

تحلیلی بر میزان رضایت‌مندی گردشگران گل و گیاه در زمان‌های اوج ورود به شهرستان محلات

سیدهدایت‌اله نوری^۱

نصرت مرادی هوسین^۲

کبریا مرادی^۳

شیرکو پسندی^۴

چکیده

گردشگری که امروزه از جمله اولین فعالیت‌ها جهت اشتغال‌زایی و درآمدزایی در جهان محسوب می‌شود در سال‌های اخیر با رشدی شتابان توانسته جایگاه خود را به بالاترین سطح ارتقاء دهد. صنعت گردشگری به دلیل ماهیت چترگونه خود دارای انواع گوناگونی است و به بخش‌های متفاوتی تقسیم می‌شود که یکی از زیرمجموعه‌های آن گردشگری کشاورزی است. این شکل گردشگری به‌عنوان یکی از فعالیت‌های تفریحی موفق، با آثار مثبت اقتصادی و اجتماعی خود توانسته است به بدیلی مناسب برای توسعه مناطق روستایی و کم‌تر توسعه‌یافته تبدیل شود. از مهم‌ترین شروط برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شناسایی مناطق مستعد گردشگری و عوامل مؤثر بر توسعه آن است. شهرستان محلات به دلیل دارا بودن جاذبه‌های بی‌نظیر از جمله مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، جشنواره‌های گل و گیاه و کوچه‌باغ‌ها و ... از بستری مناسب جهت توسعه گردشگری گل و

۱- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان.

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان.

۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه اصفهان.

۴- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر.

گیاه برخوردار است. لذا برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری گل و گیاه در شهرستان محلات که به‌عنوان یکی از مناطق مستعد این شکل گردشگری مطرح است، نیازمند توجه به ابعاد مختلف تأثیرگذار بر توسعه این نوع گردشگری است که یکی از وجوه آن مسأله رضایتمندی گردشگران است. در این راستا هدف پژوهش حاضر شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر سطح رضایتمندی گردشگران گل و گیاه در شهرستان محلات است که در زمان اوج ورود در شهریور ماه ۱۳۹۱ از جاذبه‌های گردشگری این منطقه دیدن کرده‌اند. این پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی است و از نظر هدف یک پژوهش کاربردی است. در این مطالعه به‌دلیل فقدان آمار قابل استفاده در زمینه تعداد گردشگران، برای تعیین حجم نمونه از روش تخمین شخصی استفاده شده و در زمان معین، تعداد ۱۵۳ پرسشنامه بین گردشگران توزیع و تکمیل گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی انجام گرفت. نتیجه تحلیل این روش نشان داد که بیش‌ترین رضایتمندی گردشگران از جاذبه‌های منطقه مربوط به جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه و مؤلفه‌های آن از جمله نمایشگاه و جشنواره گل و گیاه، کوچه باغ‌ها، مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، مناظر طبیعی و چشم‌اندازها، آب و هوای منطقه و نیز عامل خدماتی و مؤلفه‌های آن است که این دو عامل مجموعاً ۴۵ درصد واریانس متغیرها را توضیح می‌دهند. کم‌ترین رضایتمندی گردشگران نیز مربوط به عامل تبلیغات و مؤلفه‌های آن و نیز عامل زیرساختی شناسایی شد که ۱۱ درصد واریانس متغیرها را تبیین می‌کنند. سرمایه‌گذاری در زمینه تجهیزات زیر ساختی و تبلیغات می‌تواند آثار مثبتی در زمینه توسعه گردشگری گل و گیاه در شهرستان محلات داشته باشد. پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی در این دو زمینه در اولویت برنامه‌های توسعه گردشگری منطقه قرار گیرد.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری کشاورزی، گردشگری گل و گیاه، شهرستان محلات، رضایتمندی گردشگران.

مقدمه

یکی از ویژگی‌های دهه‌های اخیر، رویکرد جوامع انسانی به گردشگری به‌عنوان یکی از فعال‌ترین و رو به گسترش‌ترین بخش‌های اقتصادی است. با رشد جوامع صنعتی و افزایش فشارهای روحی و روانی بر مردم این جوامع، نیاز به تفریح و گردش از حالت یک نیاز



تجملی و لوکس به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین نیازها درآمده، به‌طوری که سالانه حجم عظیمی از مسافرت و گردش در این جوامع و حتی جوامع در حال توسعه و کم‌تر توسعه یافته رخ می‌دهد. گردشگری با همه مضامین علمی و فلسفی‌ای که در آن نهفته است، یک عمل اقتصادی است و پیش‌بینی می‌شود که یکی از بزرگ‌ترین محرک‌های اقتصادی قرن حاضر باشد. از این رو از گردشگری به‌عنوان صنعت هزاره سوم یاد می‌کنند که همه جوامع به‌دنبال بالا بردن سهم خود از آن هستند. گردشگری به‌گونه‌های متفاوتی تقسیم می‌شود، که یکی از زیرمجموعه‌های آن، گردشگری کشاورزی است، که گونه‌ای از گردشگری روستایی می‌باشد. در دهه‌های اخیر این نوع از گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته و توسعه نیافته نمود بسیار زیادی پیدا کرده است. امروزه ثابت شده است که گردشگری کشاورزی به‌عنوان یک فعالیت مکمل و پرتوان در اشتغال‌زایی و افزایش درآمد (به خصوص در مناطق روستایی) اهمیت بسزایی دارد. در گردشگری کشاورزی علاوه بر معاملات ناشی از تهیه جا و مسکن، غذا و فعالیت‌های تفریحی، فروش بی‌واسطه تولیدات و صنایع محلی، تأثیرات سودمند دیگری چون میراث فرهنگی، شناخت نقش زنان در جوامع روستایی، اکرام نقش کشاورزان در جامعه و پرورش مبادلات فرهنگی را نیز به‌دنبال داشته است (Lopez & Garcia, 2006: 86).

در کشور ایران با وجود مطالعات گسترده در زمینه توریسم به گردشگری کشاورزی آنچنان که باید پرداخته نشده است. بنابراین شناسایی پتانسیل‌ها و جاذبه‌های گردشگری کشاورزی و تعیین مهم‌ترین عوامل توسعه‌نیافتگی این نوع گردشگری به‌عنوان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر مطرح می‌شود. شهرستان محلات واقع در استان مرکزی به‌دلیل داشتن شرایط اقلیمی و طبیعی مساعد دارای بسترهای مناسب جهت ایجاد باغ‌ها و مزارع برای پرورش گل و گیاهان زینتی می‌باشد. قرارگیری این شهرستان در نزدیکی اتوبان تهران-اصفهان نیز توان آن را جهت تبدیل شدن به یک مکان توریستی و توسعه گردشگری از نوع گردشگری کشاورزی از جمله گردشگری گل و گیاه افزایش می‌دهد. برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه گردشگری گل و گیاه در این منطقه می‌تواند به‌گونه‌ای کاملاً مؤثر در پویایی بخش‌های مختلف اقتصادی نقش عمده‌ای ایفا کند و به‌عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و

ایجاد اشتغال که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق‌العاده‌ای نیز باشد، مطرح شود. هدایت این فرایند با شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه آن و شناخت علمی قابلیت‌ها و تنگناهای موجود میسر است. عوامل متعددی در پیشرفت و تأثیرگذار بودن صنعت گردشگری در یک منطقه نقش دارند، در عین حال برخی از این عوامل مؤثرتر و تأثیرگذارتر هستند. چنانچه مؤلفه‌های مؤثر بر جذب و رضایت گردشگران، باتوجه به عوامل محیطی، اجتماعی، فرهنگی، نهادی و ... به خوبی شناسایی و دسته‌بندی شوند، می‌تواند گامی مهم و اساسی در تسهیل برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری و اولویت‌دهی به طرح‌های توسعه‌ای متناسب با ویژگی‌های و قابلیت‌های گردشگری منطقه و نیز نیازها و علایق گردشگران باشد و نهایتاً از آثار بسیار زیاد و مثبت توسعه گردشگری برای منطقه حداکثر استفاده به‌عمل آید. بدین منظور تحقیق حاضر با شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگران گل و گیاه شهرستان محلات در زمان اوج ورود گردشگران یعنی شهریور ماه ۱۳۹۱ بر اساس شاخص‌های تعیین شده، درصد فراهم آوردن زمینه‌های اطلاعاتی و تصمیم‌گیری مناسب برای توسعه گردشگری کشاورزی با تأکید بر گردشگری گل و گیاه در شهرستان محلات است، تا با استخراج این عوامل و لحاظ کردن آن در سیاست‌گذاری‌های گردشگری، زمینه مطلوبی جهت بهبود و توسعه برنامه‌ریزی و سطح رضایت و افزایش جذب گردشگران و نهایتاً شکوفایی گردشگری گل و گیاه منطقه فراهم شود.

پیشینه پژوهش

در رابطه با گردشگری کشاورزی در ایران تاکنون تحقیقات چندانی صورت نگرفته، در حالی که در سطح جهانی پژوهش‌های بسیاری بر روی گردشگری کشاورزی متمرکز شده است. عمده مطالعات انجام شده در زمینه گردشگری کشاورزی، هر کدام یکی از ویژگی‌ها و ابعاد این شکل گردشگری را مورد بررسی قرار داده و موضوع رضایت‌مندی گردشگران کشاورزی از جمله گردشگران گل و گیاه کمتر مورد توجه قرار گرفته است، که در پژوهش



حاضر به آن پرداخته می‌شود. در زیر به برخی از مطالعاتی که در زمینه گردشگری کشاورزی انجام شده است، اشاره می‌شود:

فنل و دیگران^۵ (۱۹۹۷)، در پژوهشی با عنوان «مزارع تعطیلات و اکوتوریسم در ساسکاچون کانادا»، توسعه گردشگری کشاورزی برای جوامع روستایی را به عنوان گزینه‌ای برای فرار از اقتصاد کشاورزی می‌داند و آموزش گردشگری کشاورزی به کشاورزان و ایجاد ارتباط بین مزارع تعطیلات و فضاهای عمومی را مؤثر می‌داند.

آکپینار و دیگران^۶ (۲۰۰۵)، در پژوهشی تحت عنوان «زنان روستایی و گردشگری کشاورزی در چهار چوب توسعه پایدار روستایی: مطالعه موردی ترکیه» به مطالعه شرایط مشارکت زنان روستایی در سه منطقه در کالکیک آنکارا، به‌عنوان عاملی در زمینه توسعه پایدار روستایی پرداخته و سپس وضعیت زنان روستایی در فعالیت کشاورزی، و پیامدهای اجتماعی-اقتصادی اکوتوریسم را بر زندگی آنان بررسی می‌کند و گردشگری کشاورزی را به‌عنوان انتخابی ارزشمند برای حفاظت از محیط روستا و ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی معرفی می‌نمایند.

کیت و دیگران^۷ (۲۰۰۳)، در پژوهشی تحت عنوان «موانع موجود در روند تنظیمی گردشگری کشاورزی: دیدگاه متصدیان و مقامات رسمی در چند بخش کالیفرنیا»، از دیدگاه مقامات رسمی به بررسی موانع موجود بر سر راه کشاورزان و دامداران علاقمند به توسعه گردشگری کشاورزی می‌پردازند و در پایان عواملی هم چون آیین‌نامه‌ها، سازمان‌های صدور جواز، هزینه‌ها و نبود سیاست‌های حمایتی مناسب از کشاورزان را به‌عنوان مهم‌ترین موانع برای توسعه گردشگری کشاورزی ذکر می‌کنند.

5- Fennell

6- Akpınar

7- Keith

لوپز و دیگران^۸ (۲۰۰۶)، در پژوهشی با عنوان «گردشگری کشاورزی، توسعه پایدار و مناطق حاشیه‌ای: نمونه موردی جزایر قناری»، به بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر رشد درآمد کشاورزان در توسعه روستایی و روندهای جدید در صنعت توریسم پرداخته و پس از بررسی عرضه و تقاضا، تحلیلی استراتژیک از گردشگری کشاورزی ارائه داده است.

اریسیان (۱۳۸۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش گردشگری کشاورزی در توسعه پایدار روستایی» ضمن معرفی گردشگری کشاورزی به بیان هدف‌ها و اصول گردشگری پایدار روستایی و نقش مهم آن در تغییر بنیه‌های اقتصادی موجود روستا و نیل به سمت یک اقتصاد پایدار روستایی می‌پردازد و در پایان چنین نتیجه‌گیری می‌کند که جهت توسعه گردشگری و فایز آمدن بر مشکلات باید از جذب سرمایه‌های خارج از روستا و کمک‌های دولتی و در مراحل بعد از سرمایه‌های روستا استفاده گردد.

جوان و سقایی (۱۳۸۳)، در مقاله‌ای تحت عنوان «کشاورزی و گردشگری (رهیافتی برای کسب درآمد مازاد)»، گردشگری کشاورزی را به عنوان شکلی از گردشگری در الگوی فضایی گردشگری روستایی مورد بررسی قرار می‌دهند و نتیجه‌گیری می‌کنند که نواحی روستایی بسیاری در کشور وجود دارد که دچار رکود اقتصادی بوده و مهاجرفرستی بالایی دارند و همچنین از قابلیت گردشگری‌پذیری نیز برخوردارند، بنابراین ضروری است که این نواحی در تلفیق کارکرد کشاورزی و تنوع بخشی به اقتصاد روستایی پتانسیل‌سنجی شوند.

نگاهی به پژوهش‌های انجام شده در زمینه گردشگری کشاورزی نشان می‌دهد که اکثر پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه مربوط به کشورهای خارجی است و با وجود قابلیت‌های بی‌نظیر ایران در زمینه گردشگری کشاورزی، بجز مطالعات معدود، توجه چندانی به این شاخه گردشگری نشده است. لذا مطالعه حاضر با انتخاب شهرستان محلات به عنوان یکی از مکان‌های مستعد توسعه گردشگری کشاورزی از جمله گردشگری گل و گیاه، از

جمله پژوهش‌هایی است که به لحاظ موضوع و زمینه بررسی، می‌تواند جزء مطالعات نسبتاً جدید در ایران به حساب آید.

مبانی نظری

آگروتوریسم ترکیبی از دو کلمه کشاورزی و گردشگری است. این اصطلاح مؤید پیوندی فیمابین صنعت گردشگری و بخش کشاورزی است (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲۸). گرچه گردشگری روستایی و گردشگری کشاورزی عموماً اصطلاحات مبهمی هستند اما می‌توان میان این دو تمایزی قائل شد. گردشگری روستایی اصطلاح کلی‌تری است، ولی گردشگری کشاورزی به مجموعه فعالیت‌های تفریحی خاصی اشاره دارد که کشاورزان برای بازدیدکنندگان و گردشگران فراهم می‌آورند. این خدمات به گردشگران به عنوان مکملی برای منابع اصلی درآمد در نظر گرفته می‌شوند (Lopez & Garcia, 2006: 86). بنابر این گردشگری کشاورزی انعکاسی از تدارک فرصت‌های جدید در زمینه ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق گردشگری در مزارع می‌باشد (جوان و سقایی، ۱۳۸۳: ۱۲۸)، که با توجه به اهمیت کشاورزی و محصولات تولیدی، توسعه آن تأثیرات مثبتی در بخش اقتصاد روستا دارد. گردشگری کشاورزی نه تنها نوعی محصول گردشگری و ارائه محض خدمات در محیط روستایی است، بلکه شیوه نوین آشنایی با سفر، آگاهی‌های تازه و نگرش مثبت نسبت به سرزمین‌های دیگر، به محیط و مردم محلی و فرهنگ‌شان است (Lopez & Garcia, 2006: 86).

هریس^۹ و همکارانش (۲۰۰۲)، درباره نقش اجتماعی و اقتصادی گردشگری کشاورزی معتقدند که این نوع گردشگری نه تنها خانواده‌های روستایی و جوامع آن‌ها را تحت حمایت قرار می‌دهد و به بسط پایه‌های اقتصادی آنها کمک می‌کند بلکه باعث اشتغال‌زایی محلی، انگیزه حفظ سنت‌ها و نیز ایجاد ارتباط میان ساکنان شهر با روستائیان نیز می‌گردد (Bumbalova, 2010: 23). گردشگری کشاورزی به‌عنوان فعالیتی تفریحی بسیار موفق

بوده است. فراهم آمدن امکان استفاده و لذت بردن از محیط و فرهنگ روستایی با قیمتی مناسب برای مشتری‌های عمده از جمله خانواده‌ها، زوجان و مسن‌ترها جذاب است. مشتری‌های این نوع گردشگری یعنی کسی که معمولاً با خانواده سفر می‌کند بیش‌تر تحصیلکرده‌ها و شهرنشین‌ها هستند. آن‌ها به آداب و سنن محلی احترام گذاشته و اغلب از قبل درباره مکان‌هایی که قرار است از آن‌ها بازدید کنند اطلاعات جمع می‌کنند. مشتریان خدمات گردشگری کشاورزی تمایلی به گردشگری جمعی ندارند. در عوض به حداکثر ارتباط با طبیعت و برقراری روابط گرم و صمیمانه با افراد دیگر علاقمندند. آن‌ها به محیط زیست آشنا بوده و طرفدار محصولات طبیعی از جمله مواد غذایی سالم‌تر هستند. علاوه بر این آن‌ها به دنبال فرهنگ اصیل محلی و همچنین تفریحات (فعالیت‌ها) و ورزش‌های نو و تازه‌اند و البته مکانی با کیفیت که از آرامش و سکون آن مطمئن باشند (Lopez & Garcia, 2006: 86). به‌طور کلی گردشگری کشاورزی به‌عنوان نیروی محرک برای رشد و توسعه اقتصادی نواحی روستایی که دارای رکود اقتصادی هستند، در نظر گرفته می‌شود که آثار آن را در نواحی روستایی می‌توان به شرح زیر بیان کرد: فراهم آوردن درآمد ثانویه برای کشاورزان، کاهش مهاجرت از طریق ایجاد اشتغال، انتقال تفکرات از مناطق شهری به روستایی، فراهم آوردن امکان تجربه زندگی روستایی برای شهرنشینان، تنوع بخشی به اقتصاد روستایی، ایجاد شرایطی برای افزایش هویت جوامع و تأکید بر اهمیت کشاورزی در مناطق محلی، ایجاد بازارهای جدید و ... (Joanne Lack, 1997: 25). علی‌رغم پیامدهای مهم این نوع گردشگری باید این نکته را نیز در نظر داشت که گردشگری کشاورزی آموزش‌های ویژه و ضروریات فنی را می‌طلبد و برای پیشرفت‌های مؤثرتر به محرک‌های بیش‌تری نیاز دارد. همچنین گردشگری کشاورزی مانند انواع دیگر گردشگری دارای آثار مثبت و منفی است. بنابراین هدف اصلی در این نوع از گردشگری به حداقل رساندن اثرات منفی و تقویت آثار مثبت می‌باشد. در جدول (۱) به اثرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیطی گردشگری کشاورزی بر نواحی روستایی اشاره شده است.

جدول (۱) نتایج اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و محیطی گردشگری کشاورزی بر نواحی روستایی

منفی	مثبت	
افزایش هزینه‌های عمومی در خدمات اجتماعی و زیر ساخت‌ها	افزایش درآمد	اقتصادی
افزایش قیمت‌ها	جاذب سرمایه گذاری	
از بین بردن دیگر بخش‌های اقتصادی	ایجاد اشتغال	
می‌توان مقداری ارز خارجی در کالاها و درآمد از دست داد.	جذب ارزهای خارجی	
تغییر ناگهانی در سبک زندگی مردم محلی و فرهنگ سنتی	خدمات و زیرساخت‌ها برای مردم محلی	اجتماعی-فرهنگی
گرایش زندگی به سمت لذت	مدرنیته اجتماعی	
-	تبادل فرهنگی	
افزایش عدم ایمنی	تشویق به صلح	
تراکم ترافیک، صدا، آلودگی	کمک به حفاظت محیط زیست	محیطی
فشار بر روی اکوسیستم‌های و مناظر شکننده	افزایش آگاهی پیرامون محیط زیست	
کمبایی منابع پر توان و فعال	فراهم کردن منابع برای حفاظت از محیط زیست	
افزایش پس ماندها	انگیزه برای حفاظت از محیط زیست	

(Source: Lopez & Garcia, 2006: 86)

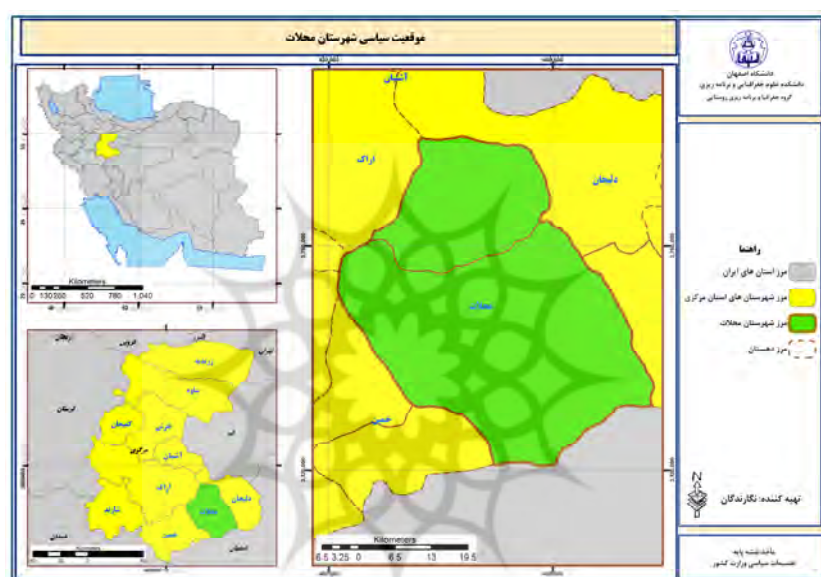
رضایت‌مندی گردشگران یکی از مهم‌ترین عوامل رقابتی و بهترین شاخص برای تضمین رشد سودهای آتی محسوب می‌شود که نقش مهمی در تداوم گردشگری و آینده این صنعت ایفا می‌کند (Neal & Gursory, 2008: 53). امروزه بسیاری از مراکز، ارگان‌ها و سازمان‌ها، میزان رضایت گردشگران را معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار خود قلمداد می‌کنند و این روند همچنان در حال افزایش است. رضایت گردشگر زمانی به دست می‌آید که فرآیندهای مناسب به گونه‌ای طراحی شوند که خدمات ارائه شده توقعات و انتظارات گردشگر را برآورده نمایند (قلی پور سلیمانی و رشیدی، ۱۳۸۸: ۳). با توجه به این که هدف گردشگران از سفر به نواحی مختلف، استفاده از اوقات فراغت و دستیابی به آرامش روحی و

روانی می‌باشد، کمبود و یا وجود مشکل در سطح و نحوه خدمات‌دهی به آن‌ها باعث کم شدن از میزان گردشگران شده و مانع از پایداری گردشگری خواهد شد. زیرا یکی از عوامل مهم در جلب رضایت گردشگران، میزان تسهیلاتی است که در جهت گردش، بازدید و تفریح در همه نقاط کشور فراهم می‌آید تا گردشگران بتوانند آزادانه آنچه را که می‌خواهند به دست بیاورند (رضوانی، ۱۳۸۲: ۱۱۸). بنابراین یکی از عوامل مهم و اساسی در افزایش تعداد گردشگران در نواحی، وجود تسهیلات و خدمات مورد نیاز گردشگران است. نگرش‌های سنتی برای ارزیابی کیفیت، مشخصه‌های کالا یا خدمت را به عنوان معیار کیفیت تعریف می‌کردند، ولی در نگرش جدید مدیریتی، کیفیت را خواسته مشتری تعریف می‌کنند. چون گردشگران راضی تمایل به انتقال تجربه‌ی مثبت خود به دیگران و تکرار مسافرت به محل دارند، شناخت عوامل رضایت‌مندی گردشگر یکی از مهم‌ترین حوزه‌های پژوهشی صنعت گردشگری است. ادبیات موضوع بیانگر این واقعیت است که سطح رضایت‌مندی گردشگر در یک سفر نتیجه عوامل متعددی است که به طور کلی در فرآیند مقایسه بین دیدگاه گردشگر نسبت به محصولات و خدمات دریافتی و انتظارات قبل و حین مسافرت او مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (Armario, 2007: 367).

معرفی منطقه مورد مطالعه

شهرستان محلات در جنوب شرقی استان مرکزی در حدفاصل، حداقل ۳۳ درجه و ۳۷ دقیقه تا حداکثر ۳۴ درجه و ۹ دقیقه عرض شمالی و حداقل ۵۰ درجه و ۹ دقیقه تا حداکثر ۵۰ درجه و ۴۵ دقیقه طول شرقی قرار دارد. وسعت شهرستان برابر ۱۹۹۵/۸۹۷ کیلومتر مربع و ارتفاع شهرستان محلات از سطح دریا ۱۶۲۲ متر است. در تقسیمات رسمی کشوری، شهرستان محلات در حال حاضر دارای ۲ شهر، یک بخش و دو دهستان به نام‌های باقرآباد و خورهه می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵). شهرستان محلات به دلیل برخورداری از جاذبه‌های زیبا و کم نظیری همچون مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، برگزاری جشنواره و نمایشگاه گل و گیاه همراه با ایجاد غرفه‌های جانبی بخش کشاورزی، ایستگاه ملی تحقیقات گل و گیاهان زینتی و داشتن کلکسیون‌های منحصر به فردی چون گیاهان فصلی، چند ساله

(زینتی - دارویی و زینتی) درختان و درختچه‌های زینتی و کلکسیون رزهای رنگارنگ و...، برگزاری جشنواره گل‌های داوودی با بیش از ۸۵۰ گل رنگارنگ داوودی، باغ لاله‌ها، کوچه باغ‌ها، پارک سرچشمه، چشمه‌های آب گرم و آب و هوای مطلوب از بستری بسیار مناسب برای توسعه گردشگری گل و گیاه برخوردار است.



شکل (۲) موقعیت شهرستان محلات

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی است و از نظر هدف یک پژوهش کاربردی است. در پژوهش حاضر پس از مطالعه مبانی نظری و مطالعات انجام گرفته در زمینه گردشگری کشاورزی و رضایتمندی گردشگران، گویه‌های مورد نیاز انتخاب و به منظور سنجش روایی پرسشنامه، این گویه‌ها در اختیار اساتید و پژوهشگران متخصص در زمینه گردشگری قرار گرفت. پس از اعمال نظرات متخصصان و اصلاحات لازم، پرسشنامه نهایی تهیه و جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش به کار گرفته شد. برای پایایی ابزار

سنجش نیز از شیوه پیش‌آزمون و محاسبه آلفای کرونباخ استفاده گردید. عدد به‌دست آمده از محاسبه آلفا جهت ۳۰ پرسشنامه مقدماتی ۰/۸۹ به‌دست آمد که بالاتر از حداقل تعریف شده (۰/۷) است و ضریب مطلوبی برای پایایی پرسشنامه به‌شمار می‌رود. با توجه به بزرگی جامعه آماری گردشگران و فقدان آمار صحیح در مورد تعداد گردشگران منطقه، از روش تخمین شخصی برای تعیین حجم نمونه استفاده گردید. نهایتاً تعداد ۱۸۰ پرسشنامه به‌صورت تصادفی بین بازدیدکنندگان از نمایشگاه و جشنواره گل و گیاه شهرستان محلات در زمان اوج ورود گردشگران یعنی شهریور ماه ۱۳۹۱ توزیع گردید که ۱۵۳ نفر به پرسشنامه پاسخ دادند.

به‌منظور آماده‌سازی و پردازش بیشتر اطلاعات و کاهش حجم شاخص‌ها به تعداد کم‌تری از مؤلفه‌ها، مجموعه مؤلفه‌های مؤثر بر سطح رضایت‌مندی گردشگران گل و گیاه با استفاده از نرم‌افزار SPSS وارد مدل تحلیل عاملی اکتشافی (Factor Analysis) و آنالیز داده‌ها در این مدل صورت گرفته است.

تحلیل عاملی از مقوله تحلیل‌های چند متغیره است که در بین مجموعه‌ای از متغیره‌های به‌ظاهر مرتب رابطه خاصی تحت یک مدل فرضی برقرار می‌کند (تقوایی، شفیعی، ۱۳۸۸: ۹). تحلیل عاملی نامی عمومی است برای برخی از روش‌های آماری چندمتغیره که هدف اصلی آن خلاصه کردن اطلاعات زیاد است. در عین حال خلاصه کردن اطلاعات به‌ترتیبی صورت می‌گیرد که نتیجه خلاصه شده از نظر مفهوم معنی‌دار است (حکمت‌نیا، موسوی، ۱۳۸۵: ۲۲۸). این مدل شامل ۵ مرحله است که عبارتند از: ۱- تشکیل ماتریس داده‌ها؛ ۲- محاسبه ماتریس همبستگی؛ ۳- استخراج عامل‌ها؛ ۴- دوران عامل‌ها؛ ۵- نامگذاری عامل‌ها (کلانتری، خلیل، ۱۳۸۹: ۲۱۴).

یکی از شروط لازم برای اجرای تکنیک تحلیل عاملی آزمون KMO^{10} و بارتلت می‌باشد، چنانچه مقدار این آماره بیش از ۰/۷۰ باشد، همبستگی‌های موجود به‌طور کلی برای تحلیل عاملی مناسب‌اند. اگر مقدار آن بین ۰/۵۰ تا ۰/۶۹ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب

10- Kaiser- Meyer- Olkin Measure of Sampling Adequacy.

ولی دقت زیادی را می‌طلبد و مقادیر کمتر از ۰/۵۰ بدان معناست که تحلیل برای آن مجموعه از متغیرها مناسب نیست (دواس، ۱۳۷۶: ۲۵۶). نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که پرسشنامه برای تحلیل عاملی مناسب است. این نتیجه با توجه به مقادیر معنی‌دار آزمون‌های KMO و بارتلت که هر دو قابلیت ماده‌های مقیاس برای انجام تحلیل عوامل را تأیید کردند، بدست آمد. مقدار آزمون KMO برابر با ۰/۸۷ محاسبه شد که به‌طور نسبتاً قوی داده‌های تحقیق را جهت اجرای تحلیل عاملی تأیید می‌کند. جدول (۲) آزمون KMO و تست بارتلت و مناسب بودن و سطح معنی‌داری مؤلفه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول (۲) تست کای دو و بارتلت مؤلفه‌ها

(KMO and Bartlett's Test)		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		۰/۸۷۲
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	۱۷۶۱/۳۰۵
	درجه آزادی (df)	۲۷۶
	سطح معناداری (Sig.)	۰/۰۰۰

یافته‌ها و بحث

خلاصه یافته‌های توصیفی داده‌های جمعیت‌شناختی مربوط به نمونه آماری در جدول (۳) ارائه شده است.

نوع وسیله نقلیه برای سفر: حدود ۷۴ درصد از گردشگران از خودروی شخصی برای سفر استفاده کرده‌اند؛ ۱۷ درصد از اتوبوس، ۳ درصد از تور مسافرتی و ۵ درصد با سایر وسایل نقلیه از شهرستان محلات دیدن کرده‌اند.

محل اقامت: ۳۰/۷ درصد از گردشگران در کمپ، ۲۸/۸ درصد در مهمانپذیر، ۱۹/۶ درصد در اقامتگاه‌های سازمانی، ۱۶/۳ درصد در منزل دوستان و آشنایان و ۴/۶ درصد نیز در هتل اقامت داشته‌اند.

انگیزه سفر: در پاسخ به این سؤال که «مهم‌ترین انگیزه شما از انتخاب این منطقه برای سفر چه بوده است؟»، ۵۸/۲ درصد گردشگران علت و انگیزه سفر خود را به این منطقه بازدید از جاذبه‌های گل و گیاه عنوان کرده‌اند؛ ۲۹/۴ درصد شرایط مناسب آب و هوایی و ۱۲/۵ درصد نیز سایر عوامل را ذکر کرده‌اند.

بهترین فصل برای مسافرت: در پاسخ به این سؤال که «کدام فصل را برای تفریح و تفرج در شهرستان مناسب می‌دانید؟»، ۶۰/۸ درصد گردشگران فصل تابستان، ۳۲ درصد فصل بهار، ۵/۹ درصد فصل پاییز و ۱/۳ درصد نیز فصل زمستان را بهترین فصل برای مسافرت به این منطقه عنوان کرده‌اند.

جدول (۳) توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان (n= 153)

درصد	فراوانی	عنوان متغیر	
۴۶/۴	۷۱	زن	جنس
۵۳/۶	۸۲	مرد	
۱۵/۷	۲۴	زیر ۲۰ سال	سن
۴۶/۴	۷۱	بین ۲۰ تا ۳۰ سال	
۲۳/۵	۳۶	بین ۳۰ تا ۴۰ سال	
۱۰/۵	۱۶	بین ۴۰ تا ۵۰	
۳/۹	۶	بالاتر از ۵۰	
۱۸/۳	۲۸	بیکار	وضعیت شغلی
۳۲/۷	۵۰	آزاد	
۲۳/۵	۳۶	دولتی	
۲	۳	بازنشسته	
۲۳/۵	۳۶	در حال تحصیل	
۰/۷	۱	بیسواد	تحصیلات
۳۹/۲	۶۰	دیپلم و زیردیپلم	
۱۹	۲۹	فوق دیپلم	
۲۸/۸	۴۴	لیسانس	
۱۲/۴	۱۹	فوق لیسانس و بالاتر	

جهت کاهش تعداد متغیرهای تحقیق به عوامل کم‌تر و تعیین سهم هریک از عامل‌ها در زمینه تأثیرگذاری بر سطح رضایت‌مندی گردشگران، از تکنیک تحلیل عاملی استفاده شده است. در مجموع ۲۴ شاخص مربوط به سطح رضایت‌مندی از سوی گردشگران مورد ارزیابی قرار گرفت که در جدول (۴) ارائه شده است. مراحل به‌کارگیری تکنیک تحلیل عاملی و یافته‌های آن براساس مؤلفه‌های مورد استفاده در زیر مورد بحث قرار گرفته است.

جدول (۴) مؤلفه‌های به‌کار گرفته شده در پژوهش

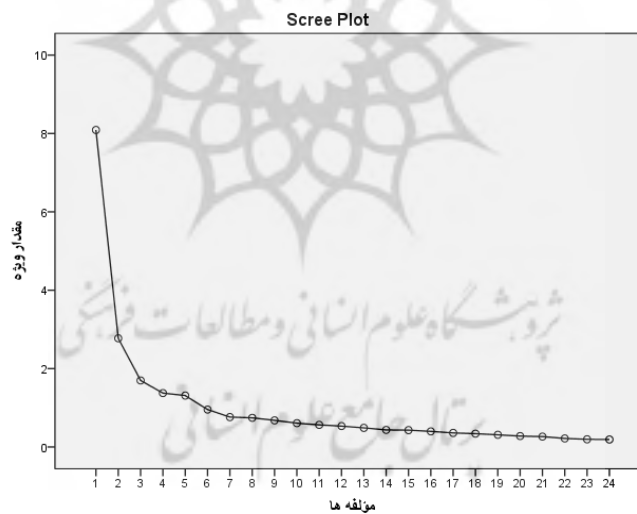
ردیف	مؤلفه‌ها	ردیف	مؤلفه‌ها
۱	آداب و رسوم و فرهنگ محلی، سنتی	۱۳	وضعیت جاده‌ای
۲	نمایشگاه و جشنواره گل و گیاه	۱۴	تبلیغات رسانه‌ای
۳	کوچه باغ‌ها	۱۵	توزیع بروشور
۴	مزارع و باغات پرورش گل و گیاه	۱۶	هدایت و راهنمایی گردشگران
۵	صنایع دستی و محصولات محلی	۱۷	امکانات بهداشتی
۶	نحوه برخورد مردم منطقه	۱۸	امکانات درمانی
۷	مناظر طبیعی و چشم اندازها	۱۹	پارکینگ
۸	آب و هوای منطقه	۲۰	خدمات بانکی و پولی
۹	جشنواره بادبادک‌ها	۲۱	نزدیکی به اتوبان اصفهان - تهران
۱۰	مراسم بیل گردانی	۲۲	امکانات تفریحی
۱۱	جاذبه های تاریخی	۲۳	تأسیسات و تجهیزات سوختی، انرژی پمپ بنزین
۱۲	دسترسی به منطقه	۲۴	سطح ترافیک محل

استخراج عامل‌ها: انجام تحلیل عاملی ۲۴ گویه پژوهش را به ۵ عامل نهایی کاهش داد. همان‌طور که در جدول (۵) ملاحظه می‌شود این ۵ عامل حدود ۶۳/۵۲۵ درصد واریانس را توضیح می‌دهد.

جدول (۵) نتایج تحلیل عوامل حول محور اصلی ۲۴ مؤلفه

عوامل	مقدار ویژه	درصد واریانس توضیح داده شده هر عامل	درصد تجمعی کل واریانس
عامل یک	۸/۰۸۹	۳۳/۷۰۵	۳۳/۷۰۵
عامل دو	۲/۷۷۳	۱۱/۵۵۴	۴۵/۲۶۰
عامل سه	۱/۶۹۶	۷/۰۶۹	۵۲/۳۲۸
عامل چهار	۱/۳۷۵	۵/۷۳۰	۵۸/۰۵۹
عامل پنج	۱/۳۱۲	۵/۴۶۶	۶۳/۵۲۵

همان‌طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، عامل اول ۳۳/۷۰۵ درصد، عامل دوم ۱۱/۵۵۴ درصد و عامل سوم ۷/۰۶۹ درصد کل واریانس را محاسبه نموده که نشان‌دهنده تأثیرگذاری زیاد این سه عامل به‌ویژه عامل اول بر روی مؤلفه‌های پژوهش است. در شکل (۳) مقدار ویژه این سه عامل اصلی و تأثیرگذار و دیگر عامل‌های باقیمانده نشان داده شده است.



شکل (۳) نمودار صخره‌ای عوامل

چرخش عوامل: به‌منظور تفسیر آسان عامل‌ها، بایستی عامل‌های به‌دست آمده مرحله

مقدماتی را دوران داد، جهت انجام این کار از مناسب‌ترین روش یعنی روش واریماکس استفاده گردیده است.

نام‌گذاری عامل‌ها: شاخص‌های بارگذاری شده در عامل‌ها را با توجه به میزان همبستگی آن‌ها، می‌توان نامگذاری و تحلیل نمود. چگونگی نام‌گذاری این عامل‌ها و تعداد متغیرهای واقع شده در هر عامل در ادامه بحث مطرح شده زیر است:

الف) عامل جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه و طبیعی

با توجه به جدول (۶)، تعداد ۶ متغیر در عامل اول بارگذاری شده است. در این عامل مؤلفه‌های نمایشگاه و جشنواره گل و گیاه، کوچه‌باغ‌ها، مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، مناظر طبیعی و چشم اندازه‌ها، آب و هوای منطقه و جاذبه‌های تاریخی با مقدار ویژه $۸/۰۸۹$ به تنهایی $۳۳/۷۰۵$ درصد از واریانس را محاسبه می‌کند. بار عاملی متغیرهای مذکور با توجه به ماتریس چرخش یافته از $۰/۷۸۱$ تا $۰/۶۴۲$ در نوسان است، در بین شاخص‌های ذکر شده ۳ شاخص مربوط به جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه بوده و ۳ شاخص نیز مربوط به جاذبه‌های طبیعی می‌باشد که همبستگی خوبی را در عامل اول نشان می‌دهند و می‌توان این عامل را «جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه و طبیعی» نام نهاد. گردشگرانی که نمره بالایی به این عامل داده‌اند اهمیت زیادی برای جاذبه‌های گل و گیاه شهرستان محلات قائل‌اند و نسبت به دیدار از جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه و جاذبه‌های طبیعی شهرستان محلات رضایت‌مندی بیشتری نشان داده‌اند.

جدول (۶) متغیرهای بارگذاری شده در عامل اول

ردیف	متغیر	بار عاملی
۱	نمایشگاه و جشنواره گل و گیاه	۰/۷۷۲
۲	جاذبه‌های تاریخی	۰/۶۴۲
۳	مزارع و باغات پرورش گل و گیاه	۰/۷۸۰
۴	مناظر طبیعی و چشم اندازه‌ها	۰/۷۷۵
۵	آب و هوای منطقه	۰/۶۶۶
۶	کوچه باغ‌ها	۰/۷۸۱

ب) عامل خدماتی

در این عامل ۶ متغیر نسبتاً همگن امکانات بهداشتی، امکانات درمانی، پارکینگ، خدمات بانکی و پولی، امکانات تفریحی و توزیع بروشور قرار گرفته است (جدول ۶) که طبق متغیرهای بارگذاری شده «عامل خدماتی» نامگذاری شده است. این متغیرها با مقدار ویژه ۲/۷۷۳، مجموعاً ۱۱/۵۵۴ درصد واریانس را تبیین می‌کنند. همان‌طور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود بار عاملی متغیرهای مذکور با توجه به ماتریس چرخش یافته از ۰/۶۳۹ تا ۰/۷۴۵ در نوسان است. گردشگرانی که نمره بالایی به عامل خدماتی داده‌اند بعد از عامل جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه و طبیعی بیش‌ترین رضایت‌مندی خود را از این عامل اعلام کرده‌اند.

جدول (۷) متغیرهای بارگذاری شده در عامل دوم

ردیف	متغیر	بار عاملی
۱	توزیع بروشور	۰/۷۴۵
۲	امکانات بهداشتی	۰/۶۷۵
۳	امکانات درمانی	۰/۶۴۷
۴	پارکینگ	۰/۷۰۱
۵	امکانات تفریحی	۰/۷۳۶
۶	خدمات بانکی و پولی	۰/۶۳۹

ج) عامل اجتماعی - فرهنگی

در این عامل ۵ متغیر آداب و رسوم و فرهنگ مردم محلی، صنایع دستی و محصولات محلی، رفتار مردم منطقه، جشنواره بادبادک‌ها و مراسم بیل گردانی واقع شده‌اند که با مقدار ویژه ۱/۶۹۶ روی هم رفته ۷/۰۶۹ درصد واریانس را تبیین می‌کند. بار عاملی معیارهای مذکور با توجه به ماتریس چرخش یافته از ۰/۵۲۸ تا ۰/۷۴۴ در نوسان است (جدول ۸). طبق مؤلفه‌های واقع شده در این عامل می‌توان این عامل را «عامل اجتماعی - فرهنگی» نامگذاری نمود. با توجه به نمره‌ای که گردشگران به این عامل داده‌اند میزان رضایت آن‌ها از عامل اجتماعی و فرهنگی در سطح نسبتاً متوسطی است.

جدول (۸) متغیرهای بارگذاری شده در عامل سوم

بار عاملی	متغیر	ردیف
۰/۷۴۴	آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی	۱
۰/۶۳۰	صنایع دستی و محصولات محلی	۲
۰/۶۱۸	نحوه برخورد مردم منطقه	۳
۰/۷۳۹	جشنواره بادبادک‌ها	۴
۰/۵۲۸	مراسم بیل گردانی	۵

(د) عامل زیرساختی

وضعیت دسترسی به منطقه، نزدیکی به اتوبان تهران - اصفهان، وضعیت جاده‌ای و تأسیسات و تجهیزات سوختی در ذیل این عامل قرار می‌گیرند. این متغیرها با مقدار ویژه ۱/۳۷ در مجموع ۵/۷۳۰ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند. بار عاملی متغیرهای مذکور با توجه به ماتریس چرخش یافته از ۰/۶۶۴ تا ۰/۷۷۳ در نوسان است (جدول ۹). با توجه به نمره این عامل، می‌توان چنین نتیجه گرفت که گردشگران از وضعیت زیرساختی به این منطقه رضایت چندانی ندارند.

جدول (۹) متغیرهای بارگذاری شده در عامل چهارم

بار عاملی	متغیر	ردیف
۰/۶۶۴	دسترسی به منطقه	۱
۰/۶۶۸	وضعیت جاده‌ای	۲
۰/۶۷۶	تأسیسات و تجهیزات سوختی، انرژی و پمپ بنزین	۳
۰/۷۷۳	نزدیکی به اتوبان اصفهان - تهران	۴

(و) عامل تبلیغات

در این عامل ۳ متغیر تبلیغات رسانه‌ای، هدایت و راهنمایی گردشگران و سطح ترافیک محل قرار گرفته است. این عامل با مقدار ویژه ۱/۳۱۲ در کل ۵/۴۶۶ درصد واریانس را تبیین می‌کند (جدول ۱۰) که بار عاملی متغیرهای آن با توجه به ماتریس چرخش یافته

۰/۷۰۰ تا ۰/۸۰۹ در نوسان است. نمره این عامل و قرارگیری آن به عنوان عامل پنجم و آخر نشان می‌دهد گردشگران از این عامل و مؤلفه‌های آن رضایت ندارند.

جدول (۱۰) متغیرهای بارگذاری شده در عامل پنجم

بار عاملی	متغیر	ردیف
۰/۷۳۲	تبلیغات رسانه‌ای	۱
۰/۷۰۰	هدایت و راهنمایی گردشگران	۲
۰/۸۰۹	سطح ترافیک محل	۳

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

این تحقیق به منظور شناسایی مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگران گل و گیاه شهرستان محلات انجام گرفت. جهت تحقق این امر از داده‌های پرسشنامه گردشگرانی که در یکی از زمان‌های اوج ورود یعنی شهریور ماه ۱۳۹۱ از مکان‌های گردشگری گل و گیاه شهرستان محلات دیدن کرده‌اند، استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با روش تحلیل عاملی اکتشافی انجام گرفت. نتایج به‌کارگیری این روش نشان داد که:

در زمینه رضایت‌مندی از جاذبه‌های گردشگری منطقه، عامل «جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه و طبیعی» به‌عنوان مهم‌ترین عامل شناخته شد. این عامل به تنهایی ۳۳ درصد واریانس متغیرها را توضیح داد و گردشگران با دادن امتیاز بالا به این جاذبه‌ها، بیشترین رضایت‌مندی خود را از این عامل و مؤلفه‌های آن همچون نمایشگاه و جشنواره گل و گیاه، جاذبه‌های تاریخی، مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، مناظر طبیعی و چشم‌اندازها، آب و هوای منطقه و کوچه باغ‌ها اعلام کردند. این امر نشان‌دهنده اهمیت زیاد و جاذب بودن این جاذبه‌ها برای گردشگران و همچنین توانمندی‌های بالای منطقه جهت گسترش گردشگری کشاورزی از نوع گردشگری گل و گیاه است. لذا پیشنهاد می‌شود به‌دلیل وجود مزیت‌های نسبی منطقه در زمینه گردشگری گل و گیاه، برنامه‌های توسعه گردشگری، بر روی توسعه این شکل گردشگری متمرکز گردد.

نتایج پژوهش همچنین نشان داد که گردشگران بعد از عامل جاذبه‌های گردشگری گل

و گیاه و طبیعی، از عامل خدماتی نیز رضایت‌مندی نسبتاً خوبی دارند. این عامل در مجموع ۱۱/۵ درصد واریانس متغیرها را توضیح داد. پیشنهاد می‌شود به‌منظور افزایش میزان رضایت‌مندی و تعداد گردشگران، تنوع بخشی بیش‌تری در زمینه امکانات و خدمات گردشگری صورت گیرد.

کم‌ترین رضایت‌مندی گردشگران مربوط به عامل تبلیغات و مؤلفه‌های آن و نیز عامل زیرساختی شناسایی شد. این دو عامل در مجموع ۱۱ درصد واریانس متغیرها را توضیح دادند و کم‌ترین نمرات و امتیازات از طرف گردشگران به این دو عامل تعلق گرفت. پیشنهاد می‌شود در زمینه تجهیزات زیرساختی سرمایه‌گذاری‌های لازم توسط دولت صورت گیرد و بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در مکان‌های گردشگری شهرستان توسط دولت و مسئولان تشویق و حمایت شود. همچنین لازم است بر توسعه امکانات زیربنایی و بهسازی راه‌ها، محل‌های اقامت مانند هتل‌ها و کمپینگ تأکید شود. با توجه به این که گردشگران به عامل زیرساختی امتیاز پایینی دادند به‌نظر می‌رسد مناسب نبودن برخی زیرساخت‌ها نظیر مبلمان شهری به‌ویژه در خیابان‌های منتهی به دهکده گل و گیاه در کنار سایر عوامل زیرساختی در زمینه نارضایتی گردشگران تأثیرگذار بوده است. لذا توجه به این امر در برنامه‌ریزی‌ها ضروری است و پیشنهاد می‌شود که مسیرهای منتهی به جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه از جمله گلخانه‌های پرورش گل و گیاه تسطیح شود. گرچه نتایج پژوهش نشان داد که منطقه توانمندی‌های بی‌نظیری برای توسعه گردشگری گل و گیاه دارد ولی با توجه به ناشناخته ماندن منطقه و نیز تبلیغات ضعیف، این عامل می‌تواند به‌عنوان نقطه ضعف اساسی و نیز تهدیدی جدی برای توسعه گردشگری تبدیل شود. لذا پیشنهاد می‌شود که در زمینه اطلاع‌رسانی و تبلیغات، گام‌های جدی و اساسی در قالب برنامه‌های کوتاه مدت برداشته شود. ایجاد وب‌سایت اختصاصی در زمینه معرفی جاذبه‌های گل و گیاه به‌منظور ارجاع به گردشگران و علاقمندان همچنین مطالب و تصاویر معتبر، در جهت معرفی هر چه بهتر و دقیق‌تر شهرستان، تهیه نقشه‌ها و بروشورهای مرتبط با گردشگری گل و گیاه منطقه مطابق آخرین اطلاعات و جدیدترین آمار، از دیگر اقداماتی است که برای رونق گردشگری این منطقه می‌توان پیشنهاد نمود.

منابع

- اریسیان، نسرین (۱۳۸۲)، «اگروتوریسم و نقش آن در توسعه روستایی»، مجموعه مقالات سمینار بررسی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، صص ۱۳۴-۱۰۷.
- تقوایی، مسعود و پروین شفیعی (۱۳۸۸)، «کاربرد تحلیل عاملی و خوشه‌ای در ارزیابی - فضایی مکانی مناطق روستایی استان اصفهان»، *مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه*، سال هفدهم، شماره ۶۸.
- جوان، جعفر و مهدی سقایی (۱۳۸۳)، «کشاورزی و گردشگری (رهیافتی برای کسب درآمد مازاد)»، *نشریه علوم جغرافیایی*، جلد ۳، شماره ۳ و ۴، صص ۱۴۱-۱۱۹.
- حکمت‌نیا، حسن و میرنجف موسوی (۱۳۸۵)، «کاربرد مدل در جغرافیا با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و ناحیه‌ای»، انتشارات علم نوین، یزد.
- دی، ای، دواس (۱۳۷۶)، «پیمایش در تحقیقات اجتماعی»، ترجمه هوشنگ ناییبی، انتشارات نشر نی، تهران.
- رضوانی، علی صغر (۱۳۸۲)، «جغرافیا و صنعت توریسم»، چاپ پنجم، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- قدیری معصوم، مجتبی؛ استعلاجی، علیرضا، و معصومه پازکی (۱۳۸۹)، «گردشگری پایدار روستایی و عشایری»، انتشارات دانشگاه تهران.
- قلی، فرزاد؛ پورسلیمانی، علی و فرزاد رشیدی (۱۳۸۸)، «عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران در ایران»، *فصلنامه مطالعات گردشگری*.
- کلانتری، خلیل (۱۳۸۹)، «پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی- اقتصادی»، چاپ چهارم، ناشر فرهنگ صبا.
- مرکز آمار ایران (۱۳۸۵)، «نتایج تفصیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان مرکزی».
- Akpinar, N., Talay, I., Ceylan, C. and Gunduz, S. (2005), "Rural women and agrotourism in the context of sustainable rural

- development: A case study from Turkey”, *Environment, development and sustainability*, PP. 473-486.
- Armario, E.M. (2007), “Tourism satisfaction: An analysis of its antecedents”, *Journal of Environmental Economics and Management*, 26, PP. 271- 292.
- Bumbalova, M. (2010), “Analysis of agritourism in Arkansas and Slovakia: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats”, Published M.A. thesis, University of Arkansas, Arkansas United States.
- Fennell, D.A., Weaver, A. (1997), “Vacation farms and ecotourism in Saskatchewan”, Canada, *Journal of Rural Studies* 13(4), PP. 467-475.
- Joanne Lack, K. (1997), “Agri-tourism development in British Columbia”, Published M.A. Thesis School of Resource and Environmental Management, British Columbia, Canada.
- Keith, D., Rilla, E., George, H., Lobo, R., Tourte, L and Ingram, R. (2003), “Obstacles in the agritourism regulatory process: Perspectives of operators and officials in ten California counties”, *Agricultural Issues Center*, University of California, PP. 22:1-6.
- Lopez, ED., and Garcia, F.C. (2006), “Agrotourism, sustainable tourism and ultraperipheral areas: The case of Canary Islands”, *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultura* 4, PP. 85-97.
- Neal, J. and Gursoy, D. (2008), “A multifaceted analysis of tourism satisfaction”, *Journal of Travel Research*, 47(1), PP. 53-62.