونه سرمایه‌گذاری اضافی نیست و ناحیه ۴ منطقه‌ای است که در آن اهمیت فرایند کم ولی عملکرد فرایند بسیار قوی می‌باشد، بنابراین فرایندهای این بخش موجب اسرارا در سازمان هستند و باید به گونه‌ای حذف شوند یا از آنها بهره برداری مناسب انجام گیرد (ربانی مهر، ۱۳۸۸).

تعیین محل دقیق فرایندها یا داده‌ها در چهار ناحیه ماتریس تحلیل اهمیت-عملکرد فقط به میانگین اهمیت‌ها و عملکردهای فرایند از دیدگاه پرسشن شوندگان بستگی دارد. آنچه که جایگاه نقاط پراکندگی در ماتریس تحلیل اهمیت-عملکرد به میانگین در نمونه‌ها وابسته است، بنابراین ممکن است به علت خطا نمونه گیری، نوعی تنوع پذیری در جایگاه نقاط پراکندگی در خوش‌های، ایجاد شده باشد. برای نمونه، در برخی از نقاط مرزی نزدیک به میانگین نمی‌توان به طور قطعی تعیین کرد که آن داده در کدام خوشه قرار خواهد گرفت. به همین علت برای قضایت درست در تعیین محل نقاط پراکندگی و ایجاد ماتریس اهمیت-عملکرد اثربخش و تبدیل آن از رویکرد سنتی به توسعه یافته فاصله اطمینان-محور، منطق به کارگیری فواصل اطمینان بر اساس حجم نمونه مورد مطالعه، در راستای کاهش تنوع و بهبود تضمیم‌گیری و ایجاد نتایج اثربخش پیشنهاد می‌گردد (هونیگ و وهمکاران، ۲۰۰۹).

تفسیر یافته‌ها بر اساس ماتریس تحلیل اهمیت-عملکرد:

با توجه به نتایج میانگین عملکرد و اهمیت هر فرایند یا داده، ماتریس تحلیل اهمیت-عملکرد را تشکیل می‌دهیم. شایان ذکر است که میانگین اهمیت و عملکرد کلیه فرایندها در ماتریس، تعیین کنند مرز چهار ناحیه تحلیلی فرایندها است. با توجه به داده‌ها به تفکیک و تحلیل هر یک از نواحی چهارگانه و وضعیت فرایندها در آن می‌پردازیم:

۱- فرایندهای آسیب‌پذیر و اولویت دار برای بهبود (ناحیه اول): تعداد داده‌هایی که با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکرد ضعیف تر از میانگین عملکرد فرایندها بسیار آسیب‌پذیر بوده، باید در اولویت بهبود قرار گیرند، بنابراین با توجه به اختلاف بیشتر داده‌ها به تفکیک و تحلیل عملکرد در اولویت بالاتری قرار می‌گیرند.

۲- فرایندهای یا داده‌های خوب و مزایای رقابتی (ناحیه دوم): تعداد داده‌هایی با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکرد قویتر از میانگین عملکرد فرایندها، به عنوان فعالیت‌های خوب و مزایای رقابتی سازمان بوده، باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند. بنابراین ابتدا با توجه به معیار عملکرد قویتر و سپس معیار اهمیت بیشتر در اولویت بالاتری برای توجه سازمان قرار می‌گیرند.

۳- فرایندهای بدون اولویت برای بهبود (ناحیه سوم): تنها مدیریت فرایند گزارش دهی با اهمیت پایین تر از میانگین اهمیت و عملکرد ضعیف تر از میانگین عملکرد فرایندها در اولویت پایین قرار دارد، و نیازمند هیچ گونه سرمایه‌گذاری اضافی نیست. بنابراین هیچ گونه نگرانی برای آن وجود ندارد، این انتظار می‌رود که منابع کمتری از لاحاظ تلاش و توجه و زمان برای تمرکز و اجرای فرایند فوق الذکر صرف شود.

۴- فرایندهای موجب اتلاف منابع سازمان (ناحیه چهارم): تعداد داده‌هایی با اهمیت پایین تر از میانگین اهمیت و عملکرد قویتر از میانگین عملکرد فرایندها موجب اتلاف منابع بوده، باید به گونه‌ای مناسب‌تر از آنها بهره برداری انجام گیرد، به عبارت دیگر، تلاش‌های سازمان برای اجرای فرایندهای ای ناحیه باید طی استانداردهای موجود باشد و از تخصیص هرگونه منبع اضافی اکیداً خودداری شود. (کیچروئن، ۲۰۰۴). تحلیل اهمیت-عملکرد با یک مدل سازی ساده، خوش بندی مناسبی ایجاد می‌کند و وضعیت فرایندها را در چهار خوشه مطالعه و تحلیل می‌کند نسبت به AHP که تنها فرایندها را اولویت بندی کرده و به مطالعه خوشه‌ای آنها نمی‌پردازد، توسعه یافته تر است (بهمنش، ۱۳۹۱). تحلیل اهمیت-عملکرد به منظور اولویت بندی فرایندها و برای بهبود، یک سیستم ارزیابی عملکرد فرایندی برای عرضه یابی فرایندهای آن و سیس اولویت بندی آنها برای بهبود اجرا می‌شود.

همانطور که قبل که ذکر شد مدل اهمیت-عملکرد به دلیل سادگی و سهولت کاربرد آن از زمانی که مارتیز و جیمز در سال ۱۹۷۷ آن را به عنوان چارچوبی برای تحلیل دیدگاه‌های مشتریان نسبت به ویژگی‌های برجسته محصول یا خدمت ارائه نمودند، محبوبیت زیادی یافت (چی؛ ۸۵؛ ۲۰۰۵). از دلایل اهمیت آن، توجه همزمان به اهمیت و عملکرد محصول است. شکل ۲ راهبردهای ماتریس اهمیت عملکرد را نشان می‌دهد.

ربع اول راهبرد کانون توجه	ربع دوم راهبرد حفظ
ربع چهارم راهبرد اولویت پایین	ربع سوم راهبرد کاستن

شکل ۲: شبکه اهمیت-عملکرد (چی؛ ۸۵؛ ۲۰۰۵)

یافته‌ها

داده‌های استفاده شده در این تحقیق گردشگران داخلی و خارجی ورودی به شهر همدان در یک برهه زمانی یک ماه می‌باشد. جامعه آماری تحقیق در مجموع گردشگران داخلی و خارجی ۱۳۸ نفر می‌باشد که شامل ۹۰ گردشگر داخلی و ۴۸ گردشگر خارجی است که اطلاعات آن از طریق تهیه پرسش نامه حاصل گردید. ابتدا جاذبه‌های شهر همدان را بصورت جدول زیر تقسیم بندی گردید. و با توجه به پرسشنامه

تدوین گردیده، اطلاعات هر کدام از جاذبه‌ها با نرم افزار SPSS تحلیل و در ادامه در قالب مدل اهمیت - عملکرد ارائه گردید.

این جاذبه‌ها به سه دسته جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و انسان‌ساخت تقسیم شدند و هریک از این دسته‌ها در خود تعدادی از جاذبه‌های گردشگری شهر همدان را جای دادند. متناسبانه از میان تمام آثار جذب گردشگر فقط چهار اثر دارای باجه فروش بليط می‌باشد. به همين دليل فقط می‌توان اين چهار اثر را با هم مقاييسه نمود. هرچند با توجه به پرسشنامه‌ها، نموادرات‌هاي آماري نشان دادند که از ميان سه جاذبه تاریخی، طبیعی و انسان ساخت فقط جاذبه تاریخی برای گرشگران مهم بوده‌اند. ما جاذبه‌های تاریخی را به دو دسته جاذبه‌های مذهبی و جاذبه‌های تاریخی باستانی تقسیم نمودیم. در میان جاذبه‌های دوره تاریخی مقبره استرو مردخای در بین گردشگران داخلی خارجی اولیوت اول می‌باشد و بعد از آن تپه هگمتانه و آرامگاه بوعالی سینا در اولیوت دوم می‌باشد، این درحالی است که در میان گردشگران داخلی سهم جاذبه‌های تاریخی (تاریخی - اسلامی) ۵۲/۹ درصد، آرامگاه بوعالی و کتبیه گنج نامه ۱۲/۲ درصد و ۷۷/۱۷ درصد سهم تپه هگمتانه، کتبیه گنج نامه و سنگ شیر به صورت مشترک است. برآیند اين پژوهش بيانگر اين نکته است که از بين آثار جاذب گردشگر در شهر همدان فقط جاذبه‌های تاریخی عامل جذب گردشگر چه از حیث گردشگر داخلی و چه خارجی می‌باشد.

با توجه به آمارهای که از پرسشنامه‌ها به دست آمد از مجموع ۱۳۸ گردشگر، سهم گردشگران داخلی ۶۵/۲ درصد و ۳۴/۸ درصد سهم گردشگران خارجی می‌باشد. از لحاظ تحصیلات گردشگران بیسوساد ۲/۲ درصد، گردشگران زیر دیپلم ۴۹/۳ درصد و ۴۸/۶ درصد دارای تحصیلات دانشگاهی می‌باشند که سهم گردشگران خارجی ۷۵ درصد است. در مجموع گردشگران داخلی و خارجی درصد زن و ۴۹/۳ درصد مرد هستند. اماز به دست آمده از سن گردشگران داخلی و خارجی نشان از ۷۱/۴ درصد بالاتر از ۴۷/۱ در سن دارد. این در حالی است که ۳۶/۲ درصد بین ۵۰-۵۵ سال و ۱۷/۴ درصد زیر ۲۵ سال می‌باشد که تمام آنها گردشگران داخلی هستند.

از نظر منبع اطلاعاتی در مورد شهر همدان ۱۳ درصد از طریق دوستان و آشنايان و ۵۲/۲ درصد از طریق رسانه‌های جمعی ۲۱ درصد از طریق مراکز راهنمایی گردشگری و ۱۳/۸ درصد از طریق آزادس‌های مسافرتی با آثار گردشگری همدان آشنا شده بودند. نمودار انگیزه سفر نشان می‌دهد که ۷۴/۶ درصد گردشگران وجود آثار تاریخی و ۲۵/۴ درصد گردشگران قرار گرفتن همدان در مسیر سفر را دلیل سفر خود به شهر همدان ذکر نمودند. باید اشاره کرد از بین گردشگران جاذبه‌های تاریخی ۱۰/۹ درصد فقط جاذب دوره تاریخی (که شامل تپه هگمتانه، کتبیه گنج نامه و سنگ شیر بود) را اولویت نخستین سفر خود ذکر نموده‌اند. ۵۲/۹ درصد فقط دوره تاریخی - اسلامی (که شامل تپه هگمتانه، کتبیه گنج نامه، سنگ شیر و مقبره استرو مردخای به عنوان جاذبه‌های دوره تاریخی و آرامگاه بوعالی سینا، آرامگاه باباطاهر، گنبد علویان، و برج قربان به عنوان جاذبه‌های دوره اسلامی) را اولویت نخستین سفر خود ذکر نموده‌اند. همچنین ۹/۴ درصد دليل سفر خود به شهر همدان را تپه هگمتانه و آرامگاه بوعالی سینا و ۱/۶ درصد تپه هگمتانه، آرامگاه بوعالی سینا و مقبره استرو مرد خای ذکر نموده‌اند. در واقع این درصد فقط شامل گردشگران خارجی می‌باشد. همچنین باید اشاره کرد که از بین این سه اثر مقبره استرو مردخای دليل اصلی بيان شد. به عبارت دیگر از بین ۴۸ گردشگر خارجی ۳۶ گردشگر دليل اصلی سفر به همدان را دیدن مقبره استرو مردخای ذکر نمودند که برابر با ۷۵ درصد کل گردشگران خارجی است.

با توجه به داده‌ها به تفکیک و تحلیل هر یک از نواحی چهارگانه و راهبرد مربوطه می‌پردازیم:

۱- فرایندهای آسیب‌پذیر و اولویت‌دار برای بهبود (ناحیه اول): تعداد داده‌های که با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکردی ضعیفتر از میانگین عملکرد فرایندها بسیار آسیب‌پذیر بوده، باید در اولویت بهبود قرار گیرند. بنابراین با توجه به اختلاف بیشتر داده آماری اهمیت و عملکرد در اولویت بالاتری قرار می‌گیرند. این داده‌ها شامل تپه هگمتانه، شیر سنگی، مقبره استرو و مردخای، و جاذبه‌های اقتصادی می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد کانون توجه است.

۲- فرایندهای خوب و مزایای رقابتی (ناحیه دوم): تعداد داده‌های با اهمیت بالاتر از میانگین اهمیت و عملکردی قوی‌تر از میانگین عملکرد فرایندها، به عنوان فعالیت‌های خوب و مزایای رقابتی سازمان بوده، باید مورد توجه بیشتری قرار گیرند. بنابراین ابتدا با توجه به معیار عملکرد قوی‌تر و سپس معیار اهمیت بیشتر در اولویت بالاتری برای توجه سازمان قرار می‌گیرند. این داده‌ها شامل آرامگاه بوعالی سینا، آرامگاه باباطاهر، گنبد علویان و گنجنامه می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد حفظ است.

۳- فرایندهای بدون اولویت برای بهبود (ناحیه سوم): تنها مدیریت فرایندهای گزارش‌دهی با اهمیت پایین‌تر از میانگین اهمیت و عملکردی ضعیفتر از میانگین عملکرد فرایندها در اولویت پایین قرار دارد و نیازمند هیچ‌گونه سرمایه‌گذاری اضافی نیست. بنابراین هیچ‌گونه نگرانی

برای بهبود آن وجود ندارد، این انتظار می‌رود که منابع کمتری از لحاظ تلاش و توجه و زمان برای تمرکز و اجرای فرایند فوق‌الذکر صرف شود. این داده‌ها شامل جاذبه‌های مذهبی، جاذبه‌های تفریحی مصنوعی می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد کاستن است.

۴- فرایندهای موجب اتلاف منابع سازمان (ناحیه چهارم): تعداد داده‌ها با اهمیت پایین‌تر از میانگین اهمیت و عملکردی قوی‌تر از میانگین عملکرد فرایندها موجب اتلاف منابع بوده، باید به گونه‌ای مناسب‌تر از آنها بهره‌برداری انجام گیرد، به عبارت دیگر، تلاش‌های سازمان برای اجرای فرایندهای ناحیه باید طی استانداردهای موجود باشد و از تخصیص هرگونه منبع اضافی اکیداً خودداری شود. این داده‌ها شامل تپه پیسا، برج قربان و جاذبه‌های فرهنگی می‌باشند که راهبرد صورت گرفته برای آن راهبرد اولویت پایین است.

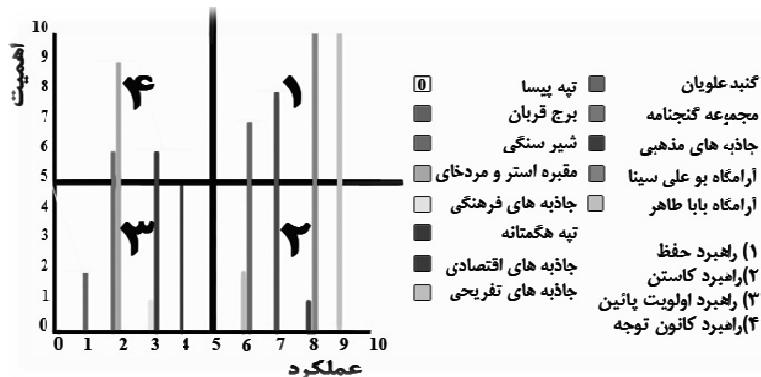
جدول ۲: تحلیل جاذبه‌های شهر همدان بر اساس تکنیک اهمیت-عملکرد

راهبرد کانون توجه	راهبرد حفظ
تپه هگمتانه- شیرسنگی مقبره استر و مردخای- جاذبه‌های اقتصادی	آرامگاه باباطاهر- آرامگاه بوعلى گنجنامه- گنبد علویان
راهبرد اولویت پایین	راهبرد کاستن
برج قربان- تپه پیسا- جاذبه‌های فرهنگی	جادبه‌های مذهبی- جاذبه‌های تفریحی و مصنوعی

جدول ۳: تحلیل جاذبه‌های شهر همدان بر اساس نظر گردشگران

لازمه توجه	کسب درآمد در جهت توسعه گردشگری	عملکرد (توجه نهادهای زیریط)	اهمیت از دید گردشگر	جادبه‌های گردشگری	
۳	۲	۸	۱	جادبه‌های مذهبی	۱
۵	۳	۶	۲	جادبه‌های تفریحی مصنوعی	۲
۲	۲	۳	۱	جادبه‌های فرهنگی	۳
۷	۶	۴	۵	جادبه‌های تجاری اقتصادی	۴
۳	۰	۰	۰	تپه پیسا	۵
۸	۷	۳	۶	تپه هگمتانه	۶
۹	۷	۷	۸	مجموعه گنجنامه	۷
۶	۳	۲	۶	مجسمه سنگ شیر	۸
۹	۸	۲	۹	مقبره استر مردخای	۹
۱۰	۹	۸	۱۰	آرامگاه بوعلى سینا	۱۰
۱۰	۹	۹	۱۰	آرامگاه باباطاهر	۱۱
۷	۵	۶	۷	گنبد علویان	۱۲
۴	۲	۱	۲	برج قربان	۱۳

نمودار ۱: تحلیل جاذبه‌های شهر همدان بر اساس ماتریس اهمیت - عملکرد



نتیجه‌گیری

محاسبه اهمیت ویژگی‌ها از مهم‌ترین مراحل تحلیل اهمیت - عملکرد به شمار می‌آید که توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده و آنها را تشویق به استفاده از روش‌ها و رویکردهای متفاوتی در این زمینه کرده است. روش‌های برآورد و شناسایی اهمیت ویژگی‌ها را می‌توان در دو دسته کلی جای داد. دسته اول، روش‌های به اصطلاح صریح یا مستقیم هستند که در آنها به صورت مستقیم از مشتریان خواسته می‌شود، ویژگی‌ها را از دیدگاه خود اهمیت‌دهی کنند. دسته دوم، روش‌های ضمنی هستند که در آنها اهمیت هر ویژگی را به صورت غیرمستقیم و از طریق شناسایی تأثیر عملکرد آن ویژگی بر میزان رضایت کلی یا قصد خرید مشتری با استفاده از روش‌های آماری و داده کاوی محاسبه می‌کنند. برخی از پژوهشگران به این نکته اشاره کرده اند که استفاده از نظرات مستقیم مشتریان در محاسبه اهمیت ویژگی‌ها، قابلیت پیش‌بینی و اعتبار تحلیل اهمیت - عملکرد را کاهش خواهد داد. از سوی دیگر روش‌های آماری مرسوم مانند رگرسیون و معادلات ساختاری دارای محدودیت‌ها و پیش‌فرض‌هایی مانند نرمال بودن داده‌ها، وجود رابطه خطی بین متغیرهای مستقل ووابسته و عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل هستند و از آنجا که در پژوهش‌های مرتبط با پیش‌بینی نگرش و رفتار مشتریان نمی‌توان از وجود تمام این فرضیه‌ها اطمینان داشت، استفاده از این روش‌ها در محاسبه اهمیت ویژگی‌ها، نتایج معتبر و قابل اعتمادی را به دنبال نخواهد داشت و مدل تحلیلی اهمیت-عملکرد می‌تواند به عنوان جایگزین مناسب برای این روش‌ها مورد استفاده قرار بگیرد.

فهرست مراجع

۱. آذر، عادل، توکلی، غلامرضا. (۱۳۸۵). توسعه مدل تعالیٰ بنیادکیفیت اروپا: طراحی یک مدل غربالگری فازی برای انتخاب مساله‌های کلیدی در سازمان‌های صنعتی ایران، *فصلنامه علوم مدیریت*. ۴.
۲. اکلن، جان. (۱۳۸۴). تعالیٰ سازمانی فرآگیر: دستیابی به عملکرد کلان جهانی، ترجمه محسن الوندی، تهران: رسای، ۸۵.
۳. بهمنش، رضا، زارع مهرجردی، بیهی، اولیاء، محمدصالح (۱۳۸۵) اولویت‌بندی فرآیندهای قابل بهبود سرمایه انسانی در شرکت پالایش نفت اصفهان بر اساس PCF با رویکرد IPA امیریت تولید و خدمات، دوره سوم، پیاپی(۴)شماره (۴)، بهار و تابستان.
۴. حسینی، سیدیعقوب، بحرینی زاده، منیزه، ضیائی بیده، علیرضا (۱۳۹۱). تحلیل اهمیت-عملکرد ویژگی‌های خدمت بر پایه بخش بندی مشتریان با رویکرد داده کاوی: پژوهشی در بازار خدمات تلفن همراه در استان بیزد، *فصلنامه علوم مدیریت*، دوره ۴، شماره ۱۳، زمستان ۱۳۹۱.
۵. ربانی مهر، مهرداد (۱۳۸۸) اولویت‌بندی و تحلیل توانمندسازهای مدل EFQM با استفاده از رویکرد QFD. *پایان نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه اصفهان.
6. Chi, G. (2005). A study of developing destination loyalty model ,Doctoral Dissertation , Okhahama state university,85
7. Geng , Xiuli, & Chu, Xueling. (2012). "A new importance–performance analysis approach for customer satisfaction evaluation supporting PSS design". *Expert Systems with Applications*,. 39,. 1492-1502.
8. Hsin-Hung Wua, Jiunn-I Shieh. (2009). "The development of a confidence interval-based importance–performance analysis by considering variability in analyzing service quality". *Expert systems with applications*, 36 (3),. 7040-7044.
9. Kitcharoen, K. (2004). "The importance performance analysis of service quality in administrative departments of private universities in Thailand". *ABAC Journal*, 24(3),. 20-46.
10. Pezeshki V., Mousavi A. (2009), Grant S. Importance-performance analysis of service attributes and its impact on decision making in the mobile telecommunication industry. *Measuring Business Excellence* 2009; 13(1): 82 – 92.

بررسی اثر کیفیت محیطی بر میزان مشارکت شهروندان در اجرای طرح‌های توسعه شهری (نمونه مطالعاتی: شهر کرمانشاه)

معصومه بهادری نژاد*, بهرام ابراهیمی زنگنه**, آرش یخچالی***

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۶/۱۱

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۲/۱۱/۱۰

چکیده

تحقیق حاضر سعی دارد با استفاده از نظریات موجود در مورد کیفیت محیطی و نیز دیدگاهها و رویکردهای نظری در مورد مشارکت شهری، اثر کیفیت محیطی بر میزان مشارکت شهروندان در اجرای طرح‌های توسعه شهری را مورد بررسی قرار دهد و به بررسی معناداری رابطه بین معیارهای کیفیت محیطی (شفافیت و پاسخگویی، عدالت اجتماعی، آگاهی شهری، اعتقاد اجتماعی و کارآیی و اثر بخشی) به عنوان متغیر مستقل با متغیر وابسته میزان مشارکت شهروندان در اجرای طرح‌های توسعه شهری پرداخته است. روشنی که در این پژوهش برای بررسی میزان صحت فرضیه‌ها مورد استفاده قرار گرفته، روش پیمایش است. برای گردآوری اطلاعات نیز از تکنیک «پرسشنامه ساخت یافته» استفاده شده است. شیوه نمونه‌گیری این مطالعه، نمونه‌گیری خوش‌های چند مرحله‌ای می‌باشد و برای بررسی روابط بین متغیرها از ضربی همبستگی پرسون استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد رابطه معناداری میان عوامل دخیل در کیفیت محیط و افزایش مشارکت مردمی وجود دارد. مقاله در انتهای سعی می‌کند پیشنهاداتی را برای افزایش این رابطه معنادار و به کارگیری آن جهت افزایش توانمندی و مشارکت مردمی ارائه دهد.

واژگان کلیدی

کیفیت محیطی، مشارکت شهروندان، کرمانشاه

Email: bahadorisamaneh@gmail.com
Email: b_e_zanganeh@yahoo.com
Email: yakhchali.arash@yahoo.com

* دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

** دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

*** دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.