

گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار



معرفی رویکرد ادغامی *Histoqual*، *Kano* و *QFD*، روشی برای ارزیابی و بهبود کیفیت خدمات در جاذبه‌های تاریخی

دکتر رحیم زارع^۱، دکتر مجتبی محمود زاده^۲، عادل اشرف گنجوی^{۳*}

^۱استادیار مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی تهران. پست الکترونیکی: rahimzarea@gmail.com

^۲استادیار مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی تهران. پست الکترونیکی: sm.mahmoudzadeh@gmail.com

^{۳*}دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

پست الکترونیکی: adel_ash7@yahoo.com

شماره تماس: ۰۹۳۷۸۴۰۵۲۴۰

چکیده:

این تحقیق بمنظور معرفی رویکردی جهت ارزیابی و بهبود کیفیت خدمات در جاذبه‌های تاریخی از طریق ادغام مدل‌های *Kano* و *Histoqual* و روش توسعه عملکرد کیفیت (*QFD*) انجام گرفته است. هدف این رویکرد ادغامی کمک به مدیریت جاذبه‌های تاریخی بمنظور ارزیابی رضایت بازدیدکنندگان، بهبود عملکرد، و بهبود کیفیت خدمات ارائه شده در آن جاذبه‌ها است. این رویکرد از پرسشنامه‌های استاندارد مدل *Kano* و *Histoqual* به عنوان ابزار اصلی پژوهش کمک می‌گیرد. این رویکرد ادغامی با لحاظ کردن تقسیم بندی *Kano* در *Histoqual*، ضعف مربوط به خطی بودن *Histoqual* را برطرف می‌کند. بعلاوه، بهبود ویژگی‌های ضعیف کیفیت خدمات می‌تواند براساس این رویکرد اولویت بندی شود. نکته این است که ویژگی‌های کیفیت خدماتی که در طبقه جذاب مدل *Kano* قرار می‌گیرند بایستی ابتدا بهبود داده شوند، بدنبال آن ویژگی‌های قرار گرفته در طبقه تک بعدی و سپس آنهایی که در طبقه الزامی مدل *Kano* قرار می‌گیرند. دومین فایده ادغام *Kano*، *Histoqual* و *QFD* این است که ویژگی‌های جذاب بدست آمده از این ادغام می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا بصورت استراتژیک به سمت نوآوری حرکت کنند. در طی روند ادغام، ویژگی‌های جذاب می‌توانند بعنوان ورودی‌های فرآیند نوآوری شناسایی و استفاده شوند. همچنین این رویکرد ویژگی‌های کیفیت خدماتی که بیشترین تاثیر بر روی افزایش رضایت مشتری دارند را مشخص می‌کند و با استفاده از نوآوری موجود در روش *QFD* الزام‌های فنی‌ای را مطرح می‌کند تا علاوه بر پاسخگویی نیازهای بازدیدکنندگان در جهت فراتر رفتن از انتظارات آن‌ها گام بردارد.

کلمات کلیدی: گردشگری، رضایت مشتری، کیفیت خدمات، مدل *Histoqual*، مدل *Kano*، روش *QFD*