


Research Paper

Assessing the factors affecting tourist's satisfaction with tourism destinations; Case: Tehran Ab'o Atash park

Ali Rahimi¹ , Saber Mohammadpour^{*2}, Hossein Safdari³, Fatemeh Abasian⁴

¹ Master in geography and tourism planning - university of tehran, tehran, iran - (rahimi.ali.14@ut.ac.ir)

² Assistant Professor in urban group, university of guilan, guilan, iran - (s.mohammadpour@guilan.ac.ir)

³ Master in geography and tourism planning - university of tehran, tehran, iran - (hossein.safdari@ut.ac.ir)

⁴ Master in geography and urban planning - university of kharazmi, tehran, iran - (a.sepid74@gmail.com)



10.22080/JTPD.2021.19909.3388

Received:

September 30, 2020

Accepted:

January 8, 2021

Available online:

December 16, 2021

Keywords:

: Urban Tourism, Satisfaction, Ab'o Atash park, Tehran City, SPSS, LISREL.

Abstract

In the current situation where the high cost of travel along with the concerns caused by urbanization does not allow all citizens of Tehran to attend the pleasant climate outside the city, it seems that one of the most desirable ways to ward off fatigue and everyday life is to take refuge in urban parks such as Ab'o Atash park. Congestion, Bad economic situation and lack of time in Tehran have made urban parks have a major role in filling citizens leisure time. The need to pay attention to urban parks and the satisfaction of citizens from them are the main framework of this research. In the present study, first, by studying the theoretical background of the research, the researchers extracted the most important factors affecting the satisfaction of tourists, which have the highest frequency and can be measured in the park under study, and designed the research questionnaire. The results of field studies were analyzed after entering SPSS and LISREL software; The results of Exploratory factor analysis confirmed the validity of all research variables and all research indicators were evaluated as effective on the satisfaction of Ab'o Atash park tourists; also, the results of one-sample t-test showed that tourists were dissatisfied with the prices of food and beverages, the cost of renting tennis equipment, the entrance fee to the cinema, the entrance fee to the observatory and the lack of a place to charge mobile phones. In the end, suggestions were made to improve services and increase tourist satisfaction.

*Corresponding Author: Saber Mohammadpour

Address: Assistant Professor in urban group,
university of guilan, guilan, iran

Email: s.mohammadpour@guilan.ac.ir



Extended abstract

1. Introduction:

In the current era that services are more important than other sectors, it seems that tourism destinations in the path of their development, in the first stage should focus their programs on tourist satisfaction. Parks, as one of the service spaces in urban areas, have played an important role in improving the social, cultural, economic and environmental situation of cities and have been gradually considered with the development of cities. A review of previous research shows that there is a direct relationship between visitors' satisfaction with a destination and their level of loyalty. If we accept that a citizen spends a third of a day for leisure and recreation, the need to pay attention to urban parks and also to measure the satisfaction of visitors with its services and facilities becomes clear. Due to the importance of this issue, this study seeks to assess the factors affecting tourists' satisfaction with the Ab' o Atash Park, which is one of the largest parks in the north of Tehran.

2. Materials and Methods:

The present research is applied research in terms of purpose and descriptive and analytical in terms of nature and method. In this study, taht daily visitors to the Ab' o Atash Park are the statistical population and information was collected through library and survey methods (based on questionnaire tools). In documentary studies, the most relevant variables affecting tourists' satisfaction with urban parks were identified; In documentary studies, the most relevant variables affecting tourists' satisfaction with urban parks were identified; The reliability of the

research questionnaire was confirmed using Cronbach's alpha coefficient and its validity was confirmed by heuristic factor analysis. Data analysis was performed using Spss and Lisrel software. The reliability of the research questionnaire was confirmed using Cronbach's alpha coefficient and its validity was confirmed by exploratory factor analysis. Data analysis was performed using Spss and Lisrel software.

3. Results and Discussion

The results of the initial part of the analysis showed that, in the price and cost component, all indicators, namely the price of food and beverages, the cost of renting skating equipment, the cost of renting tennis equipment, the entrance fee of the observatory and the entrance fee of Cinema Game have a high impact on park tourists satisfaction. The results of analysis in the component of service quality show the high impact of service quality on the satisfaction of park visitors; In this dimension, the variables of beverage quality, quality of tennis sports equipment and quality of park food, have the greatest role on tourist satisfaction. Findings in the safety and security component also showed that all indicators of this component have been effective in measuring tourist satisfaction; In fact, the variables of access to the police, installation of guards in the required places, the reaction of security personnel during problems and the peace of tourists will play a major role in tourist satisfaction. In component of infrastructure, the most effective indicator was parking space and a place for public sports, and the existence of children's playgrounds and toilets showed the least importance. The results of the analysis in the field of landscape

quality showed that the greatest impact on tourist satisfaction is related to green space and park cleanliness, advertising posters, park lighting at night and variety of facilities. In terms of accessibility, signposts in the park, access to ATMs and mobile health centers, respectively, have a greater impact than other variables. The least impact observed in the tourist access section were bus and subway access. In the final part of the research, tourists' satisfaction was measured using a one sample t-test; The results of one sample t test showed that tourists are satisfied with all the services of the park, except for 5 variables: the price of food served in the park, the cost of renting tennis equipment, the entrance fee of the cinema, the entrance fee of the observatory and a place for mobile charging. Also, the highest level of satisfaction is related to the green space of the park and the cleanliness of the park, a subset of the landscape quality component.

4. Conclusion

Findings of the research in terms of cost indicate that visitors are dissatisfied with the price of products offered in the park; Abo atash Park plays an important role in filling the leisure time of the people of Tehran; It should be noted that tourists' dissatisfaction with the prices indicates the need for more monitoring of food prices, the cost of renting tennis equipment and the entrance fee to the cinema and observatory. In the analysis of the quality of park services, two indicators of the quality of drinks and tennis sports equipment show less satisfaction of tourists but are in a high position in terms of level of importance; Therefore, maintaining the quality of park products should be one of the priorities of park

managers. In terms of landscape quality and security, the park is in an acceptable condition. In the access component, tourists were dissatisfied with the lack of a place to charge their mobile phones; Also, the high score of the parking lot along with the low score of the subway and bus show that more visitors travel to the park by private car; Therefore, it seems necessary to build a parking lot around the park. To improve the service situation and increase visitor satisfaction, the following suggestions are made:

- Monitoring the price, food and beverages and quality of park products;
- Offering discounts for tourists who use skating and tennis equipment several times
- More Monitoring over the rates offered in Cinema Game and Bustan Observatory;
- Construction of multi-storey car park near the park to reduce traffic in the park area;
- Increasing the signboards to prevent tourist confusion due to the size of the park;
- Predicting and installing places for mobile charging at regular intervals in the park.



علمی

ارزیابی عوامل موثر بر رضایت گردشگران از مقاصد گردشگر؛ مورد پژوهی: پارک آب و آتش تهران

صابر محمدپور^{۱*}، علی رحیمی^۲ , فاطمه عباسیان^۳، نازنین فاطمه اغنائی^۴

^۱ استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران - (s.mohammadpour@guilan.ac.ir)
^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران - (rahimi.ali.14@ut.ac.ir)
^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی شهری دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران - (a.sepid74@gmail.com)
^۴ دانش آموخته کارشناسی ارشد شهرسازی-طراحی شهری، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران - (fatemehaghnaei@gmail.com)

 10.22080/JTPD.2021.19909.3388

چکیده

در وضعیت کنونی که گرانی هزینه‌های سفر در کنار دغدغه‌های ناشی از شهرنشینی امکان حضور در پهنه‌های خوش آب و هوای خارج از شهر را به تمامی شهروندان تهرانی نمی‌دهد به نظر می‌رسد یکی از مطلوب‌ترین راه‌ها جهت دفع خستگی‌ها و روزمرگی‌ها پناه بردن به پارک‌های شهری چون پارک آب و آتش است. فشردگی کاری، وضعیت نابسامان اقتصادی و کمبود وقت در شهر تهران باعث شده پارک‌های شهری نقش پررنگی در پر کردن اوقات فراغت شهروندان داشته باشند. لزوم توجه به پارک‌های شهری و رضایت شهروندان از آن‌ها پیکره اصلی این تحقیق را شکل می‌دهند. در تحقیق حاضر ابتدا محققین از طریق مطالعه پیشینه پژوهش مهمترین عوامل موثر بر رضایت گردشگران را که دارای بیشترین فراوانی بوده و نیز در بوستان مورد مطالعه قابلیت سنجش داشته را استخراج نموده و پرسشنامه تحقیق را طراحی کرده‌اند؛ نتایج مطالعات میدانی پس از ورود به محیط نرم افزار SPSS و LISREL تجزیه و تحلیل شدند. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی حاکی از تایید روایی کلیه متغیرهای پژوهش بوده و کلیه شاخص‌های تحقیق بر رضایتمندی گردشگران بوستان آب و آتش تاثیرگذار ارزیابی شدند؛ همچنین نتایج آزمون t تک نمونه نشان داد که گردشگران از قیمت غذاها و نوشیدنی‌ها، هزینه اجاره لوازم تنیس، هزینه ورودی سینماگیم، هزینه ورودی رصدخانه و نبود مکانی برای شارژ موبایل ناراضی بوده‌اند. در انتها جهت بهبود خدمات و افزایش رضایت گردشگران، پیشنهادهای مطرح شد.

تاریخ دریافت:

۹ مهر ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۱۹ دی ۱۳۹۹

تاریخ انتشار:

۲۵ آذر ۱۴۰۰

کلیدواژه‌ها:

گردشگری شهری، رضایتمندی، پارک آب و آتش، شهر تهران، LISREL، SPSS.

* نویسنده مسئول: صابر محمدپور

آدرس: استادیار گروه شهرسازی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران ایمیل: s.mohammadpour@guilan.ac.ir

۱ مقدمه و بیان مسئله

کوتاه‌مدت چندین ساعت به طول می‌انجامد، میان‌مدت حدود ۲۴ ساعت و بلندمدت یک تا چند هفته (رضوانی، ۱۳۹۲: ۳۴). به فراخور این امر، یکی از فضاهایی که به خوبی نیاز فراغتی کوتاه مدت و میان مدت شهروندان را پاسخ گفته است پارک‌هاست.

بوستان‌ها به عنوان یکی از فضاهای خدماتی در مناطق شهری، نقش برجسته‌ای در بهبود وضعیت اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محیطی شهرها داشته و تدریجاً با توسعه شهرها مورد توجه قرار گرفته‌اند. نکته قابل ذکر آن‌که بوستان‌ها با ساختار اجتماعی، اقتصادی و محیطی خود، جایگاه برجسته‌ای در بهبود کیفیت زیست در نواحی شهری داشته (دودانگه و محمدی، ۱۳۹۵) و حتی بعضاً به عنوان ابزاری جهت خنک کردن نواحی داخلی شهر و کاهش اثرات منفی UHI³ استفاده می‌شوند (چانگ⁴ و لی⁵، ۲۰۱۴)؛ در این صورت بی‌جهت نیست که پارک‌های شهری را به عنوان یکی از پیش‌فرض‌های پایداری در مناطق شهری به حساب می‌آورند

بررسی سوابق حاصل از گردشگری نشان می‌دهد بین رضایت بازدیدکنندگان از یک مقصد با میزان وفاداری آنها رابطه مستقیم وجود دارد. چنانچه بپذیریم یک شهروند یک سوم ساعات یک شبانه روز را صرف تفریح و فراغت خود می‌کند لزوم پرداختن به پارک‌های شهری و نیز سنجش میزان رضایت بازدیدکنندگان از خدمات و امکانات آن بیش از پیش حس می‌شود. نظر به اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر به دنبال کشف و ارزیابی عوامل موثر بر رضایت گردشگران از بوستان آب‌وآتش است که یکی از بزرگترین و محبوب‌ترین پارک‌های شمال تهران به شمار می‌رود؛ علی‌رغم توسعه پارک آب‌وآتش و نقشی که این بوستان در پر کردن اوقات فراغت شهروندان تهرانی دارد، هنوز مقاله‌ای در

شهرها در ادوار تاریخ بستر تحولات بسیاری بوده و اکنون نیز با در اختیار داشتن عناصر و جاذبه‌های متنوع در عرصه‌های مختلف از جمله گردشگری قابلیت‌های بسیاری از خود به نمایش می‌گذارند. گردشگری شهری فعالیت گردشگران بین‌المللی و داخلی و همچنین ساکنان مناطق شهری مرتبط با چشم‌اندازهای داخلی، تجهیزات و زیرساخت‌های طبیعی و انسان‌ساخت است. اصولاً شهرها و شهرک‌ها منبع مسافر و مقصد گردشگری بوده و نیز دروازه ورود به سایر مقاصد محسوب می‌شوند (کیوا و جالیف²، ۲۰۱۲). گردشگری شهری را یکی از گونه‌های گردشگری تعریف کرده‌اند که در محدوده شهرها انجام می‌گیرد (رهنمایی، ۱۳۹۶: ۲۸). به نظر می‌رسد دستیابی به اهداف پیش‌بینی شده در گردشگری به طور عام و گردشگری شهری به طور خاص نیازمند جلب رضایت گردشگران در بازدید از مقصد است. بدین‌رو، در ادبیات گردشگری به تجارب و احساسات گردشگران حین و پس از بازدید از یک جاذبه توجهی خاص می‌شود؛ چرا که اگر از تجربه کسب شده در مقصد رضایت کافی داشته باشد احتمالاً مجدداً مصمم به حضور در آن مقصد بوده و حتی گردشگران دیگر را جهت بازدید از آن مکان و مقصد تشویق می‌کند؛

فرایند رخ داده خود از اثرگذارترین انواع تبلیغات محسوب می‌شود (احمدی و همکاران، ۱۳۹۶). به هر حال در عصر کنونی که اقتصاد بیشتر حول بخش خدمات می‌چرخد به نظر می‌رسد مقاصد گردشگری در مسیر پیشرفت خود بیش از آنکه نیازمند افزایش گردشگران باشند، در مرحله اول می‌بایست برنامه‌های خود را معطوف به جلب رضایت و نگهداشت گردشگران کنونی خود کنند. زمان به عنوان یک فاکتور مهم، گردشگری کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت را شکل می‌دهد. اوقات فراغت

4. Chang
5. Li

1. Cave
2. Jolliffeh
3. UHI: Urban Heat Island



سرویس دادن به مراکز متعدد شهری را دارد (امیرفخریان و همکاران، ۱۳۹۰). ساخت بوستان‌های شهری به عنوان یک مکان عمومی در برهه‌ای مطرح گشت که آلودگی‌های صنعتی عمده نواحی قاره اروپا را به مناطقی غیرقابل تحمل تبدیل کرده و از سوی دیگر پیشرفت‌های صنعتی شدن و بکارگیری ماشین‌آلات زمان فراغت مردم را افزایش داده بود.

موازی با موارد یاد شده، مولفه‌هایی چون عدالت اجتماعی، رفاه ساکنان و تحقق حقوق شهروندی از سوی متفکران دنبال می‌شد و به این صورت پارک‌های شهری به عنوان مکانی عمومی با ظرفیت‌های محیطی، گردشگری و ساختاری در پهنه‌های شهری ساخته شد (محبوبی، ۱۳۹۵). ساخته شدن پارک‌های شهری در ایران به معنای امروزی آن به دوره قاجار بازمی‌گردد (باخدای و مهدوی، ۱۳۹۴). به هر روی آنچه بدیهی است آن که پارک‌های شهری متناسب با فضای سبزی که ارائه می‌دهند و نیز رضایت گردشگران از خدمات آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای در مبحث گردشگری برخوردار بوده (کودنزی^۴ و بلاسچک^۵، ۲۰۱۷) و به عنوان یکی از مهمترین اجزاء برنامه‌ریزی و پهنه‌های شهری همواره نقش بی بدیلی در زندگی ساکنان شهری داشته‌اند. در شرایط کنونی، مراکز، موسسات و نهادهای مرتبط با گردشگری عامل رضایت‌مندی را فاکتوری مهم در اندازه‌گیری کیفیت فعالیت خود در نظر گرفته و بر آن تاکید می‌کنند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۳).

موسسه گریفیث استرالیا رضایت‌مندی را پاسخ کلی شناختی یا عاطفی مصرف‌کننده به استفاده از محصول و قضاوت مصرف‌کنندگان در مورد این که آیا یک محصول یا خدمات سطح قابل قبولی از انطباق مربوط به مصرف را ارائه می‌دهد یا خیر تعریف می‌کند (گزارش موسسه گریفیث^۶، ۲۰۱۶).

خصوص سنجش رضایت بازدیدکنندگان آن انجام نشده است. این اهمیت زمانی دو چندان می‌نماید که پارک مورد مطالعه مقیاس منطقه‌ای داشته و علاوه بر ساکنان شهر تهران بعضاً مورد استفاده مسافران و گردشگران شهرستانی نیز قرار می‌گیرد.

۲ ادبیات موضوع

گردشگری یک پدیده اجتماعی و اقتصادی تلقی می‌شود که بزرگترین حرکت مسالمت‌آمیز مردم در سراسر جهان را تشکیل می‌دهد (هیل^۱، ۲۰۱۷). لفظ گردشگری در زبان فارسی معادل لغت لاتین (Tourism) است که از ریشه Tour به معنای گشتن گرفته شده است. گردشگری مسافرت به یک مقصد به شرطی که بازگشتن به مبدا را در پی داشته باشد تعریف می‌شود (پاپلی و سقایی، ۱۳۹۲: ۱۹). برای مدت‌ها توریسم با فاصله گرفتن از مرکز شهر، حرکت مردم شهر برای حضور در نواحی بیلاقی و سواحل و یا گشت‌زنی در حومه شهر همراه بوده است.

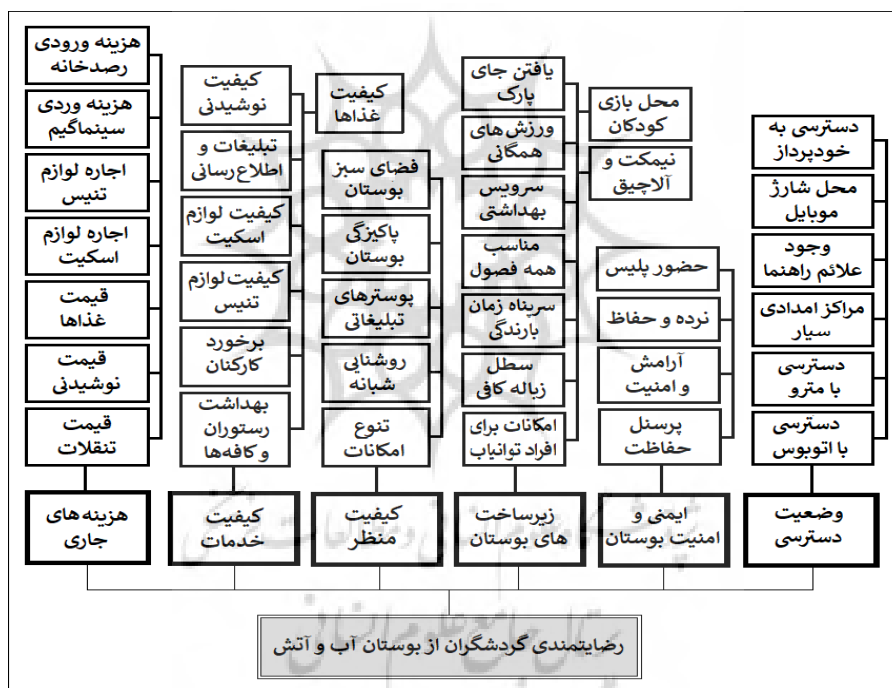
گردشگری شهری از دهه ۸۰ قرن پیشین و همزمان با توسعه برخی شهرها و شناخته شدن آن‌ها به عنوان یک مقصد وارد حوزه تحقیقات شدند؛ مکان‌های گردشگری شهرهای امروزی را می‌توان به ۲ دسته تقسیم کرد: فضاهای مدرن مثل پارک‌ها، مراکز فروش مدرن، فرهنگسراها و پلاژها و نیز فضاهای سنتی مثل بازار، امامزاده، باغات، مساجد، جاذبه‌های باستانی و... (حاتمی‌نژاد و عیوضلو، ۱۳۹۵: ۴۱-۵۷). پارک‌های شهری که از طریق حفظ اکوسیستم اجتماعی شهر و تامین نیازهای شهروندان، ارتقاء کیفیت زندگی شهری را به همراه می‌آورد (کودنزی^۲ و بلاسچک^۳، ۲۰۱۷)، دربرگیرنده ابعاد تفریحی، سرگرمی، گردش و تفرج، زوایای فرهنگی و محیطی است و وظیفه

4. Kothencz
5. Blaschke
6. Griffith

1. Haile
2. Kothencz
3. Blaschke

مهمی از برنامه‌هایی بازاریابی هر مقصد را شکل داده و لاجرم می‌بایست همواره در صدر توجه برنامه‌ریزان مقصد باشد؛ چرا که معمولا واکنش بازدیدکننده در صورت رضایت از مقصد به صورت حضور مجدد در آن جلوه یافته و بدین صورت را جهت پایداری مقصد فراهم می‌کند. اصولاً تمامی تحقیقات علمی صورت گرفته بر یک چارچوب مفهومی استوار است که به معرفی متغیرهای تاثیرگذار پژوهش و نیز روابط آن‌ها می‌پردازد. عنایت به مطالعه ادبیات تحقیق برای پژوهش حاضر نیز مدلی مفهومی طراحی شده که در قالب تصویر شماره (۱) ارائه می‌شود:

اولیور^۱ رضایتمندی را پاسخ به خواسته مشتری و قضاوت در این مورد که محصول یا خدمات ارائه شده به مصرف‌کننده خوشایندی را در وی ایجاد کرده یا خیر تعریف می‌کند (چن^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). رضایتمندی مصرف‌کننده یعنی میزان برآورده شدن انتظارات او که اتفاقاً یک احساس مثبت را در او ایجاد می‌کند؛ همچنین عدم رضایت وی به معنای مقداری از خواسته‌ها و انتظارات اوست که به خوبی برآورده نشده است؛ احساس مثبت ایجاد شده در مشتری به مقدار رضایت وی از خدمات و محصولات دریافت شده بستگی دارد (کیانی‌سلمی و همکاران، ۱۳۹۷). در وجه مشخص رضایتمندی گردشگر بخش



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش

². Chen

¹. Oliver



۳ پیشینه تحقیق

در یک دهه اخیر پژوهش‌های چندی چه در داخل و چه در خارج مرتبط با رضایتمندی گردشگران از خدمات دریافتی انجام گرفته که در ادامه اجمالاً به تعدادی از آنها اشاره می‌شود.

محمودزاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان "اولویت‌بندی شاخص‌های ارزیابی رضایت بازدیدکنندگان موزه‌ها؛ مورد مطالعه: موزه ملی ایران" به نتیجه رسیدند که عناصر ملموس مقصد، اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان و همدلی بر رضایت بازدیدکنندگان موزه ملی ایران موثر هستند؛ در این بین بیشترین تاثیر مربوط به متغیر اطمینان و متغیر همدلی دارای کمترین تاثیر بوده‌اند؛

باعزم و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله خود با عنوان "بررسی عوامل موثر بر جذب و رضایت گردشگران قنات بلده فردوس" اینگونه نتیجه گرفته‌اند که که ایمنی، پاکیزگی محیط و امکانات و ظرفیت‌های تاثیر معناداری بر رضایت گردشگر دارند.

نصیری‌هنده‌خاله و گنجی (۱۳۹۷) در تحقیقی با موضوع "سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات شهری با استفاده از مدل کانو؛ مطالعه موردی بوستان نهج‌البلاغه تهران" دریافتند که امنیت مهمترین عامل موثر بر رضایت گردشگران از بوستان نهج‌البلاغه بوده و رضایت از کیفیت محیطی بوستان و طراحی آن در جایگاه بعد قرار می‌گیرد.

پوراحمد و حبیبیان (۱۳۹۷) در تحقیقی با موضوع "ارزیابی عوامل موثر بر رضایت مردم از پارک‌های شهر اهواز با مدل رضایت اهمیت" به این نتیجه رسیده‌اند که در مجموع، بازدیدکنندگان از امکانات رفاهی، امنیت، نظافت، دسترسی و امکانات فرهنگی

بوستان‌های مورد مطالعه پژوهش رضایت ندارند؛ در این میان اهمیت امنیت و نظافت بیش از سایرین بوده است.

جعفری‌مهرآبادی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان "بررسی مولفه‌های سرمایه اجتماعی موثر بر رضایتمندی گردشگران؛ مطالعه موردی: شهر ماسوله" نتیجه می‌گیرند که در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد شناختی بهترین عملکرد را داشته و بیشترین رضایت گردشگران مربوط به مسائل اجتماعی و فرهنگ مردم مقصد بوده است.

سلمان‌پور و هدفی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان "بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی مراجعه‌کنندگان از کیفیت خدمات ارائه شده در پارک جنگلی بوستان باغمیشه تبریز" اینگونه نتیجه‌گیری می‌کنند که بیشترین خلاء و نارضایتی مشاهده شده مربوط به رستوران‌ها و مکان‌های فروش اغذیه و کمبود فضای بازی کودکان بوده است.

زینعلی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان "تاثیر کیفیت محصول مقصدهای گردشگری بر رضایت گردشگر؛ مطالعه موردی: پارک ساحلی قروق" نتیجه می‌گیرد که کیفیت محصولاتی چون جاذبه‌ها، دسترسی، تسهیلات، تصویر مقصد و قیمت‌ها بر رضایت گردشگران پارک ساحلی قروق تاثیر بسزا، معنادار و مستقیمی دارد.

میتائی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان "بررسی رضایتمندی گردشگران از پارک‌های شهری؛ نمونه مورد مطالعه: پارک ملت شهر مشهد" به این نتیجه دست می‌یابند که بازدیدکنندگان از ایمنی و بهداشت بوستان رضایت دارند اما از امنیت و روشنایی آن ناراضی‌اند.

جدول ۱ پیشینه خارجی پژوهش

محقق	عنوان پژوهش	خلاصه پژوهش
قنبری و همکاران (۲۰۱۹)	رضایت گردشگران از محصول گردشگری شهر اردبیل: تاکید بر خصوصیات جمعیتی و اجتماعی	گردشگران سطوح مختلفی از رضایت را با محصولات گردشگری شهر اردبیل تجربه کرده و متناسب با نتایج بین عوامل جمعیتی و وفاداری گردشگران رابطه‌ای وجود دارد.
ابومحمود ۱ و همکاران (۲۰۱۸)	اندازه‌گیری رضایت و وفاداری گردشگران: یک رویکرد شناختی	گردشگران از تجربه سرویس‌های مکان‌یاب ناراضی بوده و از نظافت، حمام، یادگاری و روشنایی کم‌تر راضی بودند.
دورای ۲ و کبده ۳ (۲۰۱۷)	عوامل تعیین کننده رضایت گردشگری به استناد سایت های توریستی منطقه آمه‌ارا (اتیوپی)	باید در طراحی و اجرای سیاست‌های گردشگری بر تصویر مقصد تمرکز شود. تصویر مقصد مهمترین پیش‌بینی‌کننده و علت رضایت گردشگر از طریق اثر بر سازه‌ها می‌باشد.
علیمن ۴ و همکاران (۲۰۱۶)	رضایت گردشگران از یک مقصد؛ پژوهشی بر بازدید کنندگان از جزیره لنکاو	تصویر مقصد، انتظارات، هزینه، خطرات و امنیت تاثیر مثبتی بر رضایت توریست دارند. امنیت، انتظارات، تصویر، خطر و هزینه پیش‌بینی‌کننده رضایت توریست بوده است.
نیسکو ۵ و همکاران (۲۰۱۵)	تأثیر رضایت گردشگر بر تصویر عمومی کشور، تصویر مقصد و انگیزه پس از بازدید.	تصویر مقصد می‌تواند در رضایتمندی گردشگر یک متغیر میانجی باشد؛ رضایت، بر بازگشت مجدد و توصیه مقصد موثر بوده و برای استفاده از محصولات انگیزه ایجاد می‌کند.
باربارا ۶ (۲۰۱۴)	تصویر مقصد و رضایت گردشگری؛ مورد: یک مقصد در مدیترانه	منابع طبیعی و محیطی، عوامل اقتصادی، محیط اجتماعی، اوقات فراغت و جو مکان تصویر مثبتی بر تصویر مقصد داشته و تصویر مقصد اثر مثبتی بر رضایتمندی دارد.

منبع: بررسی پیشینه پژوهش، ۱۳۹۹

داشته باشد؛ در این صورت پژوهش پیش رو حداقل از ۳ جهت با تحقیقات پیشین متفاوت است:

در پژوهش پیش رو سعی بر آن بوده که پیش از سنجش میزان رضایت، عوامل موثر بر رضایتمندی گردشگران بوستان آب‌وآتش کشف، ارزیابی و اولویت‌بندی گردد؛ حال آنکه تحقیقات پیشین بعضا با شاخص‌هایی چند، صرفا

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد تحقیقات انجام شده در حوزه رضایت‌سنجی گردشگران بیشتر حول مقاصدی به جز بوستان‌های شهری انجام شده و محدود مطالعات انجام شده نیز بعضا محدود به مقالات کنفرانسی بوده‌اند؛ نظر به جایگاهی که پارک‌های شهری در پر کردن اوقات فراغت شهروندان دارند انتظار می‌رود رضایت بازدیدکنندگان از بوستان‌های شهری، جایگاهی بهتر از آنچه اکنون در ادبیات گردشگری شهری دارند

1. Abumamoud
2. Durie
3. Kebede
4. Aliman
5. Nisco
6. Barbara



گردشگران از مقاصد گردشگری، مرتبط‌ترین متغیرهای موثر بر رضایت گردشگران از پارک‌های شهری، که در بوستان مورد مطالعه پژوهش نیز قابلیت سنجش داشته باشند شناسایی و مدل مفهومی و پرسشنامه پژوهش را شکل داده است؛ در مطالعات میدانی ابتدا تعداد حجم نمونه ۱۶۰ مورد انتخاب شده و سپس به همین تعداد پرسشنامه به صورت تصادفی بین بازدیدکنندگان توزیع شده است.

پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در حد مطلوبی (۰,۸۶۶) تایید شده و روایی آن علاوه بر تحلیل عاملی اکتشافی به تایید تعدادی از اساتید متخصص این حوزه رسیده است. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در مطالعات میدانی، به کمک آزمون نرم‌افزار Spss و Lisrel انجام گرفته است. پرسشنامه تحقیق مشتمل بر ۳۸ پرسش است که از طریق مطالعه آثار پیشین استخراج شده و پس تطبیق با ساختار بوستان آب و آتش مورد استفاده قرار گرفتند؛ به طور مشخص چون تاکنون تحقیقی با محوریت ارزیابی رضایت گردشگران از بوستان آب و آتش انجام نگرفته و متغیرهای به کارگرفته شده در تحقیقات مشابه نیز انطباق چندانی با بوستان مورد مطالعه نداشت، فلذا بخشی از شاخص‌های مورد استفاده تحقیق، با نظرخواهی از اساتید متخصص این حوزه در فرایند تایید روایی به دست آمد؛ جدول شماره ۲ میزان آلفای کرونباخ و نماد اختصاری هر شاخص را به تفکیک نشان می‌دهد.

شدت و ضعف رضایتمندی گردشگر را سنجیده‌اند (محتوا)؛

- مقاله حاضر جهت سنجش رضایت گردشگران از پارک‌های شهری از یک مدل جدید بهره می‌گیرد که در نوع خود یک نوآوری محسوب می‌شود؛ مدلی که برگرفته از شاخص‌های بکارگرفته شده در مطالعات پیشین با بیشترین تکرارپذیری و نیز حاصل مصاحبه با اساتید متخصص این حوزه بوده و دارای بیشترین انطباق با عناصر موجود در یک بوستان شهری هستند (چارچوب نظری)؛

- تحقیق پیش رو در حالی با محوریت بوستان آب و آتش انجام می‌شود که پیش از این، مقاله‌ای با موضوع ارزیابی رضایتمندی گردشگران شهری از این بوستان انجام نگرفته است (قلمرو مکانی).

۴ روش‌شناسی تحقیق

تحقیق پیش رو به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی تحلیلی است. در این پژوهش که بازدیدکنندگان روزانه پارک آب و آتش جامعه آماری آن را تشکیل می‌دهند جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از طریق روش کتابخانه‌ای و میدانی؛ مبتنی بر ابزار پرسشنامه صورت گرفته است. در مطالعات اسنادی ابتدا پس از مطالعه تحقیقات مربوط به ارزیابی رضایت

جدول ۲ ابعاد و شاخص‌های تحقیق

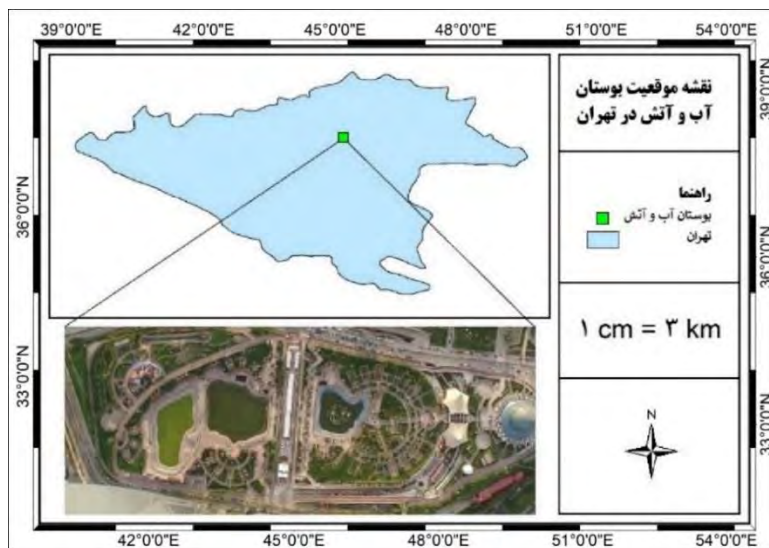
ابعاد	شاخص	نماد	پایایی	ابعاد	شاخص	نماد	پایایی
کیفیت خدمات	کیفیت غذاها	Q-1	۰,۷۲۹	زیرساخت‌ها	ورزش‌های همگانی	Inf-1	۰,۸۱۹
	کیفیت نوشیدنی‌ها	Q-2			جای پارک	Inf-2	
	بهداشت رستوران	Q-3			سرویس بهداشتی	Inf-3	
	کیفیت لوازم اسکیت	Q-4			نیمکت و آلاچیق	Inf-4	
	کیفیت لوازم تنیس	Q-5			سرپناه در بارندگی	Inf-5	
	اطلاع‌رسانی	Q-6			مناسب همه فصول	Inf-6	
	نوع برخورد کارکنان	Q-7			سطل زیاله	Inf-7	
	قیمت غذاهای بوستان	P-1			محل بازی کودکان	Inf-8	
	قیمت نوشیدنی‌ها	P-2			امکانات معلولین	Inf-9	
هزینه‌های جاری	قیمت تنقلات و ...	P-3	۰,۷۵۸	امنیت	نصب نرده و حفاظ	Sa-1	۰,۷۱۰
	هزینه لوازم اسکیت	P-4			حضور پلیس	Sa-2	
	هزینه لوازم تنیس	P-5			آرامش و امنیت	Sa-3	
	هزینه سینماگیم	P-6			پرسنل حفاظتی	Sa-4	
	هزینه رصدخانه	P-7			دسترسی به مترو	Ac-1	
	فضای سبز بوستان	En-1			دسترسی به اتوبوس	Ac-2	
	پاکیزگی محیط پارک	En-2			دسترسی خودپرداز	Ac-3	
کیفیت منظر	روشنایی در شب	En-3	۰,۷۶۶	دسترسی	علائم راهنما	Ac-4	۰,۷۱۳
	تنوع امکانات بوستان	En-4			مراکز امدادی سیار	Ac-5	
	پوسته‌های تبلیغاتی	En-5			محل شارژ موبایل	Ac-6	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

۵ محدوده مورد مطالعه

امکان کالسکه سواری، فانوس دریایی، آب‌نما، آلاچیق زیبا، فضای سبز وسیع، سینما ۷ بعدی، رستوران و غیره از زیرساخت‌های این بوستان محسوب می‌شوند (محبوبی، ۱۳۹۵). بوستان حضرت ابراهیم بوستانی مفهومی است که آغازگر مسیر گردشگری تپه‌های عباس‌آباد بوده و بازدیدکنندگان از آنجا می‌توانند راهی دیگر بوستان‌ها شوند؛ برج‌های آتش، فواره‌های بلند آب و پرده‌های فولادین پرنقش و نگاری که معجزه‌ای الهی را روایت می‌کنند گوشه‌ای از شگفتی‌های این بوستان است که گردش در آن را برای گردشگران ماندگار خواهد کرد (نوسازی عباس‌آباد).

پارک آب‌و‌آتش یا حضرت ابراهیم از پارک‌های خاص منطقه شمال تهران است (تصویر شماره ۱) که با مساحتی وسیع و برخورداری تجهیزات و زیرساخت‌های تفریحی همواره خدمت‌رسان تعداد بالای شهروندان تهرانی و گردشگران شهرستانی و خارجی است. بوستان یاد شده با مساحت ۲۴ هزار مترمربع یکی از بوستان‌های منحصربه‌فرد تهران است که در آن هارمونی جالبی از آب، آتش و موسیقی مشاهده می‌شود. برج آتش، آمفی‌تئاتر، جایگاه بتنی تماشاچیان، پل ابریشم، لانه کبوتر،



شکل ۲ موقعیت بوستان آب و آتش در شهر تهران؛ ماخذ تصویر: www.najrobatic.com

۶ یافته‌های پژوهش

۶٫۱ یافته‌های توصیفی پژوهش

براساس یافته‌ها از مجموع ۱۵۰ پاسخگو ۷۹ نفر مرد و ۷۱ نفر زن و در متغیر وضعیت تاهل ۸۰ نفر متاهل و ۷۰ نفر مجرد بوده‌اند. به لحاظ سنی اکثریت پاسخ دهندگان (۴۲ درصد) محدوده سنی خود را ۲۰ تا ۳۰ سال انتخاب کرده که نشان می‌دهد این بوستان بیش از همه مورد استفاده بازدیدکنندگان جوان قرار می‌گیرد. در متغیر میزان سواد، ۶۵ نفر از پاسخگویان گزینه لیسانس، ۳۹ نفر دیپلم و ۱۸ نفر فوق لیسانس و بیشتر را انتخاب و سایر پاسخگویان تحصیلات خود را کمتر از دیپلم عنوان کرده‌اند. طبق نتایج، حدود ۸۰ درصد بازدیدکنندگان ساکنان تهران بوده و بیش از ۸۰ درصد پاسخگویان مدت ماندگاری خود را کمتر از ۳ ساعت و یا ۳ تا ۶ ساعت انتخاب کرده‌اند؛ فلذا هرچند گردشگران غیر تهرانی درصد قابل توجهی از بازدیدکنندگان را به خود اختصاص داده‌اند لیکن اینگونه می‌توان نتیجه گرفت که این بوستان بیشتر مقصد کوتاه مدت شهروندان تهران می‌باشد؛ در خصوص تعداد دفعات بازدید از بوستان بیشترین فراوانی مربوط به گزینه "۴ بار و بیشتر" با حدود ۴۱ درصد بوده که نشان می‌دهد گردشگران

این بوستان عمدتاً به مقصد خود وفادار بوده و سفر خود را تکرار کرده‌اند؛ آخرین یافته از بخش توصیفی پژوهش نیز مربوط به متغیر "نحوه حضور" بوده که نشان می‌دهد بازدیدکنندگان بوستان آب و آتش بیشتر با دوستان (۴۷ درصد) خود در این بوستان حضور می‌یابند و پس از آن "سفر به بوستان به همراه خانواده" با ۳۰ درصد پاسخها بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است.

۶٫۲ یافته‌های استنباطی پژوهش:

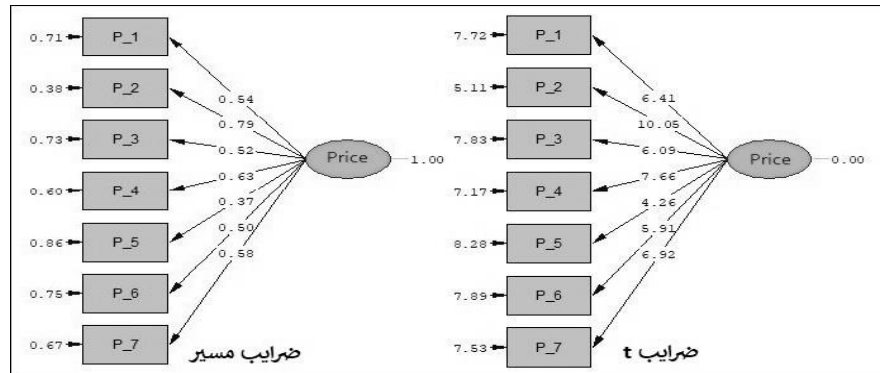
۶٫۲٫۱ ارزیابی مولفه‌های رضایت در بعد

هزینه:

مدلسازی معادلات ساختاری و از جمله تحلیل مسیر لیزرل یکی از شیوه‌های پرطرفدار تجزیه و تحلیل آماری در بین محققان است که به کمک آن می‌توان ارتباط بین متغیرهای تحقیق را سنجید، تاثیر هر متغیر بر متغیر دیگر را مورد ارزیابی قرار داد و حتی مدل کلی پژوهش را تایید یا رد کرد؛ خروجی معادلات ساختاری عمدتاً ۲ بخش حیاتی دارد که نتایج نهایی پژوهش را رقم می‌زند؛ بار عاملی که مقدار آن براساس میزان همبستگی بین هر متغیر با بعد اصلی تعیین می‌شود و حاکی از میزان اهمیت آن متغیر در پژوهش بوده و نیز ضریب t که یکی از مهمترین

پذیرش را در خصوص بارهای عاملی ۰٫۳ و برای ضریب t رقم ۱٫۹۶ در نظر گرفته‌اند.

فاکتورها در تایید معناداری روابط خطی در مدل معادلات ساختاری می‌باشد؛ در عمده منابع؛ آستانه

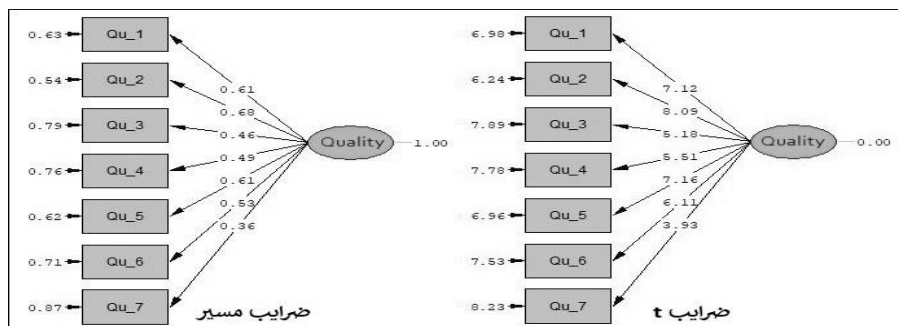


شکل ۳ ضرایب مسیر و بارهای عاملی در متغیر قیمت؛ (منبع: محاسبات تحقیق حاضر)

۶٫۲٫۲ ارزیابی مولفه‌های رضایت در بعد کیفیت خدمات:

در بعد رضایت گردشگر از کیفیت خدمات ارائه شده، کیفیت غذاهای سرو شده در بوستان، کیفیت نوشیدنی‌ها، بهداشت کافه و رستوران، کیفیت پیست و لوازم اسکیت، کیفیت لوازم ورزشی تنیس، میزان اطلاع‌رسانی در مورد پارک و نوع برخورد کارکنان سنجیده شده و یافته‌های تحلیل مسیر آن‌ها در تصویر شماره (۴) قابل مشاهده‌اند؛ چنانچه مشخص است، در کلیه متغیرها، مقدار بار عاملی بیش از ۰٫۳ و ضریب t بیش از ۱٫۹۶ می‌باشد که از همبستگی بالای آن‌ها با رضایت گردشگران از کیفیت خدمات ارائه شده در پارک حکایت دارد. مروری بر شدت و ضعف بارهای عاملی نشان می‌دهد که متغیر کیفیت نوشیدنی و غذاها به ترتیب با بارهای عاملی ۰٫۶۸ و ۰٫۶۱ بیش از دیگر متغیرهای این بعد، قادر به اثرگذاری بر رضایت بازدیدکنندگان بوستان است.

در بعد رضایت گردشگر از قیمت‌های ارائه شده در بوستان، قیمت غذاها، نوشیدنی‌ها، تنقلات، هزینه اجاره لوازم اسکیت، اجاره لوازم تنیس، هزینه ورودی سینماگیم و رصدخانه مورد سنجش قرار گرفتند؛ چنانچه از تصویر شماره (۳) نیز استنباط می‌شود در کلیه متغیرهای مورد سنجش پژوهش در بعد قیمت، مقدار بارعاملی بیش از ۰٫۳ و ضریب t بیش از ۱٫۹۶ می‌باشد. به عبارت بهتر، کلیه متغیرهای به کار گرفته شده ذیل این بعد قابل قبول بوده و با اطمینان بالای ۹۵ درصد قادر به سنجش رضایت گردشگران در بعد هزینه‌های چاری در پارک می‌باشند. نگاهی به بارهای عاملی در متغیرهای قیمت نشان می‌دهد قیمت نوشیدنی‌ها، هزینه اجاره لوازم اسکیت و هزینه ورودی رصدخانه به ترتیب بیشترین و هزینه اجاره لوازم ورزشی تنیس کمترین تبیین‌کنندگی را در خصوص رضایت یا عدم رضایت بازدیدکنندگان داشته‌اند.



شکل ۴ ضرایب مسیر و بارهای عاملی در متغیر کیفیت خدمات؛ (منبع: محاسبات تحقیق حاضر)

و عکس‌العمل پرسنل حفاظتی بوستان در مواقع بروز مشکل سنجیده شده و نتایج حاصل از آن در تصویر شماره ۵ قابل مشاهده است؛ چنانچه یافته‌ها گویاست، کلیه متغیرهای یادشده با ضرایب t بیش از ۱٫۹۶ و بارعاملی بیش از ۰٫۳ بر رضایت گردشگران از ایمنی و امنیت بوستان موثر بوده و در این میان، متغیر احساس آرامش و امنیت (بارعاملی: ۰٫۸۷)، بیشترین تاثیر را بر رضایت یا نارضایتی گردشگران دارد.

۶٫۲٫۳ ارزیابی مولفه‌های رضایت در بعد ایمنی و امنیت:

بدون شک ایمنی و امنیت گردشگران در مقصد نه تنها یکی عوامل موثر بر رضایت گردشگران؛ بلکه یک عامل حیاتی جهت حضور گردشگران در مقصد است. در این بعد، متناسب با ساختار بوستان ۴ متغیر، نصب نرده و حفاظ در محل‌های مورد نیاز، دسترسی سریع به پلیس، احساس آرامش و امنیت



شکل ۵ ضرایب مسیر و بارهای عاملی در متغیر ایمنی و امنیت؛ (منبع: محاسبات تحقیق حاضر)

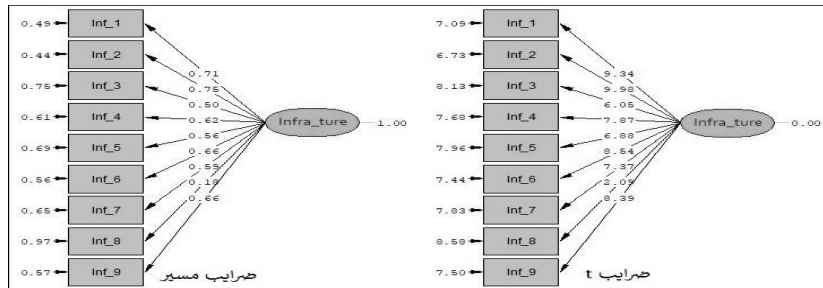
تعداد سطل زباله، فضای بازی کودکان و تسهیلات مورد نیاز افراد معلول و کم‌توان. چنانچه نتایج حاصل از پژوهش در تصویر شماره (۶) نشان می‌دهد، به جز متغیر " فضای بازی کودکان " کلیه متغیرها، بارعاملی بیش از ۰٫۳ دارند. آنچه در تحلیل تحلیل مسیر اهمیت دارد در وهله اول مقدار t است؛ فلذا چون مقدار t برای کلیه متغیرها بیش از ۱٫۹۶ به دست آمده، معناداری تاثیر کلیه متغیرها بر رضایت

۶٫۲٫۴ ارزیابی مولفه‌های رضایت در بعد زیرساخت:

در سنجش عوامل موثر بر رضایت گردشگران از زیرساخت‌های بوستان ۹ متغیر بدین شرح مورد سنجش قرار گرفت: فضای عمومی جهت برگزاری ورزش‌های همگانی، جای پارک، تعداد و کیفیت سرویس بهداشتی، فضاهای استراحتی، سرپناه هنگام بارندگی، قابلیت استفاده در کلیه فصول،

مربوط به متغیر فضای بازی کودکان و بیشترین آن با بار عاملی ۰٫۷۵، مربوط به جای پارک خودرو است.

گردشگر از زیرساخت‌های پارک تایید می‌شود؛ با توجه به مقادیر بارهای عاملی، کمترین تبیین‌کنندگی

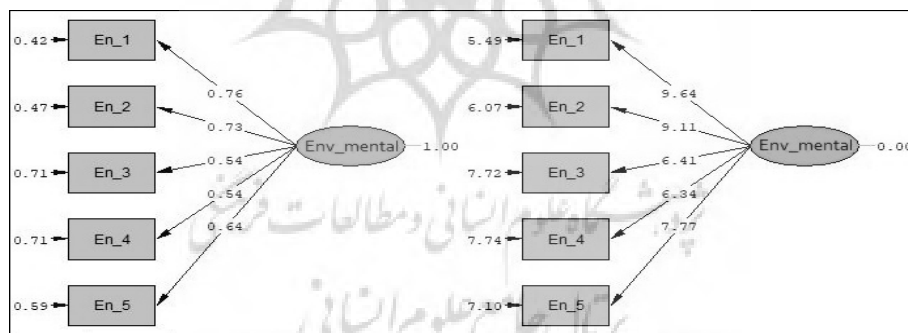


شکل ۶ ضرایب مسیر و بارهای عاملی در متغیر زیرساخت ؛ (منبع: محاسبات تحقیق حاضر)

تایید شده و اثرگذاری آن‌ها بر رضایت گردشگران از کیفیت محیطی بوستان مطلوب ارزیابی می‌شود. در این میان بیشترین تاثیر مربوط به فضای سبز و پاکیزگی بوستان بوده و روشنایی بوستان و تنوع امکانات آن با مقدار بارعاملی ۰٫۵۴ کمترین تبیین‌کنندگی را دارد.

۶٫۲٫۵ ارزیابی مولفه‌های رضایت در بعد کیفیت محیطی:

چنانچه داده‌های حاصل از تحلیل مسیر این متغیرها نشان می‌دهد، به صورت مشابه، تاثیر کلیه متغیرهای این بعد با ضریب t بیش از ۱٫۹۶ و بارعاملی بیش از ۰٫۳ با اطمینان بالای ۹۵ درصد

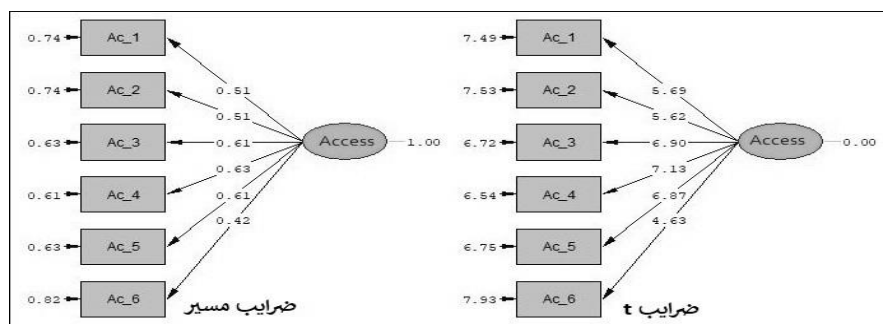


شکل ۷ ضرایب مسیر و بارهای عاملی در متغیر کیفیت محیطی ؛ (منبع: محاسبات تحقیق حاضر)

تصویر (۸) نشان می‌دهد، بار عاملی برای کلیه متغیرها بیش از ۰٫۳ و مقدار t نیز بیش از ۱٫۹۶ است. پذیرش تاثیر متغیرهای این بعد بر رضایت گردشگران از دسترسی در حالی صورت می‌گیرد که متغیر "علائم و تابلوهای راهنما" بیشترین و "دسترسی به محل شارژ موبایل" کمترین اثر را بر رضایت گردشگران از پارک دارند.

۶٫۲٫۶ ارزیابی مولفه‌های رضایت در بعد دسترسی:

در آخرین بعد از بررسی عوامل موثر بر رضایت گردشگران از بوستان آب‌وآتش به سنجش متغیرهای دسترسی در ۲ سطح پرداختیم؛ دسترسی به پارک از بیرون و دسترسی به برخی ملزومات از داخل بوستان. چنانچه نتایج تحلیل داده‌ها در



شکل ۸ ضرایب مسیر و بارهای عاملی در متغیر کیفیت دسترسی؛ (منبع: محاسبات تحقیق حاضر)

صورت گرفته، برازش لازم را دارا بوده و کلیه متغیرهای مورد بررسی، قادر به سنجش رضایت گردشگران بوستان آب و آتش هستند؛ چنانچه مشخص است مقادیر سایر شاخص‌ها نیز از تایید برازش مدل حکایت دارند.

۷ آزمون نیکویی برازش مدل:

چنانچه از جدول شماره ۴ نیز استنباط می‌شود نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی برابر با ۱،۱۱۲ و ریشه میانگین مجذور خطای تقریبی (RSMEA) برابر با ۰،۰۲۸ می‌باشد؛ در نتیجه تحلیل عاملی مرتبه اول

جدول ۳ شاخص‌های نیکویی برازش مدل

عنوان شاخص	نماد شاخص	مقدار قابل قبول	محاسبه
ریشه میانگین مجذور خطای تقریبی	RSMEA	کمتر از ۰،۱	۰،۰۲۸
نسبت خی ۲ به درجه آزادی	X ² /df	کمتر از ۳	۱،۱۱۲
معناداری روابط	P_Value	کمتر از ۰،۰۵	۰،۰۲۳
نیکویی برازش تعدیل شده	AGFI	بین ۰ و ۱ یا برابر بزرگتر از ۰،۹	۰،۷۷
شاخص نیکویی برازش	GFI	بین ۰ و ۱ یا برابر بزرگتر از ۰،۹	۰،۸۰
شاخص برازش هنجار نشده	NNFI	بالتر از ۰،۹	۰،۹۳
ریشه میانگین باقی مانده مربعات	RMR	نزدیک به صفر	۰،۰۵۳
شاخص برازش تطبیقی	CFI	بالتر از ۰،۹	۰،۹۳

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

ذیل هر متغیر یکپارچه شده و جهت آزمون نهایی فرضیه مورد بررسی قرار می‌گیرند؛ در این صورت در آزمون t تک نمونه برای کلیه متغیرها فرض H_0 عبارت‌اند از:

H_0 : فرض عدم وجود تفاوت معنادار با حد متوسط و عدم رضایت بازدیدکننده از خدمات.

۸ سنجش رضایت گردشگران:

در آخرین بخش از یافته‌های تحقیق به کمک آزمون t تک نمونه، به سنجش رضایت گردشگران خواهیم پرداخت؛ متناسب با ابزار تحقیق و به کارگیری طیف لیکرت، عدد ۳/۱ مقدار مفروض پژوهش در آزمون t تک نمونه خواهد بود. در جدول (۵) کلیه مولفه‌های

H_1 : فرض وجود تفاوت معنادار با حد متوسط و رضایت بازدید کننده از خدمات.
 بدیهی است که رد فرض H_0 به معنی پذیرش H_1 و رضایت بازدیدکننده در آن سازه است.

جدول ۴ سنجش رضایت گردشگران به آزمون t تک نمونه

ابعاد	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	معناداری	فرض H_0	رضایت
هزینه	۳,۳۰	۴,۳۲	۱۴۹	۰,۰۰۰	رد فرض H_0	مثبت
کیفیت خدمات	۳,۹۶	۲۱,۸۱	۱۴۹	۰,۰۰۰	رد فرض H_0	مثبت
ایمنی و امنیت	۴,۱۸	۲۱,۱۹	۱۴۹	۰,۰۰۰	رد فرض H_0	مثبت
زیرساختها	۳,۸۸	۱۶,۷۲	۱۴۹	۰,۰۰۰	رد فرض H_0	مثبت
کیفیت محیطی	۴,۰۷	۱۸,۹۶	۱۴۹	۰,۰۰۰	رد فرض H_0	مثبت
کیفیت دسترسی	۳,۸۲	۱۵,۵۷	۱۴۹	۰,۰۰۰	رد فرض H_0	مثبت

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نارضایتی گردشگران حکایت دارد؛ چنانچه نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه برای ۶ شاخص یاد شده (جدول شماره ۶) نشان می‌دهد، به جز متغیر "قیمت نوشیدنی" که تفاوت معناداری آن با حد مفروض تحقیق (۳,۱) در سطح ۹۵ درصد تایید می‌شود، در ۵ شاخص دیگر یعنی قیمت غذاهای سرو شده در رستوران‌های بوستان، هزینه اجاره لوازم ورزشی تنیس، هزینه ورودی سینماگیم، هزینه ورودی رصدخانه و دسترسی به محل شارژ موبایل معناداری مشاهده نشده و فرض H_0 (نارضایتی گردشگران) تایید می‌شود.

چنانچه از جدول شماره (۵) استنباط می‌شود مقدار t استیودنت برای کلیه ابعاد میزان قابل قبولی را نشان داده و معناداری را برای کلیه ابعاد تا (۰,۰۰۰ : sig) پایین آورده است؛ هر چند نتایج حاصل، رضایت گردشگران از خدمات ارائه شده در بوستان را بااطمینان بالای ۹۹ درصد تایید می‌کند، لیکن باید در نظر داشت که نتیجه یاد شده حاصل اجتماع متغیرها به تفکیک هر بعد بوده است؛ بررسی نتایج در سطح گویه‌ها نشان می‌دهد، برای ۳۲ شاخص نتایج t استیودنت قابل قبول و میزان معناداری آن نزدیک به صفر (sig : ۰,۰۰۰) بوده و صرفاً در ۶ گویه مقادیر t پایین بوده و با کاهش معناداری آزمون، از

جدول ۵ شاخص‌های نارضایتی گردشگران از خدمات بوستان

ابعاد	شاخص	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	معناداری	تفاوت معناداری در سطح ۹۵ درصد	
هزینه	P_1	۳,۰۹	-۰,۲۱۸	۱۴۹	۰,۸۲۸	پایین‌ترین بالاترین	
	P_2	۳,۲۵	۱,۹۹۲	۱۴۹	۰,۰۴۸		
	P_5	۳,۱۵	۰,۷۱۷	۱۴۹	۰,۴۷۵		
	P_6	۳,۰۳	-۱,۰۷۶	۱۴۹	۰,۲۸۴		
	P_7	۳,۱۹	۱,۳۷۲	۱۴۹	۰,۱۷۲		
	دسترسی	Ac_6	۳,۱۱	۰,۰۸۳	۱۴۹	۰,۹۳۴	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



۹ نتیجه گیری:

این پیشفرض که مقدار بار عاملی به دست آمده برای هر شاخص نماینده میزان اهمیت آن و نتایج تک نمونه برای هر شاخص حاکی از میزان رضایت گردشگر در آن شاخص است، می توان عوامل موثر بر رضایت گردشگران از بوستان آب و آتش را از حیث میزان اهمیت و میزان رضایت گردشگران به شرح زیر اولویت بندی کرد:

نتایج در بخش ابتدایی تحلیل نشان داد که در تمامی ابعاد، شاخص های مورد بررسی با ضریب بالای ۱٫۹۶ و ضرایب مسیر قابل قبول، تاثیر معناداری بر رضایتمندی یا عدم رضایت گردشگران از خدمات ارائه شده در بوستان آب و آتش دارند. با

جدول ۶ رتبه بندی شاخص های تحقیق از حیث میزان اهمیت و رضایت

رتبه (رضایت)	رتبه (اهمیت)	ابعاد شاخص	رتبه (رضایت)	رتبه (اهمیت)	شاخص	ابعاد
۵	۲	Inf-1	۳	۳	Q-1	کیفیت خدمات
۶	۱	Inf-2	۵	۱	Q-2	
۴	۸	Inf-3	۱	۶	Q-3	
۲	۵	Inf-4	۴	۵	Q-4	
۸	۷	Inf-5	۶	۲	Q-5	
۹	۳	Inf-6	۷	۴	Q-6	
۱	۶	Inf-7	۲	۷	Q-7	
۳	۹	Inf-8	۶	۴	P-1*	هزینه های جاری
۷	۴	Inf-9	۳	۱	P-2	
۳	۴	Sa-1	۱	۶	P-3	
۴	۳	Sa-2	۲	۲	P-4	
۲	۱	Sa-3	۵	۷	P-5*	
۱	۲	Sa-4	۷	۵	P-6*	
۱	۵	Ac-1	۴	۳	P-7*	
۲	۴	Ac-2	۱	۱	En-1	کیفیت منظر
۳	۲	Ac-3	۲	۲	En-2	
۴	۱	Ac-4	۴	۵	En-3	
۵	۳	Ac-5	۵	۴	En-4	
۶	۶	Ac-6*	۳	۳	En-5	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر؛ (* عدم رضایت گردشگران)

از آن است که سفر به بوستان با وسیله نقلیه شخصی در بین گردشگران اولویت بیشتری دارد. هر چند میزان رضایت گردشگران از بوستان در شاخص جای پارک تایید شده، با این وجود لزوم احداث یک پارکینگ یا اعمال سازوکاری جهت ساماندهی پارک خودروها در اطراف بوستان ملزم شمرده می‌شود. در انتها جهت بهبود وضعیت خدمات و افزایش رضایت بازدیدکنندگان پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- نظارت اصولی بر قیمت غذاها و نوشیدنی‌ها و نیز کیفیت محصولات و کالاهایی که در بوستان به فروش رفته یا اجاره داده می‌شود؛
- در نظر گرفتن سازوکاری جهت اعمال تخفیف برای آن دسته از بازدیدکنندگانی که چندین بار از لوازم ورزشی اسکیت و تنیس بهره می‌برند؛
- نظارت بیشتر بر نرخ‌های ارائه شده در سینماگیم و رصدخانه بوستان؛
- پخش موزیک‌های سنتی و بی‌کلام و بکارگیری رنگ‌های گرم و آرامش بخش در رنگ‌آمیزی مبلمان بوستان جهت افزایش آرامش بازدیدکنندگان؛
- احداث پارکینگ طبقاتی در نزدیکی بوستان جهت کاهش ترافیک محدوده بوستان و نظم دهی به نوع پارک خودروها در اطراف بوستان؛
- افزایش تابلوهای راهنما جهت پیشگیری از سردرگمی گردشگر با توجه به گستردگی بوستان؛
- پیش‌بینی و تعبیه مکان‌هایی برای شارژ موبایل در فواصل منظم در پارک.

نتایج این مقاله با پژوهش باعزم و همکاران (۱۳۹۸) همسو بوده و به طور مشترک نتایج دو مقاله حاکی از تاثیر معنادار شاخص‌های پاکیزگی،

تحلیل یافته‌های پژوهش در بعد هزینه‌های جاری، حاکی از عدم رضایت بازدیدکنندگان از قیمت‌های ارائه شده در پارک است؛ در وضعیت اقتصادی کنونی که گرانی هزینه‌ها مجال سفر را به تمامی شهروندان تهران نمی‌دهد پارک آب و آتش به عنوان یکی از بزرگترین بوستان‌های شهر تهران نقش مهمی در پر کردن خلاء فراغتی مردم خواهد داشت؛ در این صورت، نارضایتی مشاهده شده در بعد قیمت، از لزوم بازبینی و نظارت بیشتر بر قیمت غذاها، هزینه اجاره لوازم تنیس و هزینه ورودی سینماگیم و رصدخانه، حکایت دارد.

در بعد کیفیت خدمات ارائه شده در بوستان، هر چند رضایت گردشگران در کلیه شاخص‌ها در حد مطلوبی تایید شده، لیکن باید توجه داشت که دو شاخص کیفیت نوشیدنی‌ها و لوازم ورزشی تنیس در حالی رضایت کمتر گردشگران نسبت به سایر شاخص‌ها را نشان می‌دهند که از حیث اهمیت در جایگاه اول و دوم قرار دارند؛ لوازم ورزشی تنیس در حالی از حیث کیفیت مورد بحث قرار گرفته‌اند که در شاخص قیمت نیز عدم رضایت گردشگران را به همراه داشته‌اند؛ فلذا افزایش کیفیت خدمات بوستان از جمله کیفیت لوازم ورزشی، کیفیت غذا و نوشیدنی‌های بوستان و نیز میزان تبلیغات و اطلاع‌رسانی در مورد پارک می‌بایست در دستور کار مدیران بوستان قرار بگیرد. در بعد کیفیت منظر و میزان ایمنی و امنیت، رضایت گردشگران قابل قبول بوده و نزدیکی رتبه اهمیت هر شاخص به رتبه رضایت در همان شاخص از وضعیت قابل قبول بوستان در این ۲ بعد حکایت دارد؛ به عبارت بهتر گردشگران در شاخص‌هایی که تاثیر بسزایی بر میزان رضایت گردشگران داشته‌اند رضایت بیشتری از خود نشان داده‌اند.

در بعد دسترسی چنانچه مشخص است شاخص دسترسی به محل شارژ موبایل نارضایتی گردشگران به همراه داشته است؛ علاوه بر آن اهمیت پایین‌تر دو شاخص دسترسی به بوستان از طریق مترو و اتوبوس و نیز اهمیت بالای شاخص جای پارک حاکی

رضایت نداشته‌اند، در این پژوهش رضایت گردشگران در اغلب شاخص‌ها تایید شده و نارضایتی بازدیدکنندگان بوستان آب و آتش عموما مربوط به بعد هزینه بوده است. همچنین نتایج پژوهش با نتایج مقاله زینعلی و همکاران (۱۳۹۳) همسو بوده ولی در دو شاخص رضایت گردشگران از امنیت و روشنایی بوستان با نتایج پژوهش میتائی و همکاران (۱۳۹۳) متفاوت است؛ گردشگران پارک ملت شهر مشهد در حالی از امنیت و روشنایی بوستان ابراز نارضایتی کرده‌اند که یافته‌های این تحقیق رضایت گردشگران را در دو شاخص یاد شده در حد مطلوبی تایید می‌کند.

ایمنی و امکانات پارک بر رضایت گردشگران است. در مقاله نصیری‌هنده‌خاله و گنجی (۱۳۹۷) مهمترین عوامل موثر بر رضایت گردشگران از بوستان نهج‌البلاغه تهران به ترتیب امنیت و کیفیت محیطی معرفی شد؛

نتایج تحقیق کنونی بالعکس بوده و از تاثیر بالاتر کیفیت محیطی بر رضایت بازدیدکنندگان بوستان آب و آتش حکایت دارد. بر خلاف نتایج مقاله پوراحمد و حبیبیان (۱۳۹۷) که بازدیدکنندگان پارک‌های شهر اهواز از امکانات رفاهی، امنیت، نظافت، دسترسی و امکانات فرهنگی رضایت

منابع:

- احمدی، منیژه، خیراللهی، ارسطو، چراغی، مهدی، (۱۳۹۶)، ارزیابی عوامل موثر بر رضایت‌مندی گردشگران داخلی و خارجی مجموعه گردشگری بیستون، *مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۵، شماره ۹*، ص ۲۱۶-۱۹۱.
- امیرفخریان، مصطفی، خاکپور، براتعلی، دانایی، مجید، توانگر، معصومه، (۱۳۹۰)، بررسی و تحلیل نقش کارکردهای اجتماعی پارک‌های شهری براساس موقعیت مکانی و شرایط کلی منطقه؛ نمونه مطالعاتی مناطق یک‌وشش شهرداری مشهد، *فصلنامه فضای جغرافیایی، سال ۱۲، شماره ۴۰*، ص ۲۱۱-۱۹۰.
- باعزم، زهرا، بلالی، علیرضا، ناصری، مهدی، (۱۳۹۸)، بررسی عوامل مؤثر بر جذب و رضایت گردشگران قنات بلده فردوس، *سمپوزیوم ملی قنات بلده فردوس*، جشن ثبت جهانی قنات بلده فردوس، شهرستان فردوس.
- پاپلی یزدی، محمدحسین، سقایی، مهدی، (۱۳۹۲)، *گردشگری ماهیت و مفاهیم*، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول.
- پوراحمد، احمد، حبیبیان، بهار، (۱۳۹۷)، ارزیابی عوامل موثر بر رضایت مردم از پارک‌های شهر اهواز با مدل رضایت اهمیت، *برنامه‌ریزی فضایی، سال ۸، شماره ۲*، ص ۸۰-۶۱.
- توکلی‌نیا، جمیله، هرائینی، مصطفی، (۱۳۹۷)، ارزیابی میزان رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری براساس مدل کانو و سروکوال (موردی: واحدهای پذیرایی محله دربند تهران)، *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال ۱۸، شماره ۴۹*، ص ۲۴۱-۲۵۸.

شرکت نوسازی عباس‌آباد، بوستان حضرت
ابراهیم(ع) برگرفته از:
Abasabad.tehran.ir

سلمان‌پور، افسون، هدفی، فرزانه، (۱۳۹۵)،
بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی
مراجعه‌کنندگان از کیفیت خدمات
ارائه شده در پارک جنگلی بوستان
باغ‌میشه تبریز، اولین همایش
بین‌المللی ایده‌های نوین در معماری،
شهرسازی و جغرافیا و محیط‌زیست
پایدار، مشهد.

کیانی‌سلمی، صدیقه، شاطریان، محسن،
مهرابی، علی، (۱۳۹۷)، تعیین و
طبقه‌بندی الزامات رضایتمندی
گردشگران با استفاده از مدل کانو و
مدلسازی معادلات ساختاری(مطالعه
موردی: گردشگران باغ بهادران)،
گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۲،
ص ۱۶۱-۱۷۹.

محبوبی، محمدرضا، (۱۳۹۵)، نقش پارک آب و
آتش در گذران اوقات فراغت مردم،
راهنمایی دکترهما صالحی، پایان‌نامه
کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی.

محمودزاده، سیدمجتبی، آشتیانی، طاهره،
حیدری، علی‌اصغر، (۱۳۹۹)،
اولویت‌بندی شاخص‌های ارزیابی
رضایتمندی بازدیدکنندگان موزه‌ها،
برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال
۹، شماره ۲، صص ۹۱-۱۰۷.

مینائی، فهیمه، حسینی، معصومه، فریدنیا،
مهران، (۱۳۹۳)، بررسی رضایتمندی

جعفری‌مهرآبادی، مریم، امامی، فاطمه،
سجودی، مریم، (۱۳۹۵)، بررسی
مولفه‌های سرمایه اجتماعی موثر بر
رضایتمندی گردشگران؛ موردی: شهر
ماسوله، برنامه‌ریزی و توسعه
گردشگری، سال ۵، شماره ۱۸، صص
۷۳-۹۶.

حاتمی، حسین، عیوضلو، داوود، (۱۳۹۵)،
توسعه گردشگری ایران، نشر مهکامه،
چاپ اول.

دودانگه قره آقاجی، تارا، محمدی، نسترن،
(۱۳۹۵)، بررسی نقش غنای حسی در
ادراک کیفیت منظر محیطی پارک‌ها
(نمونه موردی: پارک آب و آتش)،
کنفرانس بین‌المللی مهندسی
معماری و شهرسازی، تهران.

رضوانی، علی‌اصغر، (۱۳۹۲)، جغرافیا و صنعت
توریسم، نشر دانشگاه پیام نور، چاپ
سیزدهم.

رهنمایی، محمدتقی، (۱۳۹۶)، اوقات فراغت و
گردشگری، انتشارات مهکامه، چاپ
پنجم.

زینعلی، بهرام، کرمی، فریبا، امیرزاده، شهاب،
(۱۳۹۳)، تاثیر کیفیت محصول
مقصدهای گردشگری بر رضایت
گردشگر (مطالعه موردی: پارک ساحلی
قروق)، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی
گردشگری، دوره ۲، شماره ۴، ۲۷-۴۹.

شرکت دانش‌بنیان رباتیک ناج، واحد
تصویربرداری هوایی، برگرفته از:
Najrobotics.com



نصیری‌هنده‌خاله، اسماعیل، گنجی، نسرین،
(۱۳۹۷)، سنجش رضایتمندی
گردشگران از کیفیت خدمات شهری
با استفاده از مدل کانو (مطالعه موردی
بوستان نهج البلاغه تهران)، گردشگری
شهری، دوره ۲، شماره ۵، ص ۱۳۴-
۱۲۱.

گردشگران از پارک‌های شهری (نمونه
مورد مطالعه: پارک ملت شهر مشهد)،
اولین همایش بین‌المللی علمی
راهبردی توسعه گردشگری جمهوری
اسلامی ایران؛ چالش‌ها و
چشم‌اندازها، مشهد.

Abuamoud I, Ibrahim A & Alrousan
RM. (2018). Measuring Tourists
Satisfaction and Loyalty: A
Perception Approach. *Quality
Management Journal*. Vol 25, no
2, p 101-107.

Aliman NK, hasim SM, vahid SD m &
harudin S. (2016). Tourists'
Satisfaction with a Destination:
An Investigation on Visitors to
Langkawi Island. *Marketing
Studies*, vol 8, no 3, p 173-188.

Cave, J and L. Jolliffe (2012) Urban
Tourism. *Tourism: The Key
Concepts*. Robinson, P. (Ed.)
London: Routledge. pp 268-
270.

Chang, C. R., & Li, M. H. (2014). Effects
of urban parks on the local
urban thermal
environment. *Journal of Urban
Forestry & Urban
Greening*, 13(4), 672-681.

Chen, C. C., Huang, W. J., & Petrick, J.
F. (2016). Holiday recovery
experiences, tourism
satisfaction and satisfaction Is

there a relationship?. *Tourism
Management*, 53, 140-147.

De Nisco, A., Mainolfi, G., Marino, V., &
Napolitano, M. R. (2015).
Tourism satisfaction effect on
general country image,
destination image, and post-
visit intentions. *Vacation
Marketing*, 21(4), 305-317.

Degoma Durie A & Kebede AM. (2017).
Determinants OF Tourist
Satisfaction: Evidence From
Tourist Destination Sites In
Amhara Region, Ethiopia.
*Singaporean Journal of
BuSineSS economicS, and
management StudieS (SJBem)*.
Vol 5, no 8, p 36-45.

Ghanbari A, Naghizadeh R & Omrani
N. (2019). Tourists' Satisfaction
and Loyalty to Tourism
Product of Ardabil City:
Emphasizing on Demographic
and Social Characteristics.
Tourism, vol 6, issue 1, 39-56.

Haile, A. (2017). Sustainable tourism
development in Eritrea:
assessing the potential of the

- tourism industry as an asset to economic development and poverty alleviation in Massawa and the Dahlak Archipelago.* (published Msc Thesis), Royal Roads University, Victoria, British Columbia, Canada.
- Kothencz, G., & Blaschke, T. (2017). Urban parks: Visitors' perceptions versus spatial indicators. *Land use policy*, 64, 233-244.
- Puh, B. (2014). Destination image and tourism satisfaction: The case of a Mediterranean destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(13), 538.
- Vang Y. (2016). More Important Than Ever: Measuring Tourist Satisfaction. Griffith Institute FOR Tourism Research. Report no 10.

