

عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در ناحیه خرقان شهرستان بوئین زهرا

علی اکبر عنابستانی*؛ دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
جمشید عینالی؛ استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.
احمد رومیانی؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۵/۶

پذیرش نهایی: ۱۳۹۵/۲/۱۳

چکیده

امروزه رسیدن به توسعه روستایی یکی از دغدغه‌های دولت‌ها، به ویژه در کشورهای در حال توسعه است. روستاها با دارا بودن منابع طبیعی و کشاورزی، با مسائل و مشکلات فراوانی روبرو هستند. این مسئله باعث شده است که در سال‌های اخیر بار دیگر، توسعه روستایی مورد توجه نظریه‌پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان حکومتی قرار گیرد. یکی از راهبردهایی که در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و حتی در برخی از این کشورها به اجرا درآمده است و نتایج مثبتی به همراه داشته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی است. هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر میزان رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در ناحیه خرقان شهرستان بوئین زهرا است. نوع تحقیق کاربردی و روش مورد استفاده توصیفی-تحلیلی بوده و برای گردآوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه، مشاهده و مصاحبه) استفاده شده است. جامع آماری این تحقیق، ۱۰۰ نفر از گردشگران در منطقه مورد مطالعه به صورت تصادفی مورد سنجش قرار گرفته است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی (تحلیل عاملی) استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که اصلی‌ترین ضعف موجود در روستا در جذب و توسعه گردشگری، عدم وجود آب و هوای مناسب در فصل‌های مختلف با ارزش میانگین ۲/۵۰ بوده است و مهمترین نقطه قوت روستا در توسعه گردشگری با ارزش میانگین ۳/۵۵ مربوط به دسترسی به زیرساخت‌های خدماتی - بهداشتی در روستا است. همچنین یافته‌ها تحلیل عاملی نشان داد که وجود آب و هوای مناسب در فصل‌های مختلف می‌تواند باعث توسعه فضای گردشگری شود، که مقدار بار عاملی این متغیر ۰/۸۶۴ است. و اصلی‌ترین نقطه ضعف در راستای توسعه فضای گردشگری با توجه به تحلیل عاملی تعاملات بین مردم و گردشگران با بار عاملی ۰/۵۳۲ بوده است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، رضایت گردشگران، توسعه روستایی، ناحیه روستایی خرقان.

(۱) مقدمه

امروزه رسیدن به توسعه روستایی یکی از دغدغه‌های دولت‌ها، به ویژه در کشورهای در حال توسعه است. روستاها با دارا بودن منابع طبیعی و کشاورزی، با مسائل و مشکلات فراوانی مثل فقر، بیکاری، پایین بودن نرخ بهره‌وری در بخش کشاورزی و بخش تولیدات روستایی از یک سو و تخریب منابع طبیعی از سوی دیگر، مواجه هستند که توسعه روستاها و ایجاد اشتغال پایدار در آنها تا حدودی غیر ممکن ساخته است (Byrd et al, 2009:699)؛ این مسئله باعث شده است که در سال‌های اخیر بار دیگر، توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته و نظریه‌پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان حکومتی در صدد برآیند تا با راهکارها و استراتژی‌های جدید، از معضلات و مسائلی که این نواحی گریبانگر آن است، بکاهد (Andereck and Vogt, 2000:3; Reeder et al, 2005:121, Byrd et al, 2009).

یکی از این راهبردها که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته و حتی در برخی از این کشورها به اجرا درآمده است و نتایج مثبتی هم به همراه داشته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی است (Hasssan, 2000: 241, Davis et al 2004:6; Mcgehee et al, 2004:136; Byrd et al, 2009:98). ارزش و اهمیت این صنعت تا آنجایی است که سازمان جهانگردی از آن به عنوان یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنعت دنیاست نام برده است (WTO, 2006)؛ به طوری که ۱۰ درصد تولید ناخالص و ۱۰ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است (UNWTO, 2008). از سال ۱۹۵۰ تا سال ۲۰۰۷ تعداد جهانگردان بین‌المللی از ۲۵ میلیون به ۹۰۳ میلیون نفر افزایش یافته است و درآمد ناشی از این فعالیت به ۸۶۵ میلیارد دلار رسیده و پیش‌بینی می‌شود تا ۲۰۲۰ این تعداد به ۱/۶ میلیارد نفر برسد (Moreno et al, 2009:1550; WTO, 2006).

توسعه این صنعت فرایند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه بین‌المللی و ملی گروه‌های درگیر با سیاست دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری را در بر می‌گیرد (Tefler et al, 2008:80). از این رو کشورهای مختلف در تلاش‌اند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت رضایت‌مندی و بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rosentraub et al, 2009:759-770). بنابراین با توجه به اهمیت گردشگری، این صنعت از یک سو می‌تواند به عنوان ابزاری برای توسعه مناطق روستایی (با جاذبه‌های خاص گردشگری) باشد، چرا که می‌تواند به عنوان یک منبع مالی جدید، وضعیت اقتصادی مردم محلی را بهبود و به عنوان منبعی در خصوص زدودن فقر به کار گرفته شود (Breidenhann & Wickens, 2004; Fossati & Panella, 2000; Giaoutzi & Nijkamp, 2006; Lee & Chang, 2008) و از سوی دیگر، عاملی مهمی در جهت رفع مشکلات کشاورزی، افزایش اشتغالزایی و افزایش درآمد برای مردم مناطق روستایی باشد (Sebele, 2010)؛ بدین‌سان، گسترش گردشگری صنعت برای گذران اوقات فراغت در مکان‌هایی که پتانسیل بالقوه جذب گردشگر دارد، می

تواند به عنوان ابزار کارآمدی در جهت رشد و توسعه‌ی همه جانبه جوامع گردشگران و ساکنین روستایی در نظر گرفته شود. این توسعه در هر منطقه، نیازمند شناسایی دقیق محدوده و ارائه خدمات و تسهیلات رفاهی مورد نیاز بر جذب گردشگران است به طوری که یکی از الزامات موفقیت در گردشگری، رضایت گردشگران از ارکان اصلی نظام گردشگری است که مورد غفلت قرار گرفته است.

توسعه و موفقیت در گردشگری بدون در نظر گرفتن رضایت گردشگران و شناخت عوامل مؤثر بر آن ممکن نیست. رضایت‌مندی گردشگران که پدیده‌ای رفتاری است از مهم‌ترین عوامل رقابتی و بهترین شاخص برای تضمین کسب منفعت اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و کیفیت زندگی محسوب می‌شود. آگاهی از میزان رضایت گردشگران روستایی و عوامل مؤثر بر آن با توجه به بهبود زیرساخت‌ها و خدمات و ایجاد امنیت میان جامعه محلی می‌تواند رضایت‌مندی گردشگران را به دنبال داشته باشد (Lasanta, 2007:1327)، بنابراین رضایت گردشگری پدیده‌ای رفتاری است که از طریق ابعاد احساسی و شناختی فعالیت‌های گردشگری و ارزیابی عناصر و اشکال متعدد مبنی بر انتظارات مقصد ایجاد می‌شود (Alegre, 2010:54).

محدوده‌ی مورد مطالعه این پژوهش در ناحیه خرقان شهرستان بوئین زهرا به واسطه قرارگیری در دامنه‌های شمالی کوه‌های خرقان و دارابودن جذابیت‌های طبیعی کوهستانی، دره‌های میانکوهی، چشمه‌ها و سرشاخه‌های متعدد رودخانه چنگوره در دو دهه اخیر، به ویژه با شروع فرآیند بازسازی مناطق آسیب دیده از زلزله تیر ۱۳۸۱ در منطقه افزایش قابل توجهی یافته است. هدف از این پژوهش بررسی عوامل مؤثر بر میزان رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در ناحیه خرقان شهرستان بوئین زهرا است. بنابراین تحقیق حاضر در پی پاسخ دادن به این سوال است که: "مهم‌ترین عامل رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه کدام است؟"

۲) مبانی نظری

انواع مختلفی از تأثیرات گردشگری وجود دارد که به طور کلی می‌توان آنها را به تأثیرات و پیامدهای مثبت و منفی اقتصادی و محیطی و نیز اجتماعی - فرهنگی تقسیم کرد (Soteriades, 2002). رضوانی و همکاران، (۱۳۹۰: ۴۰). گان (۱۳۴۴) اعتقاد دارد که هیچ شکلی از توسعه به اندازه گردشگری، دربردارنده تأثیرات دوگانه نیست (Byrd, 2009:693). تأثیرات مختلف گردشگری به عوامل گوناگونی همچون میزان و حجم فعالیت‌های گردشگری، نوع و هدف این فعالیت‌ها، میزان جامعه میزبان در بخش گردشگری و ظرفیت تحمیل مقاصد گردشگری بستگی دارد (Aykac, 2005:112; Gracan et al, 2010). شواهد فراوان در نقاط جهان حاکی از آن هستند که توسعه گردشگری از توسعه رایج اقتصاد محور، به سمت توسعه پایدار اجتماعات محلی سوق یافته است و گردشگری پایدار سعی دارد با تأثیرگذاری در سه بعد

فضای پایداری اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی، ضمن جلب مشارکت جوامع محلی در توسعه اقتصاد ملی از طریق حفاظت از پتانسیل‌ها و حمایت از منابع طبیعی و محیط زیست به توسعه محلی بیانجامد (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۵-۶).

دیدگاه‌ها و تعاریف مختلفی از گردشگری و گردشگری روستایی شده است که می‌تواند در توسعه مناطق روستایی متمرکز واقع شود. در همین رابطه، هلمان (۲۰۱۱) گردشگری را به عنوان یک پدیده اجتماعی در ارائه مکان‌ها و فرهنگ‌ها می‌داند (Hulman and Hall, 2011) که ماهیت چند بعدی دارد و نقش عمده‌ای در توانمندسازی و تغییرات اجتماعی - اقتصادی سیستم جامع دارد (Dwyer. et al, 2009:63-74; Cawely, 2007:122) و بستری برای فعالیت شرکت‌های کوچک گردشگری است - (Atelievic, 2007:309)، که اشکال جدید آن نتیجه تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌های زندگی انسان، تکنولوژی پیشرفته، رشد انفجار گونه اطلاعات و نیروهای سیاسی است (Friedel et al, 2008:29; Rinzin, 2007:114). بنابراین از دیدگاه کنفرانس جهانگردی روستایی، گردشگری روستایی شامل انواع گردشگری با برخورداری از تسهیلات و خدمات رفاهی در نواحی روستایی می‌داند که امکان بهره‌مندی از منابع طبیعی و جاذبه‌های طبیعت را همراه با شرکت در زندگی روستایی، امکانات سرگرمی و تفریح، برپایی جشن‌ها و مراسم محلی، تولید و فروش صنایع دستی (کار در مزرعه و کشاورزی) فراهم می‌آورد (Zhong et al, 2008:841-856; رضوانی، ۱۳۸۷:۲۷).

گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی اقتصادی، متنوع‌سازی اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمد، کاهش مهاجرت و امکان جمعیت‌پذیری، بهبود زیرساخت‌ها داشته باشد (Holland, 2003:41; Mitchel, 2006:1302; Molera, 2007:25) و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی - اجتماعی و اکولوژی جوامع روستایی تعریف کرد (افتخاری و قادری، ۱۳۸۱)؛ به طوری که امروزه گردشگری روستایی ۱۰ تا ۲۵ درصد همه انواع فعالیت گردشگری را به خود اختصاص می‌دهد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۸۶) که شکل‌دهی موفق و اجرایی توسعه آن نیازمند، بسیج نیروی انسانی، پتانسیل‌ها، منابع فیزیکی و دیگر منابع است (Thabet, 2007:6). بنابراین، گردشگری روستایی می‌تواند به بهبود فضاها و چشم‌اندازهای جغرافیایی، حفظ کیفیت مناظر طبیعی و فرهنگ روستایی کمک نماید و یکی از زمینه‌های مؤثر در توسعه روستایی باشد و از آنجا که توسعه روستایی راه‌حلی است در جهت رفع موانع و نارسائی‌هایی که عمدتاً میان بخش‌های مختلف زندگی اجتماعی - اقتصادی جوامع حکمفرماست، باشد (پازکی، ۱۳۸۲: ۸). به طور کلی اثرات گردشگری در توسعه روستایی را به سه دسته می‌توان تقسیم‌بندی کرد:

اول، اثرات اقتصادی: صنعت گردشگری، دارای آثار اقتصادی گسترده‌ای نیز هست. از جمله این اثرات می‌توان به تنوع فعالیت‌های اقتصادی، کاهش، درآمد ارزی پایدار و مناسب، کاهش بیکاری و ایجاد اشتغال برای مردم کم‌درآمد، ارتقای سطح زندگی مردم، بهبود زیرساخت‌ها و امکانات موجود، کسب

درآمد ارزی برای کشور میزبان و بهبود تراز پرداخت‌ها، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه‌ای، تعدیل ثروت، ایجاد سرمایه عمومی همانند درآمد برای افراد و خانوارهای در درون روستا، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی و سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و بالاخره جلوگیری از برون کوچی روستاییان از اثرات اقتصادی گردشگری محسوب می‌شود (Gun, 2002:15؛ استاد حسین، ۱۳۷۹: ۱۵؛ زاهدی، ۱۳۸۵: ۴۳). از طرفی در تنوع و غنا بخشیدن به اقتصاد محلی حائز اهمیت بسیار است، برای تولیدات محلی اعم از صنایع دستی و محصولات کشاورزی جهت ارتزاق گردشگران بازارهای جدیدی ایجاد می‌کند. علاوه بر آن، در بهبود کیفیت فرآوردهای کشاورزی و صنایع دستی نیز مؤثر است (پدریان، ۱۳۷۴: ۷۲).

دوم، اثرات اجتماعی- فرهنگی: مقصود از اثرات اجتماعی گردشگری، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر رخ می‌دهد و این تغییرات بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان آن دیار و گردشگران صورت می‌گیرد و مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر، عادات، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلندمدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه صنعت گردشگری رخ خواهد داد (جهانیان، ۱۳۸۸: ۲۹). از آنجا که نتیجه یا ره‌آورد صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می‌شود، اصطلاح «اثرات اجتماعی- فرهنگی» را به معنای تغییراتی بکار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزش‌ها، شیوه‌ی زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد (Norris And Winston, 2007:5). بنابراین گردشگری روستایی از میراث فرهنگی منطقه حفاظت می‌کند و همچنین زمینه‌ی حفظ و ارتقای الگوهای فرهنگی در زمینه‌های موسیقی، رقص، تئاتر، لباس، هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم، سبک زندگی و سبک معماری که از جمله جاذبه‌های مهم گردشگری است که به وسیله‌ی گسترش گردشگری، زمینه‌ی حفظ و ارتقاء آنها را فراهم می‌سازد (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹: ۷۹).

سوم، اثرات زیست محیطی: محیط زیست فیزیکی از یک طرف (طبیعت و انسان ساخت) بسیاری از جاذبه‌ها و منابع طبیعی توریستی را فراهم می‌سازد و از طرف دیگر توسعه گردشگری می‌تواند آثار مثبت و منفی بر محیط زیست داشته باشد (مهدوی، ۱۳۸۳: ۷۶). از آثار مثبت آن می‌توان به نگهداری نواحی طبیعی مهم (همانند پارک‌های ملی و حفاظت شده، نگهداری مکان‌های باستانی و تاریخی و ویژگی‌های معماری، بهبود کیفیت محیط زیست و توسعه زیرساخت‌ها و تأسیسات زیربنایی که برای توسعه روستایی ایجاد می‌شود (Altinay and Husain, 1995:95-96; Batra et al, 1991:144; IETP, 2005: 277) و از اثرات منفی آن آلودگی آب، آلودگی هوا، آلودگی‌های صوتی، مشکلات دفع مواد زائد، زیان‌های اکولوژی (نظیر از بین بردن رشد گیاهان در پارک‌ها و نواحی حفاظت شده، قطع درختان و آتش‌زدن درختان) و حوادث زیست‌محیطی و کشاورزی را به دنبال داشته باشد

(Apostolopoulos, 2007:39; IETP, 1991:144; Batra et al, 1995:95-96). از این رو توسعه و مدیریت گردشگری به گونه‌ای که با محیط سازگار باشد به کیفیت آن می‌انجامد و عامل اساسی در دستیابی به توسعه پایدار به حساب می‌آید. بنابراین به منظور برنامه‌ریزی گردشگری به لحاظ زیست محیطی، درک و شناخت تأثیرات گردشگری بر محیط زیست نخستین مسئله آن واجد اهمیت است (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹:۷۳).

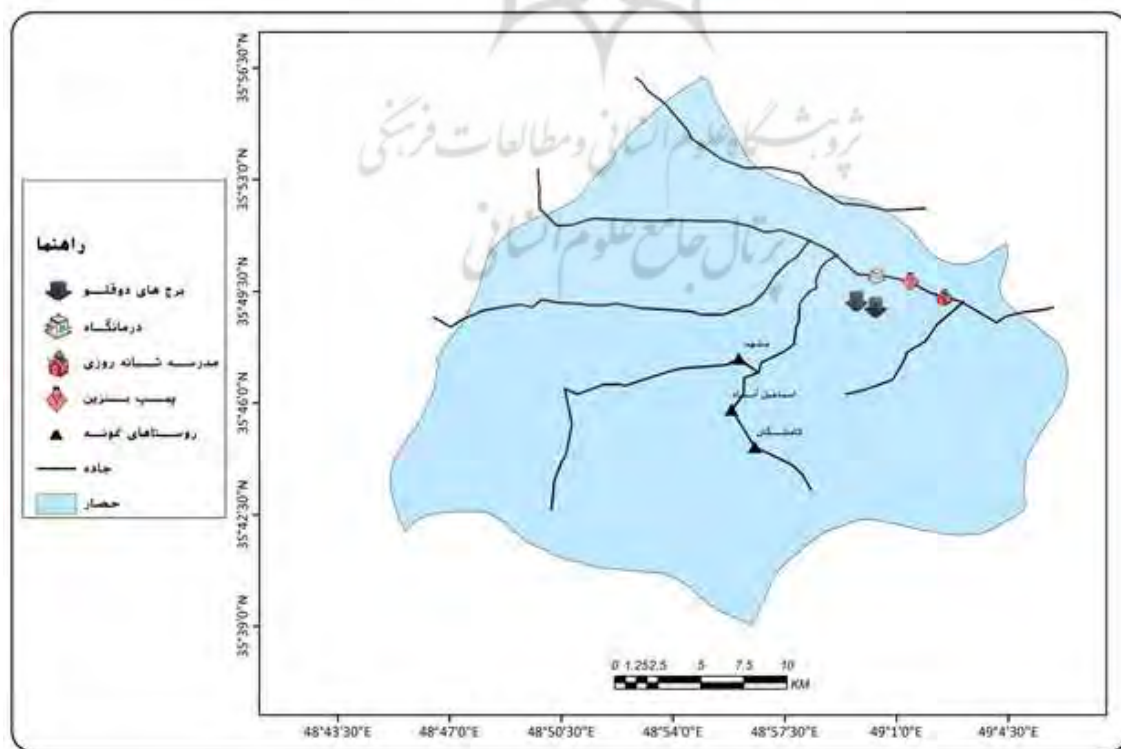
در چند سال اخیر مطالعات متعددی در کشور نظیر پژوهش‌های ملک حسینی و همکاران (۱۳۸۸)، علیقلی‌زاده و همکاران (۱۳۸۸)، افتخاری و همکاران (۱۳۸۹)، قبادی و همکاران (۱۳۹۰)، رضوانی و همکاران (۱۳۹۰)، کرمی دهکردی و همکاران (۱۳۹۰)، خاتون‌آبادی و همکاران (۱۳۹۰)، دانش مهر و همکاران (۱۳۹۱) و ایمانی و همکاران (۱۳۹۱) صورت گرفته است. با توجه مطالعات صورت گرفته در داخل کشور و مقایسه این پژوهش با یکدیگر می‌توان اظهار کرد که توجه به نگرش و انتظارات گردشگران از توسعه خدماتی گردشگری روستایی مهم تلقی می‌شود و باید توجه ویژه‌ای به این فضاهای گردشگری روستایی شود تا زمینه را برای بهبود افزایش اوقات فراغت گردشگران در مناطق روستایی فراهم کند و فرق این پژوهش با دیگران تحقیقات در این زمینه است که به دیدگاه گردشگران توجه نشده و اگر هم شده در حد خیلی کم بوده و به راحتی از کنار آن گذر شده است.

۳) روش تحقیق

نوع پژوهش کاربردی و روش مورد استفاده توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از روش کتابخانه‌ای و میدانی (مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه) استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق گردشگران ورودی به روستاهای مورد مطالعه در محل سه راهی اسماعیل‌آباد و آبدره (محور ورودی اصلی مورد استفاده گردشگران) بوده است. با در نظر گرفتن ویژگی‌های گردشگران ورودی به منطقه که بیشتر به صورت خانوادگی و مسافرت آخر هفته به منظور استفاده از خانه‌های دوم در روستاهای نمونه است، محققان در دو محور یاد شده مستقر شدند و با همکاری و مساعدت گردشگران از بین ۳۰۰ دستگاه وسیله نقلیه ورودی در روزهای ۱۴ خرداد، ۷ و ۱۹ تیر سال ۱۳۹۲ با استفاده از فرمول کوکران ۱۰۰ پاسخگو را به صورت تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب کرده و با توزیع پرسشنامه و مصاحبه با آنان داده‌های مورد نیاز را گردآوری کرده‌اند. از تحلیل عاملی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. به طوری که تحلیل عاملی، نامی عمومی است برای برخی از روشهای آماری چند متغیره که هدف اصلی آن خلاصه کردن داده‌هاست. این روش به بررسی همبستگی درونی تعداد زیادی از متغیرها می‌پردازد و در نهایت آنها را در قالب عامل‌های عمومی محدودی دسته‌بندی کرده و تبیین می‌کند (کلانتری، ۱۳۸۷: ۲۸۲). تحلیل عاملی به عنوان روشی برای تحلیل داده‌های فراوان است و هدف آن

خلاصه کردن متغیرها است و این خلاصه کردن‌ها بایستی به صورتی باشد که متغیرها خصوصیت اصلی و اولیه خود را از دست ندهند (Everitt B.S, 1994:17). تحلیل عاملی در چند مرحله انجام می‌گیرد: ۱- وجود تعدادی شاخص ۲- تشکیل ماتریس واریانس- کواریانس از متغیرهای قابل مشاهده ۳- انتخاب تعدادی عامل ۴- مشخص کردن عامل اصلی از سایر عوامل ۵- ارائه چرخش عامل در جهت راه حل نهایی ۶- تفسیر ساختار عامل ها ۷- ساختن نمره های فاکتور برای استفاده در تحلیل های بعدی (Gorsuch, 1983:27).

ناحیه خرقان از توابع شهرستان بوئین‌زهرا در جنوب غربی استان قزوین است که از شمال و غرب به استان زنجان، از جنوب به استان همدان محدود است. این ناحیه در برگرفته کلیه روستاهای دارای گردشگری روستایی است که عمدتاً در بخش جنوبی ناحیه و در منطقه کوهستانی موسوم به کوه‌های خرقان قرار دارد و در چند دهه اخیر به دلیل وجود گسل‌های فراوان، زمین‌لرزه‌های شدیدی را شاهد بوده است که آخرین آن در اول تیر سال ۱۳۸۱ به وقوع پیوسته و در اثر حاکمیت معماری سنتی خانه‌های روستایی منجر به بروز تلفات و خسارت متعددی در منطقه شده است. به طوری که امروزه با دارا بودن جاذبه‌های گردشگری و سرمایه‌گذاری در جاذبه منجر به جذب گردشگران زیادی شده است. همچنین به لحاظ مناسب برای جذب گردشگر در این منطقه می‌توان به برج‌های دوگانه خرقان (دوره سلجوقیان) اشاره کرد که هر ساله پذیرای گردشگران است.



شکل شماره (۱): نقشه سیاسی محدوده مورد مطالعه

۴) یافته‌های تحقیق

در این پژوهش دیدگاه گردشگران روستاهای ناحیه خرقان نسبت به رضایتمندی آنان از فضای گردشگری روستایی مورد پرسش قرار گرفته است که به ما کمک می‌کند تا دیدگاه پاسخگویان را از مؤلفه‌های مختلف هر قلمرو در راستای رضایت از فضای گردشگری در محدوده مورد مطالعه ارزیابی کنیم. سپس به دسته بندی هر کدام از مؤلفه‌های در قالب عامل‌ها در تحقیق آورده شد به طوری که در خصوص عامل اقتصادی بالاترین میزان رضایت از فضای گردشگری از نظر پاسخگویان با ارزش میانگین ۳/۵۵ مربوط به دسترسی به زیرساخت‌های خدماتی - بهداشتی در روستا و کمترین میزان رضایت از فضای گردشگری با ارزش میانگین ۲/۹۵ مربوط به انزوای ارتباطی و فاصله‌ای جاذبه‌های گردشگری در محدود مورد مطالعه بوده است. در میان عامل‌های اجتماعی، بالاترین میزان رضایت از فضایی گردشگری از نظر پاسخگویان با ارزش میانگین ۳/۳۸ مربوط به اعتقاد به باورها، ارزش‌ها و سنت‌های روستا و پایین‌ترین میزان رضایت از فضای گردشگری مربوط به مؤثر بودن بناهای تاریخی باستانی روستا در اوقات فراغت مردم با ارزش میانگین ۲/۷۰ بوده است. در عامل‌های زیست - محیطی نیز بالاترین میزان رضایت از فضای گردشگری از نظر پاسخگویان با ارزش میانگین ۳/۳۵ مربوط به وجود پارک‌های جنگلی و گردشگاه‌های طبیعی و پایین‌ترین میزان رضایت از فضای گردشگری مربوط به وجود آب و هوای مناسب در فصل‌های مختلف با ارزش میانگین ۲/۵۰ بوده است.

به طور کلی، بررسی ارزش‌های میانگین مربوط به عامل‌های مختلف قلمروهای سه گانه نشان می‌دهد که پایین‌ترین میزان رضایت از فضای گردشگری از دیدگاه پاسخگویان مربوط به انزوای ارتباطی و فاصله‌ای جاذبه‌های گردشگری روستا، مؤثر بودن بناهای تاریخی باستانی روستا در اوقات فراغت مردم و وجود آب و هوای مناسب در فصل‌های مختلف است. همچنین دسترسی به غرفه‌های خرده فروشی و مغازه‌ها در کنار جاذبه‌ها و وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی - سنتی نیز دارای کمترین ارزش میانگین است. بنابراین می‌توان به طور آشکاری ضعف مؤلفه‌های اجتماعی را از دیدگاه پاسخگویان مشاهده کرد. همچنین بالاترین میزان رضایت در میان قلمروهای سه‌گانه نیز مربوط به دسترسی به زیرساخت‌های خدماتی - بهداشتی در روستا و وجود پارک‌های جنگلی و گردشگاه‌های طبیعی است. به طور کلی می‌توان گفت بیشترین امکانات موجود در رضایت از فضای گردشگری در روستای مورد مطالعه در مؤلفه‌های زیست - محیطی و کمترین امکانات موجود در رضایت از فضای گردشگری در مؤلفه‌های اجتماعی است و مؤلفه‌های اقتصادی نیز در سطح متوسطی قرار دارد (جدول ۱).

جدول شماره (۱): آمار توصیفی متغیرها و عوامل تحقیق

میانگین خطای استاندارد	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	متغیرها
۰/۱۲۵	۱/۱۷	۳/۴۱	۱۰۰	زیرساخت‌های منطقه تا چه اندازه در تسهیل رفت و آمد شما مؤثر بوده است
۰/۱۳۸	۱/۲۹	۳/۵۰	۱۰۰	تجهیزات و تسهیلات اقامتی و رفاهی در منطقه تا چه اندازه در اوقات فراغت شما مؤثر است
۰/۱۲۷	۱/۱۸	۳/۳۲	۱۰۰	از وضعیت قیمت مواد غذایی و سوغاتی‌ها در منطقه تا چه میزان رضایت دارید
۰/۱۲۲	۱/۱۴	۳/۱۱	۱۰۰	تا چه اندازه منطقه از امکانات تفریحی مناسبی برخوردار است
۰/۱۳۳	۱/۲۴	۳/۰۶	۱۰۰	رضایت شما از دسترسی به جاذبه‌های روستایی را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۶۹	۱/۵۹	۳/۵۵	۱۰۰	میزان رضایت از دسترسی به زیرساخت‌های خدماتی- بهداشتی در روستا را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۳۶	۱/۲۷	۳/۳۰	۱۰۰	نمیزان رضایت از نحوی دسترسی به کیفیت منابع آب را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۳۷	۱/۲۹	۳/۰۶	۱۰۰	مناسب بودن هزینه اسکان و حمل و نقل در منطقه در کیفیت و وقت فراغت شما تا چه اندازه مؤثر بوده
۰/۱۵۱	۱/۴۱	۲/۹۷	۱۰۰	میزان رضایت شما از غرفه‌های خرده فروشی و مغازه‌ها در کنار جاذبه‌ها چگونه است.
۰/۱۳۸	۱/۲۹	۲/۹۵	۱۰۰	انزوای ارتباطی و فاصله‌های جاذبه‌های گردشگری روستا را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۳۵	۱/۲۶	۲/۹۹	۱۰۰	سرمایه‌گذاری در زیر ساخت (جاذبه‌ها) را تا چه اندازه در جذب گردشگران مؤثر می‌دانید
۰/۱۰۸	۱/۰۱	۳/۰۹	۱۰۰	میزان رضایت از زیرساخت‌های و شبکه‌های حمل و نقل، مخابرات و ارتباطات چگونه است.
۰/۱۵۱	۱/۴۱	۳/۱۲	۱۰۰	میزان آگاهی‌ها و رفتار مردم (جامعه میزبان) را با گردشگران تا چه میزان مثبت ارزیابی می‌کنید
۰/۱۲۷	۱/۱۹	۳/۰۷	۱۰۰	میزان رضایت شما از تعاملات فرهنگی مردم منطقه با گردشگران چگونه است
۰/۱۶۴	۱/۵۳	۲/۹۰	۱۰۰	دیدن صنایع دستی محلی و بومی در اوقات فراغت شما چه اندازه مؤثر بوده
۰/۱۴۱	۱/۳۲	۲/۹۵	۱۰۰	میزان رضایت شما از دیدن موسیقی‌های محلی و بومی در اوقات فراغت چگونه است
۰/۱۳۱	۱/۲۲	۳/۳۸	۱۰۰	تا چه اندازه اداب و رسوم مردم محلی در رفتار شما اثر خواهد کرد
۰/۱۳۵	۱/۲۶	۳/۰۰	۱۰۰	میزان رضایت شما از اطلاع‌رسانی مردم در معرفی جاذبه‌ها، برای دسترسی به جاذبه‌ها چگونه است
۰/۲۴۱	۱/۲۶	۳/۱۵	۱۰۰	میزان رضایت گردشگری در منطقه چگونه است
۰/۱۴۵	۱/۳۵	۲/۷۰	۱۰۰	بناهای تاریخی باستانی روستا تا چه اندازه در اوقات فراغت شما مؤثر بوده است
۰/۱۱۴	۱/۰۷	۲/۸۱	۱۰۰	جاذبه‌های گردشگری تا چه اندازه در فعالیت‌های جسمی و روحی شما مؤثر بوده
۰/۱۳۶	۱/۲۷	۲/۷۳	۱۰۰	وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی تا چه اندازه در اوقات شما مؤثر است
۰/۱۲۴	۱/۱۶	۳/۲۳	۱۰۰	میزان رضایت از نحوی رفتار مردم روستا با گردشگران چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۳۳	۱/۲۵	۳/۱۴	۱۰۰	گردشگری در روستا را تا چه میزان برنامه‌ریزی شده، قانونمند و آینده‌نگر می‌بینید
۰/۱۳۱	۱/۲۳	۳/۰۷	۱۰۰	به نظر شما امنیت مورد نیاز جامعه گردشگران در روستا تا چه میزان تأمین می‌شود
۰/۱۳۵	۱/۲۷	۳/۲۵	۱۰۰	میزان رضایت از تنوع زیستی و سالم سازی محیط زیست در اوقات فراغت شما چگونه است
۰/۱۳۶	۱/۲۷	۲/۵۰	۱۰۰	وجود آب و هوای مناسب در فصلهای مختلف تا چه اندازه در اوقات فراغت شما مؤثر بوده
۰/۱۲۶	۱/۱۸	۲/۷۷	۱۰۰	تمایل شما برای دیدن از منطقه به دلیل محیط آرام و ساکت چگونه است
۰/۱۳۱	۱/۲۳	۳/۳۵	۱۰۰	میزان رضایت از پارک‌های جنگلی و گردشگاه‌ها طبیعی چگونه است
۰/۱۳۷	۱/۲۸	۳/۲۷	۱۰۰	میزان رضایت شما برای مسافرت به این منطقه چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۴۲	۱/۳۳	۳/۲۵	۱۰۰	میزان رضایت از باغ‌ها و زمین‌های کشاورزی در جذب گردشگران چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۳۱	۱/۲۲	۳/۲۳	۱۰۰	به طور کلی از جاذبه‌های طبیعی چه اندازه احساس رضایت می‌نمایید
۰/۱۴۳	۱/۳۳	۳/۳۲	۱۰۰	میزان رضایت از دافع زباله و فاضلاب در محیطی روستا را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۱۲۹	۱/۲۲	۳/۱۸	۱۰۰	تا چه اندازه نظافت و پاکیزگی محیط را رعایت می‌کنید

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۲.

به منظور بررسی عوامل مؤثر بر میزان رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی از آزمون تحلیل عاملی استفاده گردیده است. جهت تست مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص تحلیل رضایت گردشگران و برای شروع تحلیل عاملی از تست Bartlett و KMO

استفاده شد. معنی داری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب KMO حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است (جدول ۲).

جدول شماره (۲): آزمون بارتلت در سطح معناداری

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معنی
رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی	۰/۶۳۰	۴۹/۹۸۳	۰/۰۰۰

نتایج تحلیل عاملی در جدول (۳) نشان داده شده است. تعداد عامل‌های استخراج شده به وسیله معیار مقدار ویژه و اسکری پلات ۸ عامل است. این ۸ عامل ۴۹/۹۸۳ درصد کل واریانس را تبیین کرده است.

جدول شماره (۳): عوامل استخراج شده همراه با ارزش ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی واریانس

عامل‌ها	مجموع مجذور بارهای استخراجی		
	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
عامل اول	۲/۹۶۵	۸/۴۷۲	۸/۴۷۲
عامل دوم	۲/۲۷۹	۶/۵۱۱	۱۴/۹۸۳
عامل سوم	۲/۱۵۰	۶/۱۴۳	۲۱/۱۲۶
عامل چهارم	۲/۱۰۱	۶/۰۰۱	۲۷/۱۲۷
عامل پنجم	۲/۰۴۰	۵/۸۳۰	۳۲/۹۵۷
عامل ششم	۲/۰۱۵	۵/۷۵۸	۳۸/۷۱۵
عامل هفتم	۱/۹۸۸	۵/۶۸۱	۴۴/۳۹۶
عامل هشتم	۱/۹۹۵	۵/۵۸۷	۴۹/۹۸۳

عامل اول: این عامل حدود ۸/۴۷۲ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۹۶۵ است. این عامل همبستگی بالایی با ۶ متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۴) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر دسترسی به منابع آب شرب است که برابر با ۰/۸۱۵ است. بنابراین این عامل بیشترین تاثیر را در افزایش میزان رضایت گردشگران و فضای گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه داشته است. همچنین، با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات دسترسی به انواع خدمات هستند، این عامل را یک عامل «دسترسی به خدمات اساسی در منطقه» می‌نامیم.

جدول شماره (۴): متغیرهای بارگذاری شده در عامل اول

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۴۵	تا چه اندازه منطقه را جهت گردش و تفریح انتخاب می‌کنید
۰/۷۶۵	زیرساخت‌های منطقه تا چه اندازه در تسهیل رفت و آمد شما مؤثر بوده است
۰/۷۹۴	تجهیزات و تسهیلات اقامتی و رفاهی در منطقه تا چه اندازه در اوقات فراغت شما مؤثر است
۰/۷۴۴	میزان رضایت از دسترسی به زیرساخت‌های خدماتی- بهداشتی در روستا چگونه است
۰/۸۱۵	میزان رضایت شما از دسترسی به کیفیت منابع آب را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۷۵۳	انزوای ارتباطی و فاصله‌ای جاذبه‌های گردشگری روستا را چگونه ارزیابی می‌کنید

عامل دوم: این عامل حدود ۶/۵۱۱ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۲۷۹ است. این عامل همبستگی بالایی و مثبتی با پنج متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۵) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر سهولت دسترسی به جاذبه‌ها است که برابر با ۰/۸۴۰ است که بعد از عامل اول بیشترین میزان رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه داشته است و با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات برخوردارگی از امکانات هستند، این عامل را یک عامل « برخوردارگی از امکانات در محل جاذبه» می‌نامیم.

جدول شماره (۵): متغیرهای بارگذاری شده در عامل دوم

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۸۷	میزان رضایت شما از دیدن صنایع دستی محلی در اوقات فراغت شما چگونه است
۰/۷۶۶	تا چه اندازه منطقه از امکانات تفریحی مناسبی برخوردار است
۰/۸۴۰	میزان رضایت از سهولت دسترسی به جاذبه‌های روستایی چگونه است
۰/۷۷۲	سرمایه‌گذاری در زیر ساخت (جاذبه‌ها) را تا چه اندازه در جذب گردشگران مؤثر می‌دانید
۰/۷۹۸	میزان رضایت از زیرساخت‌های شبکه‌های حمل و نقل، مخابرات و ارتباطات در چگونه است

عامل سوم: این عامل حدود ۶/۱۴۳ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۱۵۰ است. این عامل همبستگی بالایی با سه متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۶) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر مناسب بودن هزینه اسکان و حمل و نقل است که برابر با ۰/۷۷۵ است. با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات هزینه‌ها هستند، این عامل را یک عامل «مناسب بودن هزینه‌ها» می‌نامیم.

جدول شماره (۶): متغیرهای بارگذاری شده در عامل سوم

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۴۵	از وضعیت قیمت مواد غذایی و سوغاتی‌ها در منطقه تا چه میزان رضایت دارید
۰/۷۷۵	میزان رضایت شما از مناسب بودن هزینه اسکان و حمل و نقل در منطقه در کیفیت اوقات فراغت شما چگونه است
۰/۷۷۴	میزان رضایت شما از دسترسی به غرفه‌های خرده فروشی و مغازه‌ها در کنار جاذبه‌ها را چگونه ارزیابی می‌کنید

عامل چهارم: این عامل حدود ۶/۰۰۱ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۱۰۱ است. این عامل همبستگی بالایی با پنج متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۷) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر میزان آگاهی و شعور اجتماعی و تعاملات فرهنگی مردم با گردشگران است که برابر با ۰/۷۹۰ است. با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات اجتماعی و فرهنگی هستند، این عامل را «شخصیت اجتماعی و فرهنگی ساکنان منطقه» می‌نامیم.

جدول شماره (۷): متغیرهای بارگذاری شده در عامل چهارم

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۹۰	میزان رضایت از آگاهی‌ها و رفتاری مردم منطقه با گردشگران چگونه است
۰/۵۳۲	میزان رضایت شما از تعاملات فرهنگی مردم محلی با گردشگران را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۶۳۴	میزان رضایت شما از دیدن صنایع دستی محلی و بومی در اوقات فراغت شما چگونه است
۰/۷۵۹	میزان رضایت شما از دیدن موسیقی‌های محلی چگونه است
۰/۶۹۶	میزان رضایت شما از ارزشها و سنتی محلی روستا چگونه است

عامل پنجم: این عامل حدود ۵/۸۳۰ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۰۴۰ است. این عامل همبستگی بالایی با سه متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۸) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر اطلاع رسانی برای جذب گردشگری است که برابر با ۰/۷۹۱ است. با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات برای جذب گردشگر هستند، این عامل را یک عامل «برنامه‌ریزی مناسب برای گردشگری» می‌نامیم.

جدول شماره (۸): متغیرهای بارگذاری شده در عامل پنجم

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۹۱	میزان رضایت شما از اطلاع‌رسانی مردم در معرفی جاذبه برای دسترسی به جاذبه چگونه است
۰/۷۱۶	گردشگری در روستا را تا چه میزان برنامه‌ریزی شده، قانونمند و آینده‌نگر می‌بینید
۰/۷۸۴	به نظر شما امنیت مورد نیاز جامعه گردشگران در روستا تا چه میزان تأمین می‌شود

عامل ششم: این عامل حدود ۵/۷۸۵ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۰۱۵ است. این عامل همبستگی بالایی با پنج متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۹) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی است که برابر با ۰/۷۷۵ است. با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات سلامتی روح و جسم هستند، این عامل را یک عامل «دستیابی به سلامتی و سرزندگی» می‌نامیم.

جدول شماره (۹): متغیرهای بارگذاری شده در عامل ششم

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۷۵	چندبار در ماه برای تفریح به این منطقه مراجعه می‌کنید
۰/۵۴۹	بناهای تاریخی باستانی روستا تا چه اندازه در اوقات فراغت شما مؤثر بوده است
۰/۶۵۱	جاذبه‌های گردشگری تا چه اندازه در فعالیت های جسمی و روحی شما مؤثر بوده
۰/۸۳۸	وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی تا چه اندازه در اوقات شما مؤثر است
۰/۷۹۱	میزان رضایت شما از رفتار مردم با گردشگری را چگونه ارزیابی می‌کنید

عامل هفتم: این عامل حدود ۵/۶۸۱ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۱/۹۸۸ است. این عامل همبستگی بالایی با شش متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۱۰) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر وجود آب و هوای مناسب است که برابر با ۰/۸۶۴ است. با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات آب و هوای مناسب و فضای سبز و تنوع زیستی هستند، این عامل را یک عامل «محیط سبز و آب و هوای مناسب» می‌نامیم.

جدول شماره (۱۰): متغیرهای بارگذاری شده در عامل هفتم

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۲۷	میزان رضایت از تنوع زیستی و سالم سازی محیط زیست را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۸۶۴	میزان رضایت از وجود آب و هوای مناسب در فصلهای مختلف چگونه است
۰/۷۲۹	میزان تمایل شما برای دیدن از منطقه به دلیل محیط آرام و ساکت را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۷۱۲	میزان رضایت شما از پارک‌های جنگلی و گردشگاه‌ها طبیعی را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۷۵۸	میزان تمایل شما برای مسافرت به این منطقه را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۸۲۵	میزان رضایت از باغ‌ها و زمین‌های کشاورزی برای جذب گردشگران را چگونه ارزیابی می‌کنید

عامل هشتم: این عامل حدود ۵/۵۸۷ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۱/۹۹۵ است. این عامل همبستگی بالایی با چهار متغیر را نشان می‌دهد. طبق جدول (۱۱) بالاترین همبستگی این عامل با متغیر

دفع زباله و فاضلاب است که برابر با ۰/۸۷۰ است. با توجه به ویژگی متغیرهای مذکور که بیانگر سطح و خصوصیات کیفیت و پاکیزگی محیطی هستند، این عامل را یک عامل « پاکیزگی » می‌نامیم.

جدول شماره (۱۱): متغیرهای بارگذاری شده در عامل هشتم

بار عاملی	مؤلفه‌ها
۰/۷۵۷	به طور کلی از جاذبه‌های طبیعی چه اندازه احساس رضایت می‌نماید
۰/۸۷۰	دافع زباله و فاضلاب در محیطی روستا را چگونه ارزیابی می‌کنید
۰/۷۴۵	تا چه اندازه نظافت و پاکیزگی محیط را رعایت می‌کنید

با توجه به تحلیل عاملی و استخراج عامل‌ها در راستای رضایت گردشگران از فضای مورد گردشگری، به ۸ عامل اساسی دست یافته‌ایم که این عوامل به ترتیب با توجه به جداول ۳ تا ۱۱، دسترسی به خدمات اساسی در منطقه، برخورداری از امکانات در خود محل جاذبه‌ی گردشگری، مناسب بودن هزینه‌ها، شخصیت اجتماعی و فرهنگی ساکنان منطقه، برنامه‌ریزی و آینده‌نگری، ایجاد سلامتی و سرزندگی، محیط سبز و آب و هوای مناسب، پاکیزگی محیط می‌باشند.

۵) نتیجه‌گیری

پدیده گردشگری در جهان معاصر یکی از پویاترین فعالیت‌های انسانی است که آثار اقتصادی- اجتماعی- فرهنگی- زیست محیطی و سیاسی آن در جهانی که زندگی می‌کنیم تحولات دگرگونی‌های زیادی را بوجود آورده است و در توسعه روستایی نقش مهمی را ایفا نموده به گونه‌ای که از آن به عنوان یکی از رویکردهای مهم توسعه یافتگی جوامع نام برده می‌شود. با توجه به اینکه توسعه از اصول و مبانی پیشرفته اقتصادی- اجتماعی - فرهنگی و سیاسی در جهان محسوب می‌شود. بنابراین پارادایم جدید توسعه فضای گردشگری دارای ابعاد مختلف زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است. با این توصیف، به منظور بررسی عوامل مؤثر رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در مناطق روستایی مورد مطالعه پرداخت شد. از آنجا که ناحیه خراقان یکی از مکان‌های جاذبه‌های گردشگری است و دارای پتانسیل‌های گردشگری فراوانی بوده و مهمتر از آن اینکه گردشگران تصویر ذهنی قبلی و مثبتی از آن دارند(مصاحبه محقق به صورت میدانی، ۱۳۹۲). این دهستان به لحاظ کیفی، دارای جاذبه‌های بسیار غنی و متعدد است. نتایج این مطالعات نشان می‌دهد که جهت تست مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص بررسی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از فضای گردشگری و برای شروع تحلیل عاملی از تست Bartlett و KMO استفاده شد. معنی‌داری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹ درصد، ۸ عامل بوده که ۴۹/۹۸۳ درصد از واریانس را تبیین می‌کند که نشان از رضایت

بخش بودن تحلیل عاملی و متغیرهای مورد و مقدار مناسب KMO حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است. بنابراین جهت بررسی عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی از ۳۵ مؤلفه استفاده شده است. که نتیجه حاصل از تقلیل ۳۶ مؤلفه، ۸ عامل به دست آمده است. به طوری که عامل اول، حدود ۸/۴۷ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۹۶۵ را توضیح و محاسبه می‌کند؛ عامل دوم، دسترسی به منابع آب شرب را تشکیل می‌دهد این عامل حدود ۶/۵۱۱ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۲۷۹ را به خود اختصاص داده است به طوری که این عامل همبستگی بالایی و مثبتی با پنج متغیر را نشان می‌دهد. عامل سوم، عامل مناسب بودن هزینه اسکان و حمل و نقل است این عامل حدود ۶/۱۴۳ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۱۵۰ است. عامل چهارم میزان آگاهی و رفتار اجتماعی مردم با گردشگران را تشکیل می‌دهد. این عامل حدود ۶/۰۰۱ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۱۰۱ است. عامل پنجم که حدود ۵/۸۳۰ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۰۴۰ است. عامل ششم حدود ۵/۷۸۵ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۲/۰۱۵ است. عامل هفتم حدود ۵/۶۸۱ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۱/۹۸۸ است و عامل هشتم که کمترین نقش را دارد، حدود ۵/۵۸۷ درصد کل واریانس و مقدار ویژه آن ۱/۹۵۵ است. بنابراین با توجه به تجزیه و تحلیل‌های که صورت گرفت می‌توان اظهار کرد که عامل اول تا هشتم بیشتر اثرگذاری عامل‌های رضایت‌مندی را از دیدگاه گردشگران در ناحیه مورد مطالعه به خود اختصاص داده است و این نشان از مهم بودن توجه گردشگران به عملکرد اثرگذاری فضاهای گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه است؛ بنابراین در راستای بهبود و کارآیی فضای گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه پیشنهاداتی به شرح زیر بیان می‌گردد:

- احداث امکانات رفاهی و بهداشتی در مناطق گردشگری پذیر و بین‌راهی و نظارت بر فعالیت آنها و واگذاری اداره این امور مراکز تفریحی، اقامتی و بهداشتی به مردم محلی جهت مشارکت، ایجاد درآمد و اشتغال برای آنها؛
- تجهیز و گسترش امکانات و زیرساخت‌های رفاهی و خدماتی؛
- توسعه برنامه‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی برای معرفی جاذبه‌های مناطق روستایی؛
- ترغیب و تشویق بخش خصوصی و دولتی به مشارکت و سرمایه‌گذاری در جاذبه‌های گردشگری؛
- استفاده از توان‌های طبیعی در جهت رونق گردشگری و ورود گردشگران به این ناحیه؛
- حفاظت از جاذبه گردشگری در راستایی توسعه پایدار محیط زیست توسط گردشگران.

۶ منابع

- ایمانی، بهرام، رضا سلیمان گلی و لطف‌الله ملکی، (۱۳۹۱)، چالش‌های فراروی توسعه گردشگری روستایی در ایران، مجموعه مقالات اولین همایش ملی جغرافیا و برنامه‌ریزی توسعه روستایی، همدان، ص ۱.

- پاکزی، معصومه، (۱۳۸۷). تحلیل عملکرد فضایی کشت گل و جایگاه آن در توسعه پایدار روستایی (مطالعه مورد: روستاهایی شهرستان پاکدشت، رساله دکتری، دانشگاه آزاد واحد اسلامی و تحقیقات تهران).
- جهانیان، منوچهر و زهرا نادعلی پور، (۱۳۸۸). مدیریت گردشگری (تعاریف، ماهیت و اجزا)، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ یکم.
- خاتون‌آبادی، سید احمد و مهدی راست قلم، (۱۳۹۰). سنجش ارکان چهارگانه گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک SWOT. مطالعه موردی، روستاهای هدف گردشگری استان چهارمحال بختیاری، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، جلد ۵، شماره ۳، صص ۳۳۸-۳۳۰.
- دانش مهر، حسین، علیرضا کریمی و وریا صفری، (۱۳۹۱). بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای اورمان تخت)، پژوهش‌های روستایی، سال سوم، شماره سوم، صص ۲۱۵-۲۴۰.
- رضوانی، محمدرضا، سیدرضا اکبریان رونیزی، عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و سید علی بدری، (۱۳۹۰). تبیین شاخص‌های محک پایدار در ارزیابی آثار الگوهای گردشگری در نواحی روستایی پیرامون کلاشهرها) روستاهای پیرامون کلا شهر تهران، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۸۱، صص ۹۴-۶۹.
- رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار. جلد ۱. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و اسماعیل قادری، (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوبی نظریه‌ای) مدرس، دوره ۶، شماره ۲، صص ۲۳-۴۱.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، داوود مهدوی، مهدی پورطاهری، (۱۳۸۹). فرآیند بومی‌سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران، پژوهش‌های روستایی، شماره ۴، صص ۴۱-۱.
- شریفزاده، ابوالقاسم و همایون مرادنژاد، (۱۳۸۱). توسعه پایدار و توسعه گردشگری، ماهنامه اقتصادی جهاد، خرداد و تیر ماه، ۱۳۸۱، شماره ۲۵۱.
- زرغام، حمید، (۱۳۷۵). مدل برنامه‌ریزی استراتژیک جهانگردی ایران، دفتر هماهنگی و هدایت طرح جامع توسعه و مدیریت جهانگردی.
- علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر، مصطفی‌قدمی، مهدی رمضان زاده لسبویی، (۱۳۸۸). نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی، مطالعه موردی: دهستان گلیجان، شهرستان تنکابن، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۱، صص ۳۵-۴۸.
- قبادی، پرستو، عبدالحمید پاپ زن، کیومرث زرافشانی و شهپر گرواندی، (۱۳۹۰). مطالعه وضعیت گردشگری روستایی در روستای خانقاه از دیدگاه اهالی روستا، با استفاده از تئوری بنیادی، مجله مسکن و محیط، شماره ۱۳۷، صص ۸۲-۷۱.
- کرمی دهکردی، مهدی، علی اصغر میرک‌زاده و غیاثی غیاثوند، (۱۳۹۰). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال بختیاری، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۳، پیاپی ۴۵، شماره ۱، صص ۹۹-۱۱۲.
- کلانتری، خلیل، (۱۳۸۷). برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای (تئوری‌ها و تکنیک‌ها)، انتشارات خوشبین، تهران.
- ملک حسینی، عباس و صباح ملک حسینی، (۱۳۸۸). تحلیلی از وضعیت گردشگری روستایی (مطالعه موردی، هزاوهی اراک)، فصلنامه چشم اندازه زاگرس، سال اول، شماره ۱، صص ۱۱۱-۱۲۰.
- Altinay M., Hussain K., (2005). Sustainable Tourism Development: A Case Study of North Cyprus, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 17, Issue:3. pp: 272 – 280.

- Andereck, K. and Vogt, C.(2000), **The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options**, Journal of Travel Research, Vol. 3, No. 39, pp. 27-36.
- Apostolopoulos, Y. & Dennis J. Gayle, (2007), **island tourism and sustainable development: Caribbean, Pacific, and Mediterranean Experiences**.
- Atelievic, J. (2007), **Small, Tourism Firms and Management Practices in New Zealand: The center stage Macro Region**, Tourism Management, V. 28.
- Alegre, J., & Jaume G., (2010). **Tourist satisfaction and dissatisfaction**, Annals of tourism research, vol. 37, No. 1, pp. 52-73.
- Batra G.S &, Chawla A.S. (1995). **Tourism Management, a Global Perspective**; Department Of Business Management, Deep & Deep Publication, New Dehli, 1995, PP: 95-96.
- Breidenhann, J. & Wickens, E., (2004). **Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream?** Tourism Management, 25(1), 71- 79.
- Byrd, E., Bosley, H. and Dronberger, M. (2009), **Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina**, Tourism Management, Vol. 30, No. 1, pp. 693-703.
- Cawley, M and Marsat, J, (2007), **Promoting Integrated rural tourism: Coparative perspectives on institutional networking in France and Ireland**. Tourism Phenomeon, amesterdam, published by elseiver Ltd, butterworth Heinemann, and p.122.
- Davis, J. and Morais, D.(2004), **Factions and enclaves: small towns and socially unsustainable tourism development**, Journal of Travel Research, Vol. 3, No. 43, pp. 3-10.
- Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C., and Scott N.(2009). **Destination and enterprise management for a tourism future"**. Tourism Management, Vol. 30, No. 2, pp. 63-74.
- Everitt, B.S., (1994) **Statistical Methods for Medical Investigations**. Edward Arnold. London.
- Fossati, A., & Panella, G., (2000). **Tourism and sustainable development: a theoretical framework**. In A. Fossati, & G. Panella (Eds.), Tourism and sustainable economic development (pp. 3 - 36). Boston: Kluwer Academic Publishers.3-36.
- Friedel M. and Chewings V., (2008). **Refining regional - development strategies - using a systems approach. Central Australian Tourism Futures Stage 2**. Working paper 29. Desert knowledge crc.
- Giaoutzi, M., & Nijkamp, P., (2006). **Emerging trends in tourism development in an open world**.
- GORSUCH, R., (1983) **Factor Analysis**. Second Ed, Hillsdale. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gracan, D. Zadel, Z. and Birin, N., (2010), **Camping tourism With the purpose of Lengthening the tourism in Croatian tourism**. Tourism & Hospitality, 106-119.
- Gunn. (2002), **Tourism Planning & Development: To consider Tourism Plan Making**, APA Proceeding.p.15.
- Hassan, S., (2000), **Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry**, Journal of Travel Research, Vol. 3, No. 38, pp. 239-245.
- Holland, J. Burian, M. and Dixey, L., (2003), **Tourism in poor Rural Areas, Diversfying the product and Expanding the Benefits in Rural, Areas**. London: PSA Publixations.
- Hultman, J. and Hall, C.M. (2011), **Tourism Place- Making Governance of Locality in Sweden**, Annedn, Annals of Tourism Research, Vol. xx, No. xx, PP. xxx-xxx.
- In M. Giaoutzi, & P. (2006). **Nijkamp (Eds.), Tourism and regional development: New pathways. (pp. 1-12)**. Aldershot, UK: Ashgate Publishing Ltd.
- Inskeep, E., (1991); **Tourism Planning, An Integrated And Sustainable Development Approach; VNR Tourism And Commercial Recreation Series**, New York, 1991, P: 144, PP: 339-342, P: 351& 460.
- Lee, C.C., & Chang, C.P. (2008). **Tourism development and economic growth: a closer look at panels**. Journal of Tourism Management. 29(1), 180 - 192.

- Lasanta, T. and Sergio, L., (2007). **Do tourism-based ski resorts contribute, to the homogeneous development of the Mediterranean mountains? A case study in the Central Spanish Pyrenees**, International Journal of Tourism Management, Vol. 28, pp. 1326-1339.
- McGehee, N. and Andereck, K. (2004), **Factors predicting rural residents' support of tourism**, Journal of Travel Research, Vol. 3, No. 43, pp. 131-140
- Mitchell, J. (2006), **Conflicting threat Perceptions at a rural agricultural fair**. Tourism Management 27.pp.1298-1307.
- Molera, L. and Pilar Albaladejo, I., (2007), **Profiling Segments of Tourists in rural area of – Eastern Spain**: Tourism Management, 28, pp757-767.
- Moreno, A. and Amelung, B., (2009). **Climate Change and Tourism Comfort on Europes Beaches in Summer: A Reassessment**, Coastal Management, 37: 6,550-568, First Published on: November, 2009(ifirst).
- Norris, M. And Winston, N. (2007), **Second Homes In Scenic Rural Areas Of Ireland: Preliminary Results From A Study A Social, Economic And Enviromental Impacts**. Paper Presented at The European Network For Housing Research (ENHR) International Conference On Sustainable Urban Areas, 25-28 June 2007.
- Reeder, R. J., & Brown, D. M. (2005), **Recreation, tourism, and rural wellbeing**, United States Department of Agriculture Economic Research Report Number 7, Available at: <http://www.ers.usda.gov/publications/err7> (April 2005)
- Rinzin, C, Walter, J, Vermeulen, V & Glasbergen, P, (2007), **Ecotourism as a Mechanism for Sustainable Development: The Case of Bhutan**. Environmental Sciences, 4(2), p.109-125.
- Rosentraub M. S., and Joo M. (2009). **Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions?** Tourism Management, Vol. 30, No. 2, pp. 759-770.
- Sebele, Lesego S. (2010). **Communitybased tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust**, Central District, Botswana. Journal of Tourism Management. (31). 136-146.
- Sharply, R. (2002). **Rural Tourism and The challenge of Tourism diversification**, Tourism Management: Vol, 23.
- Telfer, D. AND Sharpley, R., (2008), **Tourism and Development in the Developing World**, Routledge, New York.
- Thabet, A, (2007). **An approach to a Strategy for improving Libya's tourism industry**. Internaional Tourism Biennial, P.3-13.
- UNWTO. (2008), **World Tourism Barometer. Value6. Number2**. Madrid: United Nations World Tourism Organization World Tourism Organization Madrid, Spain.
- World Tourism Organization. (2006), **Tourism 2020 Vision**. WTO Publication Unit, World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- Zhong L., Dengb J. and Xiangc B. (2008). **Tourism development and the tourism area life-cycle model: Acase study of Zhangjiajie National Forest Park**, China. Tourism Management 29, pp. 841-856.