

## مدل سازی اثرات کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران در نواحی روستایی مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان دنا

سروش سنایی مقدم<sup>۱</sup>، بیژن رحمانی<sup>۲</sup>، پگاه مریدسادات<sup>۳</sup>، نبی الله طاهری<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران
۲. دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران
۳. استادیار، گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران
۴. دانشجوی دکتری، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران

### چکیده

هدف تحقیق حاضر مدل سازی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران بخش مرکزی شهرستان دنا استان کهگیلویه و بویراحمد است. روش تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است که به روش پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری این تحقیق گردشگران منطقه مورد مطالعه می باشند. جهت تعیین تعداد نمونه تحقیق با توجه به نامعلوم بودن تعداد جامعه آماری، تعداد نمونه لازم ۳۸۵ پرسشنامه به دست آمد. همچنین، به منظور تحلیل داده ها از آزمون آماری تحلیل عاملی، T تک نمونه ای و از معادلات ساختاری در محیط نرم افزار **Amos Graphics** استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان می دهد که با استفاده از آزمون تحلیل عاملی به منظور ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری هفت عوامل عملکردی، پویایی محیط، جاذبه های گردشگری، پویایی بصری، محیط اجتماعی بافت و شبکه ارتباطی و زیست محیطی به عنوان عوامل مؤثر کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی مورد مطالعه شناسایی شدند؛ همچنین نتایج آزمون T تک نمونه ای، برای محاسبه نمره نهایی میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری، با مقدار (۲/۲۸) در وضعیت نامطلوب و غیر قابل قبول بوده است. همچنین نتایج تحلیل معادلات ساختاری مرتبه دوم نشان داد که عامل عملکردی - ساختاری با ۸۰ درصد دارای بیشترین بار عاملی هست و نتایج نهایی مدل معادلات ساختاری نشان می دهد که کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری تأثیر ناچیزی با ضریب ۰/۱۴ بر رضایتمندی گردشگران دارند و در بین عامل های پنهان کیفیت محیطی عامل جاذبه های گردشگری با ۰/۸۳ بیشترین نقش را داشته است.

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۵/۳۱

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۴/۰۸

### کلید واژه ها:

گردشگری روستایی،  
معادلات ساختاری،  
رضایتمندی، استان  
کهگیلویه و بویراحمد.

## مقدمه

امروزه، صنعت گردشگری از صنایع مهم برای بهبود شرایط اقتصادی بسیاری از کشورها (محمودی و همکاران، ۱۳۹۴، رحیم نیا و همکاران، ۱۳۹۸) و همچنین یکی از منابع مهم درآمدی دنیا محسوب می‌شود (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۶). به همین جهت یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که در مدیریت سازمان گردشگری و بخش‌های مرتبط با این صنعت پذیرفته شده، رضایت گردشگران از خدمات مقاصد گردشگری است. رضایت گردشگران شاخصی مهم برای پی بردن به قصد آنان برای بازگشت و پیشنهاد مقصد به دیگران است و گردشگران راضی به در میان گذاشتن تجربه‌های مثبت از سفر با دوستان و آشنایان تمایل دارند (کروبی و همکاران، ۱۳۹۳) ارزیابی گردشگری مقصد به ذی‌نفعان درباره نحوه بهتر شدن مقاصد و انطباق بهتر آن‌ها با نیازهای گردشگران کمک مؤثری می‌کند (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۶) در نتیجه به تواناسازی نقاط قوت مقاصد، ضعف و عوامل بحرانی موفقیت آن‌ها را از دیدگاه گردشگران شناسایی می‌کند (دمیتروویچ و همکاران، ۲۰۰۹) به هر میزان رضایت گردشگر و توقعات و انتظارات گردشگران تأمین شود به همان میزان جذب گردشگر و توسعه آن را منجر می‌شود (دجری و همکاران، ۲۰۱۸) امروزه رضایتمندی مشتریان به یکی از مهم‌ترین اهداف در همه حوزه‌های فعالیتی به‌ویژه در فعالیت بخش گردشگری تبدیل شده است (پیرا و همکاران، ۲۰۱۶).

روستاگردی یا گردشگری روستایی به‌عنوان جزئی از صنعت عظیم گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع‌بخشی به رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت‌های شغلی جدید در فضاهای روستایی و در ارتباط با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا کند (جلالیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۰۶). به‌گونه‌ای که گردشگری روستایی توجه دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است (اکبریان رونیزی و شیخ بیگلو، ۱۳۹۴: ۴۳۵) زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جامعه محلی دارد (چین و همکاران، ۲۰۱۴). موضوع مهم در برنامه‌ریزی برای نواحی روستایی، ارتقای کیفیت محیطی گردشگری در چارچوب اهداف توسعه پایدار است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۶)؛ زیرا کیفیت محیط مطلوب زمینه‌ساز شکل‌گیری حس مثبت به مقصدهای گردشگری و سرانجام توسعه گردشگری است که یکی از آن‌ها ارتقای کیفیت محیطی است (مون و همکاران، ۲۰۱۱). مفهوم کیفیت ارتباط نزدیک و اجتناب‌ناپذیری با رضایت دارد و مؤثر و درعین حال متأثر از وفاداری گردشگر / مصرف‌کننده است و یافته‌های شمار زیادی از محققین مؤید این مهم است (اسکالووی و پرووتووا، ۲۰۱۶). جلب رضایت گردشگران از طریق فراهم آوردن خدمات گردشگری و مهمان‌داری (جزئی از کیفیت محیطی) اهمیت بسیاری دارد (کارونتو و دیتویو، ۲۰۱۴). کیفیت محیطی، شامل حفاظت محیطی، آموزش محیطی، جاذب‌های میراث فرهنگی، زیرساخت‌های گردشگری و منابع طبیعی برای تقویت رقابتی بودن مقصد گردشگری سهم مهمی دارد (چین و همکاران، ۲۰۱۴). روستاهای بخش مرکزی شهرستان دنا از توابع استان کهگیلویه و بویراحمد به‌عنوان یک مقصد اکو توریستی و تاریخی می‌تواند با برنامه‌ریزی صحیح و تأمین زیرساخت‌ها و امکانات لازم، بستر تحقق توسعه گردشگری را فراهم نماید. از این‌رو،

<sup>1</sup> Dmitrović et al

<sup>2</sup> Djeri et al

<sup>3</sup> Pereira et al

<sup>4</sup> Chin et al

<sup>5</sup> Moon et al

<sup>6</sup> Skálová and Peruthova

<sup>7</sup> Caruntu and Ditoiu

<sup>8</sup> Chin et al

شناسایی و تحلیل جامع عوامل مؤثر در رضایت گردشگران و بهبود ارتقای این عوامل، یکی از نخستین گام‌ها در رسیدن به توسعه صنعت گردشگری و به دنبال آن توسعه پایدار اقتصاد منطقه است. از این پژوهش حاضر به دنبال این سؤال است که میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیط روستاهای گردشگری بخش مرکزی شهرستان دنا در چه سطحی است؟ آیا بین میزان رضایتمندی گردشگران و کیفیت محیط رابطه معناداری وجود دارد؟

## مبانی نظری

### رضایتمندی گردشگری

در فرهنگ لغت رضایتمندی را (برآورد کردند یا مایه خشنودی و ارضا- شدن) معنا کرده‌اند. ایجاد حالت شادمانی، خشنودی و مطلوبیتی که در نتیجه تأمین نیازهای و برآورد کردن تقاضاها و احتیاجات مراجعه‌کننده توسط ارائه‌کننده خدمت در مراجعه‌کنندگان ایجاد می‌شود، رضایتمندی گفته می‌شود (حسام، ۱۳۹۶: ۸۰۸). اصطلاح رضایت از سفر به‌طور عمومی به‌عنوان یک ابزار ارزیابی، برای ارزیابی تجربیات سفر، محصول و خدماتی که در مقصد ارائه می‌شود استفاده شده است (اکبری و هاشم زاده، ۱۳۹۵: ۶۳) به‌گونه‌ای که رضایت گردشگران نیت رفتاری آن‌ها را بیان می‌کند و نقشی اساسی در مزیت‌های رقابتی بین مقاصد دارد باعث شده تا مورد توجه تعداد زیادی از محققان در مناطق مختلف دنیا قرار گیرد (اوستی و همکاران، ۲۰۱۲). افزایش رضایت گردشگران یکی از توابع عملکردهای اولیه مقاصد گردشگری بوده و یک پیش‌نیاز برای توسعه استراتژی منجر به بهبود جذابیت و موقعیت رقابتی مقاصد می‌باشد (دمیتروویچ و همکاران، ۲۰۰۹). به عقیده (نیل و گورسوی، ۲۰۰۸) رضایت از مصرف کالاها و خدمات گردشگری عمدتاً در سه مرحله مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد: الف- رضایت از خدمات قبل از سفر؛ ب- رضایت از خدمات ارائه شده در مقاصد گردشگری؛ و ج- رضایت از خدمات ارائه شده در مسیر حمل و نقل؛ بنابراین، رضایت گردشگران به‌عنوان تابع انتظارات پیش از بازدید و تجربه پس از بازدید تعریف می‌شود که بیانگر رابطه مفهومی تصور ذهنی گردشگر درباره مقاصد و میزان رضایتمندی او از مقاصد است (چن و چن، ۲۰۱۰). به‌طوری که بر اساس دیدگاه (هامبورگ و همکاران، ۲۰۱۶) رضایت مشتریان به‌عنوان یک مسئله حیاتی در زمینه بازاریابی مطرح است، به‌طوری که مشتریان راضی از کالاها و خدمات ارائه شده میل به بازگشت مجدد به مقصد داشته و به‌عنوان سفیران آگاه می‌توانند مبلغان خوبی بوده و در نهایت باعث افزایش وفاداری و سودآوری مدام برای مقاصد گردشگری شوند (عثمان و همکاران، ۲۰۱۳). به عقیده (جعفری و همکاران، ۱۳۹۵) تعریف و تمجیدهای گردشگران از مقاصد گردشگری در بسیاری موارد تأثیر بیشتری نسبت به تبلیغات و غیره دارد از دیدگاه (بنزوردی و همکاران، ۲۰۱۴). رضایت تابعی از ارتباط بین انتظارات پیش از سفر و تجربیات پس از سفر است رضایت گردشگران بر پایه تناسب بین انتظارات از مقصد و نتیجه

1 Osti et al

2 Dmitrović et al

3 Neal & Gursoy

4 Chen and Chen

5 Homburg et al

6 Osman et al

7 Benesbordi et al

ادراک شده از تجربه در مقصد است. با توجه به موارد مطرح در بالا، می توان یکی از بهترین مطالعات موجود در زمینه رضایتمندی گردشگران را مطالعه (خوونگ و لوان، ۲۰۱۵) دانست که شاخص های رضایتمندی گردشگری را به شرح زیر ارائه کرده است.

۱- محیط طبیعی: (آب و هوا، توپوگرافی، پوشش گیاهی، تنوع جاذبه های طبیعی و ...) ۲- محیط اجتماعی: (روابط اجتماعی، ۳- عملکرد و روابط اجتماعی، تعامل جامعه محلی و سهم مردم و دولت در زمینه زیرساخت، اقتصادی، فرهنگ، هنر، مذهب و ...) ۴- قیمت: (هزینه استفاده از جاذبه ها، خدمات و ...) ۵- فعالیت های تفریحی: (سرگرمی و اوقات فراغت) ۶- دسترسی به خدمات: (مقرون به صرفه بودن، راحتی امکانات حمل و نقل، اطلاعات و یا توزیع جغرافیایی فعالیت ها و مقاصد گردشگری).

### گردشگری روستایی

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که با بسیاری از الگوهای دیگر گردشگری پیوند دارد، ولی وجه مشخصه آن در نواحی روستایی است (پیرس، ۱۹۹۸). اجلاس جهانی گردشگری روستایی، گردشگری روستایی را شامل انواع گردشگری با برخورداری از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی می داند که امکان بهره مندی از منابع طبیعی و جاذبه های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی می داند (حسام، ۱۳۹۶: ۸۰۵). اوپرمین گردشگری روستایی را در ارتباط تنگاتنگ با گردشگری مزرعه و نهادینه کردن ارزش کشاورزی در جامعه روستای می داند که مناطق پارک های ملی و حیات حفاظت شده را شامل نمی شود (اوپرمین، ۱۹۹۶). از دیدگاه وسیع تر می توان گردشگری روستایی را دربرگیرنده دامنه ای از فعالیت ها و خدمات مربوط به تفریح و آرامش گردشگران دانست که به وسیله کشاورزان و مردم روستایی برای جذب گردشگران به مناطق خود به منظور کسب درآمد صورت می گیرد (کانن، ۱۹۹۴). با این حال، گردشگری روستایی می تواند به طور ساده به عنوان مسافرت به نواحی روستایی تعریف شود (مک دونالد جولیف، ۲۰۰۳).

### کیفیت محیط

ادبیات مربوط به کیفیت در گردشگری و تفریحات، به اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی بازمی گردد. ادبیات گردشگری تلاش های مختلفی را در مورد چگونگی ارزیابی گردشگران از کیفیت خدماتی که آن ها در طول دوره تفریح دریافت می کنند آشکار کرده است (شونک، ۲۰۰۶: ۸) واژه کیفیت، مفهومی است که در تمامی دانش ها و زمینه های مرتبط با زندگی انسان به کار رفته و مورد استفاده قرار گرفته است (سجاسی قیدار و صادق، ۱۳۹۵: ۳۴) کیفیت محیط موضوع پیچیده ای است که ادراک انتزاعی، طرز تلقی و ارزش هایی را که بین گروه ها و افراد متفاوت است در برمی گیرد (اکبریان رونیزی و شیخ بیگلو، ۱۳۹۴: ۴۳۶، رفیعیان و همکاران، ۱۳۹۰، رضوانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۹، حسام و همکاران، ۱۳۹۶). پس می توان بیان داشت که کیفیت محیط یک مفهوم چندبعدی است که با

1 Khuong and Luan

2 Pearce

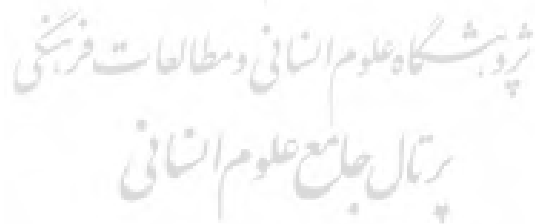
3 Opperman

4 Cannon

5 MacDonald Joliffe

8 Honk

مفاهیمی همچون کیفیت زندگی، کیفیت مکان، ادراک و رضایتمندی و قابلیت زندگی اشتراکاتی دارد به طوری که در بسیاری موارد به عنوان معانی مشابه در نظر گرفته می شوند (سجاسی قیداری، ۱۳۹۳: ۱۵۳، حسام و همکاران ۱۳۹۶). فقدان تعریف جامع، دقیق و مورد توافق صاحب نظران از مفهوم کیفیت محیط در چارچوب های نظریه های امری کاملاً بدیهی است دلیل اصلی این امر می تواند ارتباط یا همپوشانی این مفهوم با مفاهیم مبهم و پیچیده دیگر مثل کیفیت زندگی، قابلیت زندگی و پایداری باشد (پور جعفر و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۹ به نقل از حسام و همکاران، ۱۳۹۶). تاکنون تعاریف مختلفی از لحاظ نظری از مفهوم ترکیبی کیفیت محیطی از سوی صاحب نظران ارائه شده است. این برداشت های گوناگون، بر اساس زمینه فکری صاحب نظران یا نحوه انتخاب شاخص ها از سوی آن ها شکل گرفته اند (سجاسی قیداری، صادقلو، ۱۳۹۵: ۳۵). از همین رو تعاریف مختلفی از محیط و کیفیت محیطی از دیدگاه محققان و مجامع بین المللی مختلف داریم به طوری که لنسینگ و مارانس<sup>۱</sup> (۱۹۶۹) از محیط، یک محیط با کیفیت بالای حسی از رفاه و رضایت را برای افراد از طریق شاخص هایی که ممکن است فیزیکی، اجتماعی و یا نمادین باشد به همراه دارد. همچنین، پورتیوس<sup>۲</sup> (۱۹۷۱) در مورد کیفیت محیط بیان داشته است، کیفیت محیطی موضوع پیچیده ای است که در بردارنده ادراک انتزاعی، طرز تلقی و ارزش هایی است که در بین افراد و گروه ها متفاوت است در گردشگری، کیفیت دو جز دارد: کیفیت فراهم آوری خدمات و سطح کیفی خود خدمات. کیفیت می تواند از سوی مصرف کننده با در نظر گرفتن عواملی که مرجع نامیده می شوند، ارزیابی شود (بوتنارو و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴). کیفیت محیط از مجموعه ای عناصر و متغیرها شامل کیفیت بصری، کیفیت محیطی، کیفیت عملکردی، پویایی محیط، کیفیت بافت و حمل و نقل، کیفیت محیط اجتماعی و کیفیت جاذبه های گردشگری تشکیل شده (حسام و همکاران، ۱۳۹۶).

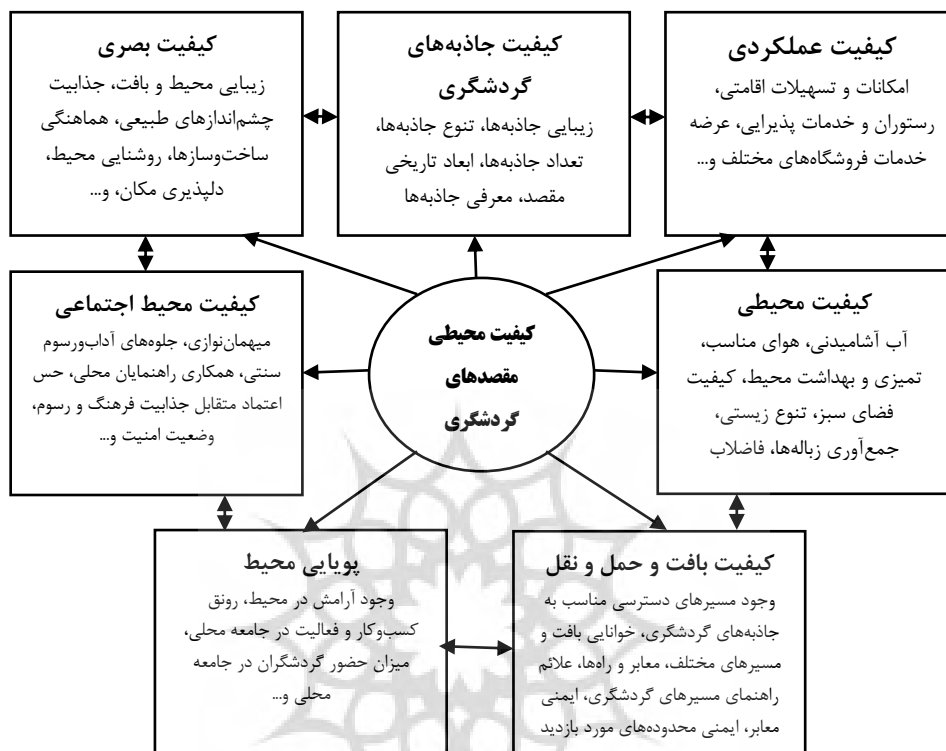


<sup>۱</sup>Lansing and Marans

<sup>۲</sup>Porteous

<sup>۳</sup>Butnaru et al

شکل ۱: عوامل تاثیر گذار بر کیفیت محیطی، حسام و همکاران، ۱۳۹۶.



در زمینه کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگران تحقیقات فراوانی در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است که به صورت موردی به آن‌ها اشاره می‌شود.

جدول ۱: مطالعات صورت گرفته در زمینه کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگران.

عنوان و سال	نویسنده	نتایج
ارزیابی عملکرد فعالیت‌های توریستی در جلب رضایت گردشگران سالخورده در پاهانگ مالزی <sup>۱</sup> پرداخته‌اند. (۲۰۱۵)	ابوعلی و همکاران <sup>۲</sup>	طبق یافته‌های آن‌ها دو عامل دسترسی راحت به مقصد و خدمات حمل‌ونقل محلی در پاهانگ به‌عنوان مهم‌ترین عوامل در جلب رضایت گردشگران سالخورده محسوب می‌شود.
ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران داخلی و خارجی از پاهانگ مالزی (۲۰۱۳)	سو کی من و همکاران <sup>۳</sup>	بیانگر آن است که مسئولان گردشگری در این مقصد، با بصیرت خاصی در تلاش برای جذب رضایت گردشگران بوده و در این زمینه موفق عمل کرده‌اند
کیفیت مقصدهای گردشگری به‌عنوان یک عامل مهم در افزایش جذابیت آن‌ها با ارزیابی کیفیت مقصدهای گردشگری در بین گردشگران داخلی و خارجی	بلازسکا، میلنسکوفسکی و گراماتینوفسکی <sup>۴</sup>	به این نتیجه رسیدند که عدم رضایت از زیرساخت‌های جاده‌ای، قیمت خدمات و شرایط اقامت به همراه جاذبه‌ها باید موردبررسی بیشتر قرار گیرد
کیفیت محیطی و کارآفرینی در گردشگری روستایی در ایتالیا، رابطه بین کیفیت محیطی و خدمات را در گردشگری روستایی بررسی کرده‌اند	دی بتا و آمنتا <sup>۵</sup>	نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین تعداد شرکت‌های ثبت‌شده در گردشگری روستایی در مناطقی قرار دارند که وضعیت کیفیت محیطی بهتر است. علاوه بر این، تنها ۷ درصد از فعالیت‌های کارآفرینی با موضوع کیفیت محیطی ارتباط دارد و در نهایت بیان می‌کنند که فعالیت‌های گردشگری روستایی در ایتالیا به‌خوبی با بحث کیفیت محیطی پیوند نخورده است
ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران روستایی از مقصد با تأکید بر ویژگی‌ها و رفتار سفر آن‌ها مورد: روستاهای محور تنگ درکش- پشت پر استان بوشهر (۱۳۹۷)	طهماسبی، روشنیان، متوسلی	نشان می‌دهد گردشگران روستایی رضایت نسبتاً کمی داشته‌اند و در بین مؤلفه‌های رضایتمندی بیشترین عوامل تأثیرگذار بر گردشگران کمیت و کیفیت خدمات صرف غذا بوده و کمترین عامل، جاذبه‌های گردشگری منطقه و کیفیت راهی ارتباطی منطقه بوده است.
ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران از مقصدهای گردشگری روستایی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان فومن) (۱۳۹۶).	حسام	نشان می‌دهد امنیت گردشگری، غذاهای محلی و تنوع فعالیت در منطقه مورد مطالعه به ترتیب بیشترین تأثیر در میزان رضایتمندی گردشگران را در منطقه مورد مطالعه را داشته است.
ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: محور قلعه رودمان) ۱۳۹۶	حسام، باغبانی، چراغی	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که عوامل عملکردی، جاذبه‌های گردشگری، بصری و زیست محیطی به‌عنوان عوامل مؤثر کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی مورد مطالعه مورد بررسی قرار گرفتند
تبیین نقش کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی تقویت تصویر ذهنی گردشگران (مورد مطالعه: روستاهای بخش گردشگری بخش رودبار قصران) (۱۳۹۴)	سجاسی قیداری، طاهره صادقلو و مهدوی	نشان می‌دهد کیفیت محیطی روستاهای مقصد گردشگری تأثیر بسزایی در ارزش ادراکی گردشگران از محیط و خلق تصویر ذهنی مثبت از مقصدهای روستایی دارد.
تحلیل و تبیین نقش کیفیت محیطی در جذب گردشگر به مقاصد گردشگری روستایی؛ مطالعه موردی: روستاهای گردشگری دهستان لوسان کوچک (۱۳۹۵)	سجاسی قیداری و صادقلو	و به این نتیجه دست‌یافته‌اند که گردشگران از مؤلفه‌های کیفیت محیطی در این روستاها رضایتمندی داشته که بیشترین میزان رضایت مربوط به مؤلفه معنایی و ادراکی و در مرتبه بعدی مؤلفه زیباشناختی و فرمی بوده است.

1 Penang,

2 Aboali, IrwanaMohamed

3 Sukiman, Irwana, Muhibuddin, Mahamad, Yossof

4 Blazeska, Milenkovski, Gramatnikovski

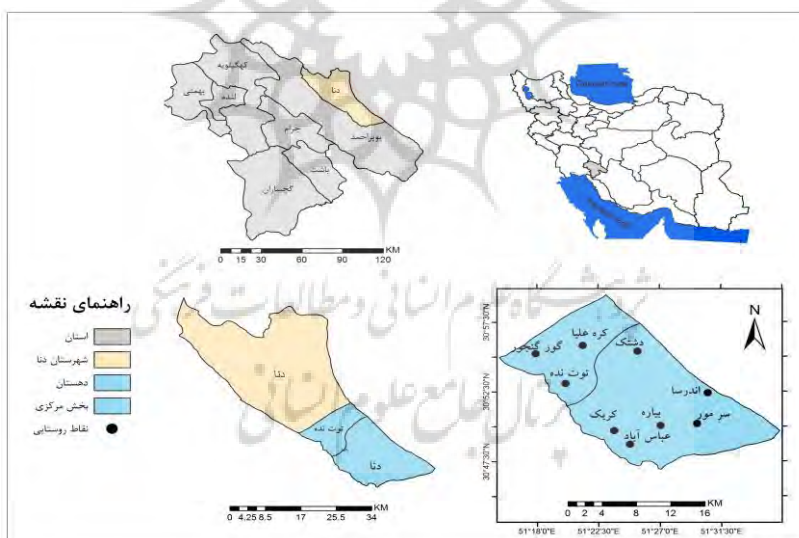
5 Di Betta and Amenta

<p>نشان می‌دهد د منطقه مورد مطالعه بر اساس دیدگاه گردشگران، بین شاخص‌های کیفیت محیطی مطالعه شده، شاخص کیفیت عملکردی- ساختاری بیشترین تأثیر را بر جذب و توسعه گردشگری داشته است.</p>	<p>اکبریان نی‌ریزی و شیخ بیگلو</p>	<p>سنجش کیفیت محیط روستاهای گردشگری مورد مطالعه بخش آسارا- شهرستان کرج (۱۳۹۴)</p>
---	------------------------------------	---

### محدوده مورد مطالعه

شهرستان دنا در شمال استان کهگیلویه و بویراحمد واقع گردیده و دارای مساحتی بالغ بر ۱۸۲۱ کیلومتر مربع می‌باشد که حدوداً ۱۰ درصد از وسعت استان را در برمی‌گیرد. این شهرستان از شمال به سمیرم در استان اصفهان و شهرستان لردگان و از جنوب به شهرستان بویراحمد محدود می‌شود این شهرستان بر اساس تقسیمات کشوری سال ۱۳۹۵ دارای ۳ بخش (مرکزی، پاتاوه و کبگیان) است. بخش مرکزی دارای دو دهستان (دنا و توت نده) می‌باشد. این شهرستان در سال ۱۳۹۵ دارای ۷۴۹۳۷ نفر جمعیت شهری و روستایی و (۸۸۷۷) خانوار می‌باشد. بخش مرکزی شهرستان دنا در سال ۱۳۹۵ دارای (۲۷۶۵) خانوار و دارای (۱۴۳۹۴) نفر جمعیت می‌باشد (سالنامه آماری استان کهگیلویه و بویراحمد، ۱۳۹۵).

شکل ۲: نقشه موقعیت منطقه مورد مطالعه، ترسیم نگارندگان، ۱۳۹۸.





شکل ۳: جاذبه‌های گردشگری روستاهای مورد مطالعه



### روش تحقیق

مطالعه حاضر از نوع توصیفی- تحلیلی است که به روش پیمایشی انجام گرفته است. تحقیق دارای دو قسمت اسنادی و کمی می- باشد که در قسمت اسنادی از طریق مطالعه کتابخانه‌ای به جمع‌آوری ادبیات تحقیق پرداخته شد. در قسمت کمی که شامل پیمایش میدانی است ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه تحقیق بر اساس شاخص‌های جدول شماره ۲ طراحی گردیده و برای امتیازدهی به شاخص‌ها از روش ارزش‌گذاری طیف لیکرت (خیلی کم: ۱ تا خیلی زیاد: ۵) استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق گردشگران روستایی می‌باشد که برای گردشگری به منطقه مراجعه می‌کنند برای انجام نمونه‌گیری از آنجایی که آمار دقیق و روشنی از تعداد گردشگران وارد شده به مقصدهای گردشگری روستایی مشخص نیست برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری کوکران برای جامع نامعین و نامحدود با سطح اطمینان ۹۵٪ استفاده شد که تعداد نمونه تخمین زده برابر با ۳۸۵ پرسشنامه می‌باشد در ادامه به منظور سازگاری درونی و روایی پرسشنامه گویه‌های طرح شده از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و برای این منظور تعداد ۶۰ پرسشنامه تکمیل و پیش‌آزمون گردید و ضریب آلفای به دست آمده به صورت کلی برابر با ۰/۹۱۸ می‌باشد. همچنین، به منظور تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل عاملی استفاده و برای میزان سنجش رضایت گردشگران از کیفیت محیطی از T تک نمونه‌ای و از معادلات ساختاری در نرم‌افزار Amos Graphics استفاده گردید.

## جدول ۲: شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش

عملکردی	امکانات و تسهیلات اقامتی، رستوران و خدمات پذیرایی، امکانات درمانی اولیه، دسترسی به پمپ‌بازین در فاصله مناسب، امکانات گذران اوقات فراغت (تفریحی و جز آن)
جاذبه‌های گردشگری	زیبایی جاذبه‌ها، تنوع جاذبه‌ها، جلوه‌های اصیل و سنتی در روستا، ابعاد تاریخی روستا، معرفی جاذبه‌ها
بصری	زیبایی محیط و بافت روستا، جذابیت چشم‌اندازهای طبیعی، روشنایی محیط روستا، دلپذیری مکان، نمای ساختمان‌ها
زیست‌محیطی	آب آشامیدنی و هوای مناسب، تمیزی و بهداشت محیط، کیفیت فضای سبز، تنوع زیستی روستا، جمع‌آوری زباله‌ها و فاضلاب
بافت و شبکه‌های ارتباطی	وجود مسیرهای دسترسی مناسب به جاذبه‌های گردشگری، خوانایی بافت و مسیرهای مختلف روستا، معابر و راه‌های روستایی، علائم راهنمای مسیرهای گردشگری ارتباطات تلفن ثابت و همراه
محیط اجتماعی	میهمان‌نوازی روستائیان، جلوه‌های آداب‌ورسوم سنتی در روستا، حس اعتماد متقابل بین روستائیان و گردشگران، وضعیت امنیت، ایمنی معابر روستا، ایمنی محدوده‌های مورد بازدید
پویایی محیط	وجود آرامش در روستا، رونق کسب‌وکار و فعالیت در روستا، تعاملات اجتماعی فعال در روستا، میزان حضور گردشگران در روستا
رضایتمندی	کیفیت اقامتگاه و رستوران، کیفیت رفتار جامعه میزبان، کیفیت زیرساخت‌ها و خدمات، کیفیت محیط و جاذبه‌های محیطی، امنیت و ایمنی

حسام و همکاران، (۱۳۹۶)، چاین و همکاران (۲۰۱۴)، ون کامپ و همکاران (۲۰۰۳).

## تجزیه و تحلیل

## سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران

به‌منظور سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران در قالب چند عامل مهم و محدود، از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده گردیده است. علت انتخاب تحلیل عاملی ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی منطقه و خلاصه‌سازی شاخص‌های تحقیق جهت تبیین مطلوب‌تر کیفیت محیطی می‌باشد. در همین راستا، به‌منظور تشخیص مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی، از آزمون بارتلت و شاخص KMO بهره گرفته شد. معنی‌داری آزمون بارتلت و با عدد ۶۸۸۲/۲۶۴ در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب KMO (۰/۸۶۶) حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای موردنظر برای انجام تحلیل عاملی است لازم به ذکر است برای تعیین تعداد عوامل در این تحقیق، عواملی موردپذیرش قرار گرفته‌اند که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از ۱ باشد. بر این اساس، تعداد هفت عامل که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از عدد ۱ بود، استخراج گردید (جدول ۳). نتایج نشان می‌دهد هفت عامل شناسایی شده توانسته‌اند ۶۸٪ واریانس اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین نمایند. درصد تبیین هر یک از عوامل شناسایی شده به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: عامل اول ۳۱/۴۶۲٪، عامل دوم ۹/۳۷۸٪، عامل سوم ۷/۷۰۵٪، عامل چهارم ۶/۱۵۴٪ و عامل پنجم ۵/۴۹۲٪، عامل ششم ۴/۵۳۵٪ و عامل هفتم ۳/۳۵۸٪ را به خود اختصاص داده است.

جدول ۳: عامل‌های استخراج شده در خصوص اثرات کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران.

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
اول	۱۱/۰۱۲	۳۱/۴۶۲	۳۱/۴۶۲
دوم	۳/۲۸۲	۹/۳۷۸	۴۰/۸۴۰
سوم	۲/۶۹۷	۷/۷۰۵	۴۸/۵۴۵
چهارم	۲/۱۵۴	۶/۱۵۴	۵۴/۶۹۸
پنجم	۱/۹۲۲	۵/۴۹۲	۶۰/۱۹۰
ششم	۱/۵۸۷	۴/۵۳۵	۶۴/۷۲۵
هفتم	۱/۱۷۵	۳/۳۵۸	۶۸/۰۸۳

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

### نام‌گذاری عامل‌ها

در این پژوهش برای چرخش عامل‌ها از روش واریماکس استفاده شده است. در این مرحله، متغیرهایی که بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ دارند (جدول ۴)، شناسایی شده و باهم تشکیل عامل داده‌اند. به طوری که شاخص کیفیت محیطی از هفت مؤلفه اصلی (عملکردی-ساختاری، جاذبه‌های گردشگری، بصری، پویایی محیط، زیست محیطی، بافت و شبکه ارتباطی، محیط اجتماعی) ساخته شد و مؤلفه رضایتمندی شامل پنج متغیر کیفیت اقامتگاه و رستوران، کیفیت رفتار جامعه میزبان، کیفیت زیرساخت‌ها و خدمات، کیفیت محیط و جاذبه‌های محیطی و کیفیت امنیت و ایمنی است.

جدول ۴. نام‌گذاری عامل‌ها، ضرایب عامل دوران یافته اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران.

عامل	مؤلفه	بار عاملی	عامل	مؤلفه	بار عاملی
عملکردی	امکانات و تسهیلات اقامتی	۰/۷۸۱	بافت و شبکه ارتباطی	وجود مسیرهای دسترسی مناسب به جاذبه‌های گردشگری	۰/۷۰۳
	رستوران و خدمات پذیرایی	۰/۸۱۹		خوانایی بافت و مسیرهای مختلف روستا	۰/۶۳۸
	عرضه خدمات و فروشگاه‌های مختلف	۰/۷۰۵		معابر و راه‌های روستایی	۰/۷۴۷
	امکانات درمانی اولیه	۰/۵۷۰		علائم راهنمای مسیرهای گردشگری	۰/۶۴۱
	پمپ بنزین در فاصله مناسب	۰/۶۷۱		ارتباطات تلفن ثابت و همراه	۰/۷۵۱
	امکانات گذران اوقات فراغت	۰/۶۴۳		میهمان‌نوازی روستاییان	۰/۶۷۴
جاذبه‌های گردشگری	زیبایی جاذبه‌ها	۰/۷۰۳	محیط اقامتی	جلوه‌های آداب و رسوم سنتی در روستا	۰/۵۴۹
	تعداد و تنوع جاذبه‌ها	۰/۷۶۹		حس اعتماد متقابل بین روستاییان و گردشگران	۰/۷۰۵
	معرفی جاذبه‌ها	۰/۷۰۰		وضعیت امنیت	۰/۵۰۴
	جلوه‌های اصیل و سنتی در روستا	۰/۶۳۰		ایمنی معابر روستا و محدوده‌های مورد بازدید	۰/۶۲۶
	ابعاد تاریخی روستا	۰/۷۲۲		وجود آرامش در روستا	۰/۷۸۷

زیبایی محیط و بافت روستا	۰/۶۶۵	رضایتمندی	رونق کسب و کار و فعالیت در روستا	۰/۷۴۱
			تعاملات اجتماعی فعال در روستا	۰/۵۹۷
			میزان حضور گردشگران در روستا	۰/۷۰۹
دلپذیری مکان	۰/۷۷۰	زیست محیطی	کیفیت اقامتگاه و رستوران	۰/۵۴۲
نمای ساختمان‌ها	۰/۷۸۶		کیفیت رفتار جامعه میزبان	۰/۷۳۳
آب آشامیدنی و هوای مناسب	۰/۵۲۲		کیفیت زیر ساخت‌ها و خدمات	۰/۵۲۸
تمیزی و بهداشت محیط	۰/۷۳۳		کیفیت محیط و جاذبه های محیطی	۰/۶۵۸
کیفیت فضای سبز	۰/۵۲۵		کیفیت امنیت و ایمنی.	۰/۶۶۹
تنوع زیستی روستا	۰/۶۹۸			
جمع‌آوری زباله‌ها و فاضلاب	۰/۶۶۴			

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

### بررسی وضعیت رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری

در ادامه نتایج آزمون T تک نمونه‌ای، برای محاسبه نمره نهایی میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری، با در نظر گرفتن عدد ۳ به عنوان عدد مبنا، نشان داد میانگین محاسبه شده (با مقدار ۲/۲۸) به صورت معناداری کمتر از عدد ۳ بوده است جدول (۵)؛ بنابراین، در یک جمع‌بندی نهایی می‌توان چنین عنوان کرد که کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بخش مرکزی شهرستان دنا از لحاظ رضایتمندی گردشگران در وضعیت نامطلوب و غیرقابل قبول قرار دارد.

جدول ۵. آزمون T تک نمونه‌ای برای سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران.

رضایتمندی گردشگران	Test Value = 3						
	میانگین	مقدار T	df	Sig.	فاصله اطمینان ۰/۹۵		نتیجه آزمون
					حد پایین	حد بالا	
	۲/۲۸	-۱۲/۳۹۰	۲۷۴	/۰۰۰	-۰/۸۳۳۶	-۰/۶۰۵۰	رد H0

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

بررسی اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری؛

### توصیف متغیرهای مشاهده شده (معرف‌ها)

پیش از پرداختن به مدل‌های اندازه‌گیری زیر مقیاس‌های هفت‌گانه مؤلفه‌های کیفیت محیطی و مؤلفه رضایتمندی بر اساس متغیرهای مشاهده شده و مدل ساختاری سنجش اثرات آن‌ها، ابتدا به توصیف آماری متغیرهای مشاهده شده و نحوه پردازش آن‌ها می‌پردازیم. جدول شماره (۶) خلاصه‌ای از آماره‌های توصیفی متغیرهای اولیه و مؤلفه‌های هفت‌گانه سنجش کیفیت محیطی و رضایتمندی را همراه با نتایج اعتبارسنجی اولیه آن‌ها بر اساس آزمون آلفای کرونباخ نشان می‌دهد. ملاحظه می‌-

شود میانگین هیچ کدام از گوی‌ها حتی به مقدار متوسط طیف (عدد ۳) هم نمی‌رسد که نشان دهنده ضعف کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری است.

جدول ۶: توصیف گویه‌ها و متغیرهای کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگران.

متغیرها و شاخص‌های سنجش شده									
کرون	انحراف	میانگین	گویه‌ها	ابعاد	کرونباخ	انحراف معیار	میانگین	گویه‌ها	ابعاد
باخ	معیار	ن					ن		
۰/۸۳۵	۰/۹۵۲	۲/۳۲	وجود آرامش در روستا	Po1	۰/۹۰۰	۰/۷۶۷	۲/۴۲	امکانات و تسهیلات اقامتی	as1
	۰/۹۶۰	۲/۲۴	رونق کسب و کار و فعالیت در روستا	Po2		۰/۷۶۰	۲/۳۵	رستوران و خدمات پذیرایی	As2
	۰/۹۱۹	۲/۸۱	تعاملات اجتماعی فعال در روستا	Po3		۰/۷۸۹	۲/۳۷	عرضه خدمات و فروشگاه‌ها	As3
	۱/۰۳۴	۲/۷۵	میزان حضور گردشگران در روستا	Po4		۰/۷۵۶	۲/۶۲	امکانات درمانی اولیه	As4
	۱/۲۰۱	۱/۹۹	وجود مسیرهای دسترسی به جاذبه‌ها	Baf1		۰/۹۰۲	۱/۹۸	دسترسی به پمپ‌بنزین	As5
	۱/۱۲۱	۲/۲۳	خوانایی بافت و مسیرهای مختلف روستا	Baf2		۰/۸۰۵	۲/۱۴	امکانات گذران اوقات فراغت	As6
۰/۸۴۷	۱/۰۸۵	۲/۵۹	معاور و راه‌های روستایی	Baf3	۰/۸۸۸	۰/۹۰۶	۲/۵۰	زیبایی جاذبه‌ها	Jg1
	۱/۲۳۱	۲/۲۹	علائم راهنمای مسیرهای گردشگری	Baf4		۱/۰۶۲	۲/۴۱	تنوع جاذبه‌ها	Jg2
	۱/۲۲۵	۲/۳۲	ارتباطات تلفن ثابت و همراه	Baf5		۱/۰۴۷	۲/۳۵	جلوه‌های اصیل و سنتی	Jg3
	۰/۸۳۷	۱/۹۸	میهمان‌نوازی روستاییان	Me1		۰/۹۶۶	۲/۹۶	ابعاد تاریخی روستا	Jg4
	۰/۷۹۸	۱/۷۹	جلوه‌های آداب و رسوم سنتی در روستا	Me2		۱/۰۶۸	۲/۶۵	معرفی جاذبه‌ها	Jg5
۰/۸۷۸	۰/۷۷۱	۱/۵۹	حس اعتماد متقابل بین روستاییان و گردشگران	Me3	۰/۸۹۵	۰/۸۷۵	۲/۳۴	زیبایی محیط و بافت روستا	Bs1
	۰/۷۶۵	۱/۹۰	وضعیت امنیت و ایمنی معاور روستا	Me4		۰/۹۴۲	۲/۳۸	جذابیت چشم‌اندازهای طبیعی	Bs2
	۰/۸۴۸	۱/۹۲	ایمنی محدوده‌های مورد بازدید	Me5		۰/۹۱۴	۲/۴۲	روشنایی محیط روستا	Bs3
۰/۸۳۰	۱/۲۴۲	۲/۳۳	کیفیت اقامتگاه و رستوران	R1	۰/۸۳۱	۰/۹۱۴	۲/۵۹	دلپذیری مکان	Bs4
	۱/۲۱۸	۲/۱۹	کیفیت رفتار جامعه میزبان	R2		۱/۰۰۱	۲/۷۷	نمای ساختمان‌ها	Bs5
	۱/۳۴۷	۲/۳۳	کیفیت زیرساخت‌ها و خدمات	R3		۱/۲۶۰	۲/۳۵	آب آشامیدنی و هوای مناسب	Zm1
	۱/۲۳۸	۲/۲۱	کیفیت محیط و جاذبه‌های محیطی	R4		۱/۲۰۶	۲/۱۹	تمیزی و بهداشت محیط	Zm2
	۱/۱۸۹	۲/۳۴	امنیت و ایمنی	R5		۱/۳۱۱	۲/۳۳	کیفیت فضای سبز	Zm3
						۱/۲۲۸	۲/۲۱	تنوع زیستی روستا	Zm4
						۱/۱۵۰	۲/۳۱	جمع‌آوری زباله‌ها و فاضلاب	Zm5

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

پس از توصیف گویه‌ها به‌عنوان متغیرهای مشاهده‌شده، در ادامه به مدل‌سازی‌های ساختاری زیر مقیاس‌های هفت‌گانه کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و رضایتمندی می‌پردازیم. درنهایت، مقیاس کلی سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری در جامعه مورد مطالعه پرداخته شده است. هدف اصلی در این قسمت این است که ببینیم آیا با توجه به ساختار داده‌ها و رابطه بین متغیرهای مشاهده‌شده، می‌توان مدل معتبری برای سنجش

میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری مطابق تقسیم‌بندی نظری ارائه‌شده در جدول شماره (۴) پیشنهاد کرد؟ و اگر چنین است، نقش و تأثیر هر کدام از متغیرهای فوق در این زمینه چه اندازه و چگونه است؟

### تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری

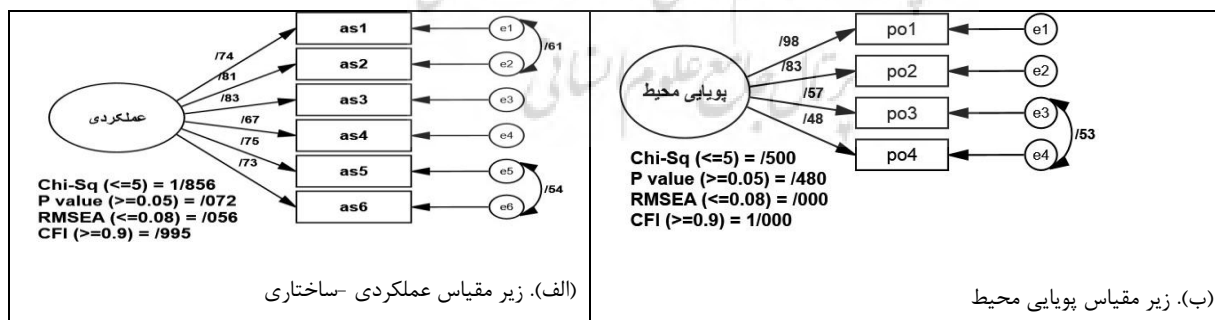
ابتدا هفت تحلیل عاملی تأییدی (CFA) یک عاملی برای ایجاد و سنجش اعتبار هفت مقیاس عملکردی-ساختاری، پویایی محیطی، محیط اجتماعی، زیست‌محیطی، بصری، جاذبه‌های گردشگری و بافت و شبکه ارتباطی به‌عنوان مؤلفه‌های سنجش کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و یک مؤلفه رضایتمندی برای سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از مقصدهای گردشگری را در محیط نرم‌افزار Amos Graphics ترسیم و تحلیل شدند.

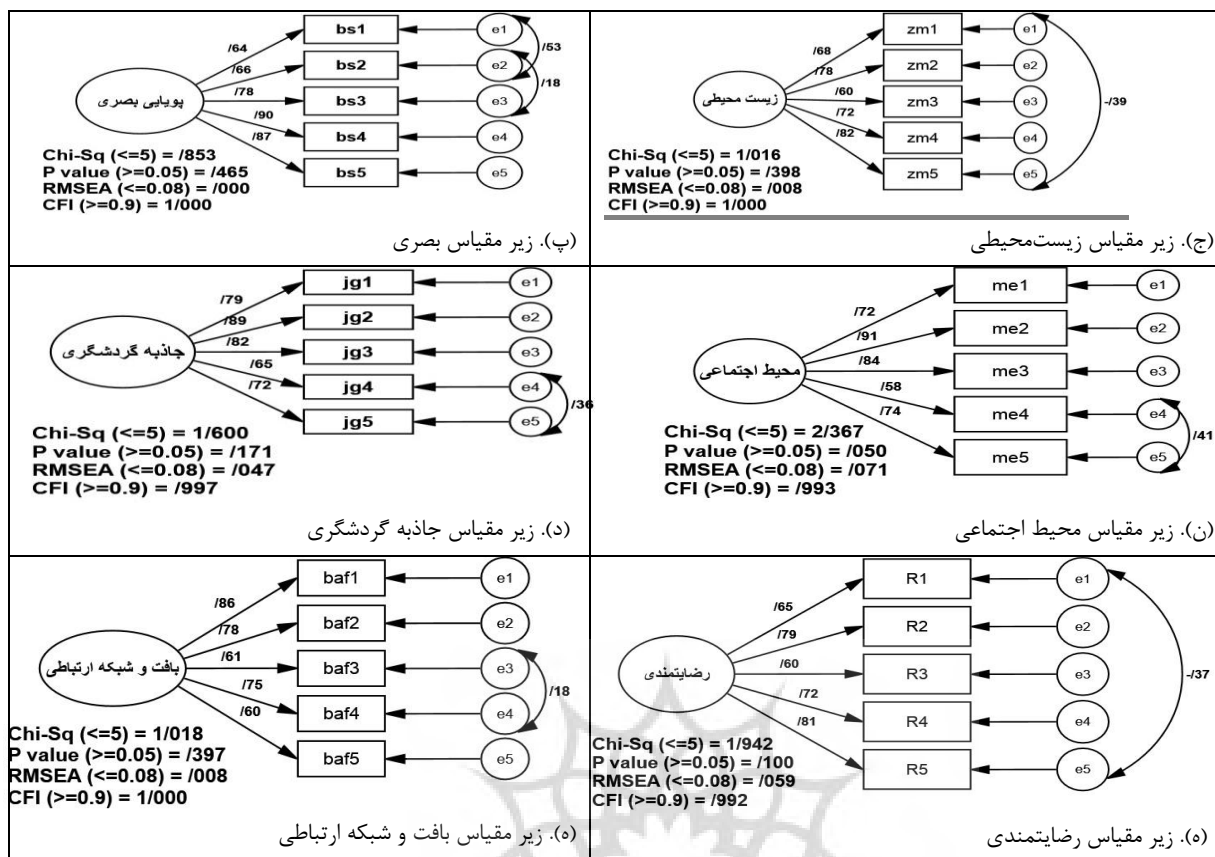
شکل ۱ نمودارهای مسیر این هشت مقیاس را بر اساس متغیرهای مشاهده‌شده (جدول ۴) همراه با برآورد استاندارد ضرایب رگرسیونی، شاخص کای اسکوئر و سطح معنی‌داری آن نشان می‌دهد. جدول (۷) نیز این برآوردهای استاندارد ضرایب مسیر، همراه با نسبت بحرانی، خطای استاندارد (SE) و سطح معنی‌داری (P-value) آن‌ها را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود (شکل ۳)، بارهای عاملی مربوط به هر یک از متغیرهای مؤلفه‌های هفت‌گانه کیفیت محیطی و رضایتمندی در وضعیت مطلوبی قرار دارند.

برای بررسی برازش کلیت مدل‌های اندازه‌گیری مربوط به متغیرهای وابسته و مستقل پژوهش، مهم‌ترین شاخص‌های ارزیابی برازش مدل از منابع مستند استخراج‌شده و مقادیر محاسبه‌شده با معیارهای پیشنهادی تطبیق داده شد. همان‌طور که مشاهده می‌شود (جدول ۷)، وضعیت کلیه معیارهای برآورد شده با مقادیر مطلوب (معیارهای پیشنهادی) همخوانی بالایی داشته و در مجموع می‌توان چنین عنوان کرد که مدل‌های اندازه‌گیری ترسیم‌شده، شرایط و اعتبار لازم را برای طراحی مدل نهایی پژوهش (اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر میزان رضایتمندی گردشگران) را دارا هستند.

شکل ۳. برآوردهای استاندارد مدل‌های عاملی تأییدی برای اعتبارسنجی مقیاس‌های هفت‌گانه کیفیت محیطی و رضایتمندی

#### گردشگران





جدول ۷. شاخص‌های برازش مدل‌های اندازه‌گیری زیرمقیاس‌های هفت‌گانه کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و رضایتمندی

شاخص‌های برازش									مدل‌های اندازه‌گیری زیرمقیاس‌ها
RMSEA	PRATIO	CFI	NFI	GFI	RMR	Sig	df	CMIN	ها
۰/۰۵۶	۰/۴۶۷	۰/۹۹۵	۰/۹۸۸	۰/۹۷۷	۰/۰۲۱	۰/۰۷۲	۷	۱/۸۵۶	عملکردی ساختاری
۰/۰۰۰	۰/۱۶۷	۱/۰۰۰	۰/۹۹۹	۰/۹۹۹	۰/۰۰۴	۰/۴۸۰	۱	۰/۵۰۰	پویایی محیطی
۰/۰۰۰	۰/۳۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۹۷	۰/۹۹۶	۰/۰۰۸	۰/۴۶۵	۳	۰/۸۵۳	پویایی بصری
۰/۰۰۸	۰/۴۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۹۲	۰/۹۹۴	۰/۰۳۰	۰/۳۹۸	۴	۱/۰۱۶	زیست محیطی
۰/۰۴۷	۰/۴۰۰	۰/۹۹۷	۰/۹۹۲	۰/۹۹۱	۰/۰۱۴	۰/۱۷۱	۴	۱/۶۰۰	جاذبه گردشگری
۰/۰۷۱	۰/۴۰۰	۰/۹۹۳	۰/۹۸۷	۰/۹۸۷	۰/۰۱۲	۰/۰۵۰	۴	۲/۳۶۷	محیط اجتماعی
۰/۰۰۸	۰/۴۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۹۳	۰/۹۹۴	۰/۰۲۱	۰/۳۹۷	۴	۱/۰۱۸	بافت و شبکه ارتباطی
۰/۰۵۹	۰/۴۰۰	۰/۹۹۲	۰/۹۸۵	۰/۹۸۹	۰/۰۴۳	۰/۱۰۰	۴	۱/۹۴۲	رضایتمندی
<۰/۰۸	۱-۰	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	≈	>۰/۰۵	-	<=۵	مقادیر معیار پیشنهادی

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

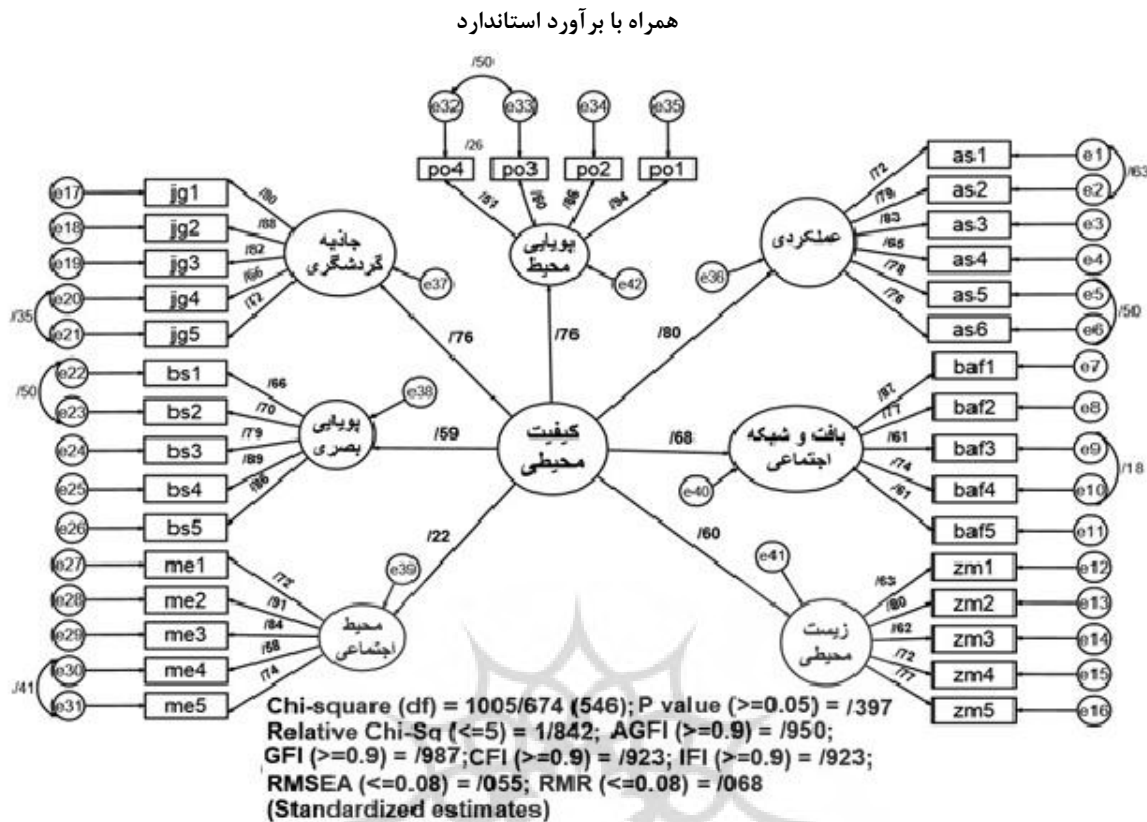
این شاخص‌ها در واقع معیارهایی برای تأیید مدل‌های نظری تدوین شده با استفاده از داده‌های گردآوری شده هستند. بی‌آن که به مفهوم ضمنی هر کدام از شاخص‌های فوق بپردازیم، تنها به این نکته بسنده می‌کنیم که این شاخص‌ها در سه گروه شاخص‌های برازش مطلق (CMIN یا کای اسکوئر، RMR: ریشه دوم مربعات باقیمانده و GFI: شاخص نیکوی برازش)، شاخص‌های برازش تطبیقی (NFI: شاخص نرمال شده بنتلر - بونت و CFI: برازش تطبیقی) و شاخص‌های برازش مقصد (PRATIO: نسبت صرفه‌جویی و RMSEA: ریشه میانگین مربعات خطای برآورد) تقسیم‌بندی می‌شوند. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، تمامی هشت شاخص فوق اعتبار و برازش بسیار خوب هر هشت مدل اندازه‌گیری را با داده‌های گردآوری شده تأیید می‌کنند. به این ترتیب، زمینه برای تدوین و ارزیابی مدل اصلی تحقیق فراهم است. مهم‌ترین شاخص از این میان شاید همان کای اسکوئر است که هر چه کوچک تر باشد، نشانه برازش بیشتر مدل با داده‌هاست. مبنای محاسبه این شاخص تفاوتی است که بین ماتریس واریانس و کوواریانس نمونه‌ای حاصل از متغیرهای مشاهده شده و ماتریس واریانس - کوواریانس بازتولید شده بر مبنای پارامترهای برآورد شده در مدل تدوین شده وجود دارد. ماتریس اول در واقع برآوردی از واریانس و کوواریانس‌های متغیرهای پژوهش در جامعه آماری مورد مطالعه تلقی می‌شود و ماتریس دوم برآوردی از ساختار واریانس و کوواریانس این متغیرها در یک جامعه آماری نامحدود است؛ بنابراین، بیشتر بودن سطوح معنی‌داری مقادیر کای اسکوئر از ۰/۰۵ (چه در مدل‌های اندازه‌گیری و چه در مدل‌های ساختاری) به معنی عدم تفاوت معنی‌دار یا نزدیکی مقادیر این دو ماتریس است و نشانه‌ای از مطلوبیت و اعتبار مدل تدوین شده بر مبنای داده‌های جمع‌آوری شده تلقی می‌شود.

### مدل تحلیل عاملی تأییدی هفت عاملی مرتبه دوم برای تحلیل متغیر پنهان کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری

پس از شناسایی نما گر‌ها و شاخص‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری در مناطق روستایی دهستان شهرستان دنا ابتدا بر اساس مدل مفهومی پژوهش بر مبنای شاخص‌های کیفیت محیطی از مدل عاملی مرتبه دوم که خود نوعی از مدل - های معادلات ساختاری هستند استفاده گردید است. مدل‌های عاملی مرتبه دوم به مدل‌های اطلاق می‌شود که در آن تعدادی از متغیرها پنهان، متغیر پنهان دیگری را اندازه‌گیری می‌کنند. نتایج حاصل از آزمون مدل مرتبه دوم نشان می‌دهد که متغیرهای عملکردی - ساختاری، محیط اجتماعی، بصری، زیست محیطی، بافت و شبکه ارتباطی، پویایی محیط و جاذبه گردشگری قادرند کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری را اندازه‌گیری کنند در نمودار شماره پارامترهای لامدای مدل کیفیت محیطی در حالت استاندارد نشان می‌دهد عامل عملکردی - ساختاری با ۸۰ درصد دارای بیشترین بار عاملی هست.



شکل ۴: مدل ساختاری تحلیل هفت عاملی تأییدی مرتبه دوم برای برآورد و تحلیل سنجش کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری



پس از برازش کلیت متغیر مستقل و وابسته پژوهش در قالب مدل اندازه‌گیری، در محیط Amos Graphics، مدل اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی ترسیم شد (شکل ۴). همان‌طور که مشاهده می‌شود، در مدل مذکور، بررسی وضعیت برازش مدل نهایی اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی در محدوده مورد مطالعه نشان می‌دهد که مدل مذکور از اعتبار و دقت لازم برخوردار بوده و توانسته است اثرات کیفیت محیطی را در محدوده مورد مطالعه تبیین نماید. نتایج حاصل از شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهد که این مدل دارای برازش خوبی است، مقدار  $\chi^2$  دو برابر با ۱/۸۴۲ کوچک‌تر از ۵ است که با توجه به مقدار  $p = 0.397$  است حاکی از عدم تفاوت بین مدل نظری و تجربی تحقیق دارد. همچنین دیگر شاخص‌های برازش مدل که RMSEA می‌باشد برابر با ۰/۰۵۵ است که نشان می‌دهد داده‌های پژوهش به خوبی توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند. مقدار شاخص‌های CFI و IFI به ترتیب برابر است با ۰/۹۲۳ و ۰/۹۲۳ که نشان از برازش مدل مناسب پژوهش دارد. به‌طور کلی، با حذف اثرات خطای اندازه‌گیری در رویکرد معادلات ساختاری، ضریب تأثیرپذیری سنجش کیفیت محیطی از هفت مؤلفه (عملکردی - ساختاری، بافت و شبکه اجتماعی، زیست محیطی، پویایی محیطی، جاذبه‌های گردشگری، پویایی بصری و محیط اجتماعی) به عبارتی، ضرایب همبستگی بین کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و هر کدام از هفت مؤلفه فوق، به ترتیب برابر با ۰/۸۰، ۰/۶۸، ۰/۶۰، ۰/۷۶، ۰/۷۶، ۰/۶۹ و ۰/۲۲ به دست آمده است. مراجعه به برآوردهای استاندارد، نسبت‌های بحرانی و سطوح معنی‌داری نیز نشان می‌دهد که تمامی این

برآوردهای استاندارد در سطح معنی دار هستند. نهایتاً شاخص‌های برازش این مدل همراه با مقادیر معیار پیشنهاد شده برای ارزیابی آن‌ها، در جدول (۸) آمده است.

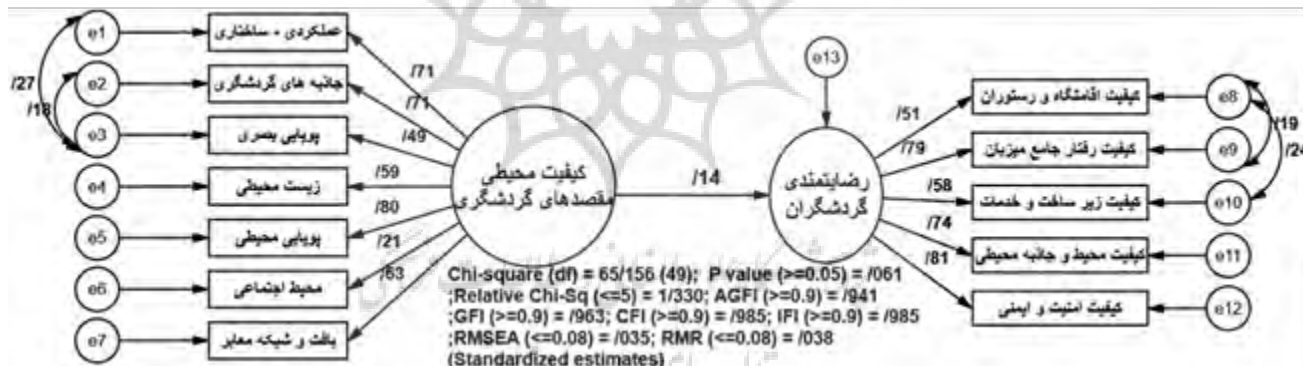
جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری

شاخص	CMIN	df	Sig	RMR	GFI	NFI	CFI	PRATIO	RMSEA
کیفیت محیطی	۱/۸۴۲	۵۴	۰/۳۹۷	۰/۰۲۴	۰/۹۸۷	۰/۹۸۴	۰/۹۲۳	۰/۶۸۲	۰/۰۵۵
مقادیر معیار پیشنهادی	<=۵	-	>۰/۰۵	≈۰	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	۱-۰	<۰/۰۸

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

در ادامه برای تبیین رابطه میان کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگران مدل ساختاری با کلیه متغیرهای پنهان، مشاهده شده و خطا تشکیل گردید. نتایج شکل شماره (۵) نشان می‌دهد که کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری تأثیر ناچیزی با ضریب ۰/۱۴ بر رضایتمندی گردشگران دارند در بین عامل‌های پنهان کیفیت محیطی عامل جاذبه‌های گردشگری با ۰/۸۳ بیشترین نقش را داشته است. نهایتاً شاخص‌های برازش این مدل همراه با مقادیر معیار پیشنهاد شده برای ارزیابی آن‌ها، در جدول (۶) آمده است.

شکل ۵: مدل ساختاری نهایی سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران.



جدول ۹. آزمون مدل ساختار نهایی سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران

شاخص	Chi-square	DF	Sig	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI	PRATIO	RMSEA
نمرات	۱/۳۳۰	۴۹	۰/۰۶۱	۰/۹۶۳	۰/۹۴۱	۰/۹۴۲	۰/۹۸۵	۰/۹۸۵	۰/۷۴۲	۰۳۵
مقادیر پیش نهادی	<=۵	-	>۰/۰۵	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	۱-۰	<۰/۰۸

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

در جدول شماره (۹) کلیه پارامترهای لامدا مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها حاکی از آن است که ارتباط بین کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و رضایتمندی به لحاظ آماری معنادار هست.

پس از بررسی برازش کلیت مدل اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران، اثر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت. همان‌طور که مشاهده می‌شود (جدول ۱۰)، اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار است. بالاتر بودن نسب بحرانی برآورد شده (۱/۹۴۳) نیز نشان‌دهنده معنی‌داری اثر متغیر مستقل پژوهش بر متغیر رضایتمندی است. بررسی وضعیت اثر مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران نشان می‌دهد مقدار اثر کل ۰/۱۴۴ بوده و در مجموع، مؤلفه‌های پایداری توانسته است حدود ۱۴ درصد واریانس رضایتمندی گردشگران را تبیین نماید؛ و مؤلفه‌های جاذبه‌های گردشگری و پویایی محیط نقش بیشتر و تعیین‌کننده‌تری در رضایتمندی داشته‌اند؛ بنابراین، می‌توان چنین عنوان کرد که اثرات ناشی از مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران در شهرستان دنا دارای تأثیر قابل توجهی نبوده است.

جدول ۱۰. برآورد استاندارد و غیراستاندارد اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران در شهرستان دنا

متغیر مستقل	متغیر وابسته	برآورد		نسبت بحرانی	اثر کل	ضریب تعیین R <sup>2</sup>	سطح معنی‌داری
		غیراستاندارد	استاندارد				
کیفیت محیطی	رضایتمندی	۰/۲۰۰	۰/۱۴۴	۱/۹۴۳	۰/۱۴۴	۰/۲۲۰	۰/۰۰۰

منبع یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

### نتیجه‌گیری

گردشگری روستایی به‌عنوان یک فعالیت جهانی امروزه با توجه به هم‌پوشی سه اصل ایجاد اشتغال و درآمدزایی، رضایت گردشگر و حفظ محیط‌زیست اهمیت‌ی دوچندان یافته است. گردشگری در این نواحی به‌عنوان ابزاری بالقوه برای توسعه اقتصادی-اجتماعی و احیاء نواحی روستایی بکار می‌رود به‌ویژه گردشگری نواحی روستایی را از طریق کاهش وابستگی به فعالیت‌های مرتبط با زمین تحت تأثیر قرار می‌دهد و یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به شمار می‌رود.

از آنجاکه مقصدهای مختلف گردشگری در جذب گردشگران در فضایی رقابتی قرار دارند، بهبود و ارتقاء شاخص‌های مؤثر در جذب گردشگران به مقصدهای روستایی از اهمیت بالایی برخوردار است. در مسیر دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در

نواحی روستایی، شناخت، سنجش و در نتیجه ارتقای کیفیت محیط روستاهای گردشگری ضروری است. از این رو در این تحقیق به مدل سازی اثرات کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری در رضایتمندی گردشگران در بخش مرکزی شهرستان دنا پرداخته شده است. به منظور سنجش اثرات مؤلفه های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران در قالب چند عامل مهم و محدود، از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده گردیده است. علت انتخاب تحلیل عاملی ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی منطقه و خلاصه سازی شاخص های تحقیق جهت تبیین مطلوب تر کیفیت محیطی می باشد. برای تعیین تعداد عوامل در این تحقیق، عواملی مورد پذیرش قرار گرفته اند که مقدار ویژه آن ها بزرگ تر از ۱ باشد. بر این اساس، تعداد هفت عامل که مقدار ویژه آن ها بزرگ تر از عدد ۱ بود، استخراج گردید. نتایج نشان می دهد هفت عامل شناسایی شده توانسته اند ۶۸٪ واریانس اثرات مؤلفه های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین نمایند به طوری که شاخص کیفیت محیطی از هفت مؤلفه اصلی (عملکردی- ساختاری، جاذبه های گردشگری، بصری، پویایی محیط، زیست محیطی، بافت و شبکه ارتباطی، محیط اجتماعی) ساخته شد و مؤلفه رضایتمندی شامل پنج متغیر کیفیت اقامتگاه و رستوران، کیفیت رفتار جامعه میزبان، کیفیت زیرساخت ها و خدمات، کیفیت محیط و جاذبه های محیطی و کیفیت امنیت و ایمنی است. در ادامه نتایج آزمون T تک نمونه ای، برای محاسبه نمره نهایی میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری، با در نظر گرفتن عدد ۳ به عنوان عدد مبنا، نشان داد میانگین محاسبه شده (با مقدار ۲/۲۸) به صورت معناداری کمتر از عدد ۳ بوده است؛ بنابراین، در یک جمع بندی نهایی می توان چنین عنوان کرد که کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری شهرستان دنا از لحاظ رضایتمندی گردشگران در وضعیت نامطلوب و غیرقابل قبول قرار دارد با نتایج تحقیق دی بتا و آمنتا (۲۰۱۳) که بیان دارد فعالیت های گردشگری روستایی در ایتالیا به خوبی با بحث کیفیت محیطی پیوند نخورده است همسویی دارد.

در ادامه از معادلات ساختاری در محیط نرم افزار Amos Graphics از تحلیل عاملی مرتبه اول برای تمام هفت عامل به دست آمده از تحلیل عاملی استفاده شد که همه عامل های ذکر شده دارای برازش بسیاری خوبی بوده است پس از شناسایی نما گرها و شاخص های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری در مناطق روستایی ابتدا بر اساس مدل مفهومی پژوهش بر مبنای شاخص های کیفیت محیطی از مدل عاملی مرتبه دوم که خود نوعی از مدل های معادلات ساختاری هستند استفاده گردید است. نتایج حاصل از آزمون مدل مرتبه دوم نشان می دهد که متغیرهای عملکردی- ساختاری، محیط اجتماعی، بصری، زیست محیطی، بافت و شبکه ارتباطی، پویایی محیط و جاذبه گردشگری قادرند کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری را اندازه گیری کنند که در این میان عامل عملکردی - ساختاری با ۸۰ درصد دارای بیشترین بار عاملی هست. که با نتایج تحقیق اکبریان رونیزی و شیخ بیگلو (۱۳۹۴) و حسام و همکاران (۱۳۹۶) که نشان داده اند شاخص کیفیت عملکردی بیشترین تأثیر را بر جذب و توسعه گردشگری داشته است همسویی دارد؛ اما نتایج تحقیق سنجاسی قیداری و صادقلو (۱۳۹۵) با نتایج تحقیق حاضر همخوانی کامل ندارد.

در ادامه برای تبیین رابطه میان کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگران مدل ساختاری با کلیه متغیرهای پنهان، مشاهده شده و خطا تشکیل گردید. نتایج نشان می دهد که کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری تأثیر ناچیزی با ضریب

۰/۱۴ بر رضایتمندی گردشگران دارند در بین عامل‌های پنهان کیفیت محیطی عامل جاذبه‌های گردشگری با ۰/۸۳ بیشترین نقش را داشته است که با نتایج تحقیق طهماسی و همکاران (۱۳۹۷) همسویی داشته است. با توجه به مباحث مطرح شده و توجه به این نکته که شهرستان دنا و بخش مرکزی این شهرستان با داشتن روستاهای گردشگری، موقعیت طبیعی، ویژگی‌های اقلیمی و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و غیره از شرایط مناسبی برای توسعه گردشگری برخوردار است؛ لازم است توجه ویژه‌ای به کیفیت محیطی منطقه شود. یکی از نکات مهم برای تعیین مقصد گردشگری توانایی ایجاد تصویری منحصر به فرد است که گردشگران را تحت تأثیر قرار دهد. در این صورت گردشگران با خاطره‌هایی که از محیط دارند قادر خواهند بود بر دیگران تأثیر بگذارند؛ بنابراین، باید با برنامه‌ریزی برای رعایت اصول زیبایی بصری در ساخت‌وسازهای روستاها و جلوگیری از ساخت‌وسازهایی نامناسب و ناسازگار بافت و کارکرد این دسته از روستاها و تدوین قوانین و مقررات متناسب برای حفاظت از آن‌ها به توسعه گردشگری پایدار در روستاهای مورد مطالعه کمک نمود. از سوی دیگر، حفظ و نگهداشت ارزش‌های بومی- محلی، مرمت بناهای تاریخی و باارزش، حفظ و نگهداری هویت روستایی و حفاظت از محیط‌زیست منطقه مورد بررسی با توجه به منحصر به فرد بودن آن می‌تواند به ارتقا و بهبود کیفیت محیطی گردشگری در این منطقه کمک کند. همچنین، این موارد چنانچه مورد توجه مدیران، برنامه‌ریزان، مردم محلی و جامعه گردشگر قرار گیرد می‌تواند روند و ثبات کیفیت محیطی را بهبود بخشد.

## منابع:

- اکبری، منا، هاشم زاده ژاله (۱۳۹۵)، عوامل موثر بر رضایتمندی گردشگران عرب شهرستان کلاردشت، نشریه میراث و گردشگری، شماره ۲، صص ۷۷-۵۷.
- اکبریان رونیزی، سعید رضا، شیخ بیگلر، رعنا (۱۳۹۴)، سنجش کیفیت محیط روستاهای گردشگری. مطالعه موردی: بخش آسارا، شهرستان کرج. مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۲، صص ۴۵۷-۴۳۳.
- پور جعفر، محمدرضا، تقوایی، علی‌اکبر، صادقی، علی‌رضا (۱۳۸۸)، خوانش تأثیر سازمان‌دهی محورهای بصری بر ارتقاء کیفیت محیط فضاهای عمومی شهری (نمونه موردی: خیابان آزادی تهران). دو فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۴. صص ۸۰-۶۵.
- جعفری مهرآبادی، مریم، امامی، فاطمه، سجودی، مریم (۱۳۹۵) بررسی مولفه‌های سرمایه اجتماعی موثر بر رضایتمندی گردشگران مطالعه موردی: شهر ماسوله، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۹۶-۷۳.
- جلالیان، حمید، نامداری، فریوش، پاشازاده، اصغر (۱۳۹۴)، اثرات گردشگری روستایی بر توسعه روستایی هجیج کرمانشاه، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیا، شماره ۳۶، صص ۲۲۸-۲۰۵.
- حسام، مهدی (۱۳۹۶) ارزیابی رضایتمندی گردشگران از مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان فومن)، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، شماره ۴۱، صص ۸۱۹-۸۰۳.
- حسام، مهدی، باغیانی، حمیدرضا، چراغی، مهدی (۱۳۹۶)، ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: محور قلعه رودخان)، مجله پژوهش‌ها و برنامه‌ریزی روستایی، شماره ۴، صص ۲۵۱۴-۲۳۲۲.
- رحیم نیا فریبرز، قادری، فرشاد، اسلامی قاسم (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر استراتژی‌های رفتاری بر تمایل به ترک خدمت در کارکنان زن هتل‌های ۴ و ۵ ستاره شهر مشهد، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۳، صص ۱۵-۳.
- رضوانی، محمد رضا، فرجی سبکبار، حسنعلی، دربان آستانه، علیرضا، کریمی، سید هادی (۱۳۹۶). تحلیل نقش عوامل و شاخص‌های کیفیت محیطی موثر در برند سازی مقصدهای گردشگری روستایی، مطالعه موردی: منطقه قومی- فرهنگی اورامانات- استان کردستان و کرمانشاه، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۳، صص ۱۳۶-۱۰۵.
- رفیعیان، محسن، بمانیان، محمدرضا، رفیعیان، مجتبی (۱۳۹۰)، سنجش کیفیت محیط شهری در شهرهای جدید مطالعه موردی: شهر جدید هشتگرد، فصلنامه برنامه‌ریزی و آمایش، شماره ۳، صص ۱۹-۳۸.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل (۱۳۸۳)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چارچوب‌های نظری)، دانشگاه تربیت مدرس، شماره ۲، صص ۲۳-۴۱.
- سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۹۳)، ارزیابی اثرات اجرای طرح هادی بر کیفیت محیطی در مناطق روستایی. مطالعه موردی: شهرستان رامیان، دهستان فندرسک شمالی و جنوبی. مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی. شماره ۵۷، صص ۱۷۳-۱۵۱.
- سجاسی قیداری، حمدالله، صادقلو، طاهره (۱۳۹۵)، تحلیل و تبیین نقش کیفیت محیطی در جذب گردشگر به مقاصد گردشگری روستایی؛ مطالعه موردی: روستاهای گردشگری دهستان لواسان کوچک. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی. سال ۳۱، شماره ۲. صص ۴۹-۳۲.

- سجاسی قیداری، حمدالله، صادقلو، طاهری مهدوی، داوود (۱۳۹۳)، تبیین نقش کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و روستایی در تقویت تصویر ذهنی گردشگران. مطالعه موردی: روستاهای مقصد گردشگری بخش رودبار قصران. مجله برنامه‌ریزی و آمایش فضا. دوره ۱۹، شماره ۲، صص ۸۸-۶۱.
- کروی، مهدی، ابراهیمی، مهدی، قاسم پور، فائزه (۱۳۹۳). بررسی رابطه میان رضایت مشتری و وفاداری در صنعت هتلداری مطالعه موردی: هتل‌های ۴ و ۵ ستاره شهر شیراز. فصلنامه گردشگری شهری، شماره ۱، صص ۹۷-۱۱۲.
- محمودی، سمیه، رنجبریان، بهرام، فتحی، سعید (۱۳۹۴). شناسایی عوامل موثر بر تصویر ذهنی گردشگران خارجی از ایران. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۹۲-۷۲.
- مطیعی لنگرودی، سید حسن، فردوسی، سجاد، شاه محمدی، حمید رضا (۱۳۹۶). تبیین اثرات رضایتمندی گردشگران در بازاریابی گردشگری دریایی (مورد مطالعه: نواحی ساحلی استان گلستان)، فصلنامه برنامه ریزی منطقه‌ای شماره ۲۶، صص ۵۴-۲۱.

- Abooli, G; Irwana Omar, S; Mohamed, B; (2015), "The Importance and Performance of a destination attributes on senior tourists satisfaction", international journal of Asian social science, year 5, volume 6: 355-368
- Benesbordi, A. Moeinfard, M. R. and Mahmoudi, A. (2014). The relationship between tourists' constraints and their satisfaction in Tehran's ski resorts, Sport Management Review, 6(23), 147-162.
- Blazeska, D, Milenkovski, A, and Gramatnikovski, Sa. (2015). The Quality of the Tourist Destination a Key Factor for Increasing their Attractiveness. UTMS Journal of Economics 6 (2): 341-353.
- Butnaru, G.I. Stefanica, M. and Maxim, G.M. (2014), Alternative method of quality evaluation in tourism: Case study applied in tourist accommodation units, Procedia Economics and Finance, No. 15: 671 – 678.
- Caruntu, A.L. and Ditoiu, M.C. (2014). The perceptions of hospitality services of a tourism destination, Procedia Social and Behavioral Sciences, 109, 231-235, DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.12.450.
- Chen, C. F. & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and b Prayag, G. & Ryan, C. (2012). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. Journal of Travel Research, 51(3), 342-356.
- Chin, C.H. Lo, M.C. Songan, P. and Vikneswaran, N. (2014). Rural tourism destination competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak, Procedia - Social and Behavioral Sciences, No. 144: 35 – 44.
- Di Betta, P, and Amenta, C. (2013). Environmental Quality and Entrepreneurial Activity in Rural Tourism in Italy. Journal of Management and Sustainability; Vol. 3, No. 1, pp. 33-44.
- Djeri, L. Stamenković, P. Blešić, I. Milićević, S. & Ivkov, M. (2018). An importance-performance analysis of destination competitiveness factors: case of Jablanica district in Serbia. Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 31(1), 811-826.
- Dmitrović, T. Knežević Cvelbar, L. Kolar, T. Makovec Brenčič, M. Ograjenšek, I. & Žabkar, V. (2009). Conceptualizing tourist satisfaction at the destination level. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 3(2), 116-126.
- Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. D. (2006). The role of cognition and affect in the formation of customer satisfaction: a dynamic perspective. Journal of Marketing, 70(3), 21-31.

- Khuong, M. N. & Luan, P. D. (2015). Factors Affecting Tourists' Satisfaction towards Nam Cat Tien National Park, Vietnam-A Mediation Analysis of Perceived Value. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 6(4), 238.
- Lansing, J. B. and R.W. Marans (1969). Evaluation of Neighborhood Quality. *A IP Journal*, 11: 195-199.
- MacDonald, R. & Jolliffe, L. (2003). Cultural Rural Tourism: Evidence from Canada. *Annals of Tourism Research*, 30 (2), 307-32.
- Moon, K.S. Kim, M. Ko, Y.J. Connaughton, D.P. and Lee, J.H. (2011). The influence of consumer's event quality perception on destination image, *Managing Service Quality*, 21: 287-303.
- Motiee Langroudi, S. H. Ferdowsi, S. & Shah Mohammadi, H. R. (2017). Explain the effects of tourists' Satisfaction in nautical tourism marketing (Case Study: Coastal areas of Golestan province), *Regional Planning*, 7(26), 41-54.
- Neal, J. D. & Gursoy, D. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47(1), 53-62.
- Opperman, M. "Rural Tourism in Southern Germany", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, No. 1, 1998, p. 825.
- Osman, Z. and Sentosa, I. 2013, Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism, *International Journal of Economics and Management Studies*, 2(1), PP. 25-37.
- Osti, L. Disegna, M. & Brida, J. G. (2012). Repeat visits and intentions to revisit a sporting event and its nearby destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 31-42.
- Pearce, B. & Mark, A. (1989). *Tourist development (2 Ed)*. Longman. Singapore Publisher Ltd. pp. 32-57
- Pereira, Helia concalves; salgueiro, Maria De Fatima & Rito, Paulo (2016) Online purchase determinants of loyalty: The mediating effect of satisfaction in tourism, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 279-291.
- Porteous, J.D. (1971). "Design with People-the Quality of the Urban Environment". *Environmental and Behavior*. No 3, 155-178
- RIVM, (2002). In: Bouwman, A. van Kamp, I. van Poll, R. (Eds.), Report 630950 00x Workshopverslag Leefomgevingskwaliteit II. Verslag Workshop, 18 December 2001, in press.
- Shonk, David J. (2006). Perceptions OF Service Quality, Satisfaction and THE Intent TO Return among Tourists Attending a Sporting Event. Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy in the Graduate School of The Ohio State University. The Ohio State University.
- Song, H. Li, G. van der Veen, R. & Chen, J. L. (2011). Assessing mainland Chinese tourists' satisfaction with Hong Kong using tourist satisfaction index. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 82-96.
- Sukiman, M.F; Irwana Omar, S; Muhibuddin, M; Yossof, I; Mahamad, B; (2013), "Tourisam Satisfaction as a key to destination survival in Pahang", *journal of social and behavioral science*, volume 91: 78-87.
- Skálová, E. Nair Peruthová, A. (2016), *Quality in rural tourism services*, Mendel University Brno, Faculty of B, Business and Economics, Marketing and Trade Department Zemědělská 1, 613 00, Brno, Czech Republic.
- UNWTO. (2008). *Climate change and tourism-Responding to global challenges*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.