



Strategies to Improve the Tourism Capacity of Coastal Cities the Case Study of Bushehr City

Mohammad Reza Haghi^a, Ehsan Heidarzadeh^b ✉

^a. Department of Urban Planning, Razi University, Kermanshah, Iran

^b. Department of Urban Planning, Persian Gulf University, Bushehr, Iran
(Corresponding Author) Email: e.heidarzadeh@pgu.ac.ir

ARTICLE INFO

Keywords:

Urban Tourism,
Coastal Cities,
Tourist Satisfaction,
Tourism Indicators,
Bushehr

Article History:

Received:

27 August 2022

Received in revised form:

29 October 2022

Accepted:

5 January 2023

Available online:

8 January 2023

pp. 87-103

ABSTRACT

Coastal cities have always been considered one of the main tourist destinations due to their proximity to the sea and the capacities they acquire from this point of view. However, many of these cities, especially in Iran, have not been very successful in realizing their talents. This issue caused the current research to analyze the satisfaction of tourists to achieve strategies for improving the tourism capacity of coastal cities. The research method is a descriptive analysis based on documentary studies and field surveys. The indicators of tourists' satisfaction analysis were extracted from domestic and foreign sources and the tourists present in Bushehr city in the autumn period of 2019 were questioned with the help of a questionnaire. Next, the data from the questionnaires were entered into SPSS software and analyzed with exploratory factor analysis and multivariate linear regression models. The findings show that the 40 indicators examined in the current research are categorized into 9 factors, among which 6 factors are "pleasantness of the city environment", "accommodation and food services", "access to attractions", "variety of attractions", "attractiveness of the city environment". and "pleasant experience of being in the city" with a significance level of over 95% have played a key role in the satisfaction level of tourists. Also, regarding the city of Bushehr, among the 40 investigated indicators, the indicators "availability and quality of sanitary services in the city and tourist places", "possibility of observing the diversity of aquatic species, marine corals, etc. for tourists" and "recreational facilities and services" [Blue] for women and children" has the lowest level of satisfaction and against the indicators of "people's attitude and hospitality", "security and safety level for tourists especially women and children" and "ease of access to the beach and water's edge" have the highest level of satisfaction in have gained among tourists. Therefore, at the end of the article, based on the results of the evaluation of the indicators and factors associated with dissatisfaction, proposed strategies have been formulated for the promotion of Bushehr tourism.

Citation: Haghi, M. R., & Heidarzadeh, E. (2022). Strategies to Improve the Tourism Capacity of Coastal Cities the Case Study of Bushehr City. *Journal of Urban Tourism*, 9 (4), 87-103.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2022.314727.860>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

All countries worldwide are developing the tourism industry because it benefits other sectors such as retail, transportation, and construction. Hence, countries engage in countless advertising and marketing activities to attract more tourists and improve their satisfaction. If a destination can identify and meet the needs and wants of tourists, these tourists are likely to make frequent visits and spread positive publicity. An issue that ultimately leads to more tourists spending money at the destination. The study of tourism in coastal cities is essential because travelers have long considered these areas due to their unique climatic and social conditions. According to the World Bank, coastal and maritime tourism will be the most significant value-added part of the ocean economy by 2030. Bushehr is one of the cities that, despite its potential and existing capabilities, has not been able to achieve its main position in the field of tourism. The city, due to lack of proper tourism infrastructure, relative deprivation of the city, pollution and poor health, lack of guidance and encouragement of the private sector to invest, etc., has failed in the development of tourism, despite its pristine views of the azure shores of the Persian Gulf, pleasant coastal parks, piers, various museums, handicrafts and local music, lush groves, markets, valuable historical texture, beautiful historic mansions and places Religious and historical. Meanwhile, the development of tourism in Bushehr can provide new capacities for economic activities, investment, and job creation. And due to the favorable climatic conditions, especially in autumn and winter, and beautiful coastal scenery to become a tourism hub in the country's south. In this research, an attempt has been made to answer the following two questions:

- What are the factors that satisfy tourists in coastal cities?
- What are the strategies to improve the tourism capacity of the coastal city of Bushehr?

Methodology

In the present study, first, by reviewing the authoritative global texts, the indicators of tourist satisfaction [with emphasis on coastal cities] have been extracted. In order to convert the table of indicators into a questionnaire, the reliability was confirmed according to the Cronbach's alpha test value of 0.946, and the validity of the questions was checked through interviews with experts. Then, through a questionnaire survey, the views of Iranian tourists on the status of tourism indicators in the city of Bushehr were obtained. In this regard, considering $p = q = 0.5$ and an error of 0.07, the sample size with Cochran's formula was 196 people, which was finally considered to increase the study's accuracy by 200. The questionnaires were distributed in the fall of 2020 among tourists who visited the beaches of Bushehr. After completing the questionnaires, the following data were entered into SPSS software and analyzed using the confirmatory factor analysis model. The model's output categorizes and summarizes the studied indicators into several homogeneous factors. Also, to determine the weight of factors in promoting the tourism situation in Bushehr, the relationship between factors and tourists' overall satisfaction has been measured using a linear multivariate regression model.

Result and discussion

After extracting the information from the questionnaires and entering them into SPSS software, they were evaluated using the confirmatory factor analysis model and linear multivariate regression analysis model. The numerical value of the KMO test in this study was 0.889, which means that the existing correlation between the data will be suitable for data analysis. Bartlett test value is also acceptable (significance level, Sig =0.000). Cronbach's alpha value is more than 0.7, which confirms the reliability of the questionnaire. Findings show that the 40 indicators studied in the present study are classified into nine factors. Also, based on the regression analysis findings, the study of the relationship between these nine factors and

tourist satisfaction shows that there is not a sufficient level of significance for the three factors. The other six factors include "urban environment pleasantness," "accommodation and nutrition services," "access to attractions," "attraction diversity," "attractiveness of the urban environment," and "pleasant experience of being in the city," respectively, have the most impact on the level of satisfaction of tourists.

Conclusion

Based on tourists' opinions about the city of Bushehr, the highest satisfaction was with the factors of accommodation services, nutrition, and air conditioning of the city environment. In contrast, the factors of access to attractions and variety of attractions were associated with the least satisfaction. Also, among the 40 indicators studied, the indicators of "availability and quality of health services in the city and tourist places," "the possibility of observing the diversity of aquatic species, marine corals, etc. for tourists," and "Water recreation facilities and services for women and children" gained the least level of satisfaction from the tourists' point of view. In contrast to the indicators of "how people are treated and hospitable," "level of security and safety for tourists, especially women and children," and "ease of access to the beach and the water's edge" were the most satisfied. Accordingly, the following strategies can be considered as priorities for improving the tourism capacity of Bushehr:

- Benefiting from the capacity of the sea and aquatic animals in creating attractive and unique tourist centers;
- Strengthen coastal landscapes and install creative elements on the beach;
- Defining tourism sidewalks with the focus on connecting historic buildings and tourism centers within the urban context;
- Improving the quality of night entertainment spaces due to Bushehr's hot and humid climate.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



راهبردهای ارتقاء ظرفیت گردشگری شهرهای ساحلی مطالعه موردی: شهر بوشهر

محمد رضا حقی^۱، احسان حیدرزاده^۲ ✉

۱- گروه شهرسازی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

۲- نویسنده مسئول، گروه شهرسازی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران. Email: m.goodarzi@scu.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

شهرهای ساحلی به سبب هم‌جواری با دریا و ظرفیت‌هایی که از این منظر کسب می‌نمایند، همواره به‌عنوان یکی از مقاصد اصلی گردشگری مطرح بوده‌اند. با این وجود، بسیاری از این شهرها به‌ویژه در ایران، در بالفعل نمودن استعداد‌های خود توفیق چندانی نداشته‌اند. همین مسئله سبب گردید پژوهش حاضر برای دستیابی به راهبردهای ارتقاء ظرفیت گردشگری شهرهای ساحلی به تحلیل رضایتمندی گردشگران بپردازد. روش پژوهش، تحلیلی توصیفی و مبتنی بر مطالعات اسنادی و پیمایش میدانی است. شاخص‌های تحلیل رضایتمندی گردشگران از منابع داخلی و خارجی استخراج شده و با ابزار پرسشنامه از گردشگران حاضر در شهر بوشهر در بازه زمانی پاییز سال ۱۳۹۹ مورد پرسش قرار گرفته است. در ادامه، داده‌های پرسشنامه‌ها در نرم‌افزار SPSS وارد شده و با مدل‌های تحلیل عاملی اکتشافی و رگرسیون چندمتغیره خطی مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که ۴۰ شاخص موردبررسی در پژوهش حاضر در قالب ۹ عامل دسته‌بندی می‌شوند که از میان آن‌ها ۶ عامل «مطبوعیت محیط شهر»، «خدمات اسکان و تغذیه»، «دسترسی به جاذبه‌ها»، «تنوع جاذبه‌ها»، «جذابیت محیط شهر» و «تجربه خوشایند حضور در شهر» با سطح معناداری بالای ۹۵ درصد بر سطح رضایتمندی گردشگران نقش کلیدی داشته‌اند. همچنین در خصوص شهر بوشهر از میان ۴۰ شاخص موردبررسی، شاخص‌های «در دسترس بودن و کیفیت سرویس‌های بهداشتی در سطح شهر و اماکن گردشگری»، «امکان مشاهده تنوع گونه‌های آبزیان، مرجان‌های دریایی و ... برای گردشگران» و «امکانات و خدمات تفریحی [آبی] مخصوص بانوان و کودکان» کمترین میزان رضایتمندی و در مقابل شاخص‌های «نحوه برخورد و مهمان‌نوازی مردم»، «سطح امنیت و ایمنی برای گردشگران به‌ویژه زنان و کودکان» و «سهولت دسترسی به ساحل و لبه آب» بیشترین میزان رضایتمندی را در میان گردشگران کسب نموده‌اند. لذا در پایان مقاله، از برآیند ارزیابی شاخص‌ها و عوامل همراه با نارضایتی، اقدام به تدوین راهبردهای پیشنهادی برای ارتقای گردشگری شهر بوشهر شده است.

واژگان کلیدی:

گردشگری شهری،
شهرهای ساحلی،
رضایتمندی گردشگران،
شاخص‌های گردشگری،
بوشهر.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۶/۰۵

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۸/۰۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۱۰/۱۵

تاریخ چاپ:

۱۴۰۱/۱۱/۰۸

صص. ۱۰۳-۸۷

استناد: حقی، محمد رضا و حیدرزاده، احسان. (۱۴۰۱). راهبردهای ارتقاء ظرفیت گردشگری شهرهای ساحلی مطالعه موردی: شهر بوشهر. مجله گردشگری شهری، ۹ (۴)، ۸۷-۱۰۳

<http://doi.org/10.22059/JUT.2022.314727.860>



مقدمه

مسافرت و گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و پویاترین صنایع خدماتی جهان است که شامل بخش‌های مختلفی چون مسافرت، مهمان‌نوازی و خدمات بازدیدکنندگان می‌شود. شورای جهانی سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۳ گزارش کرد که این صنعت ۲۲۵ میلیون شغل را برای افراد ماهر، نیمه ماهر و فاقد مهارت، پشتیبانی می‌کند و ۹ درصد از تولید ناخالص جهانی را به وجود می‌آورد. همه کشورهای جهان صنعت گردشگری را توسعه می‌دهند زیرا این صنعت نه تنها برای خودش، بلکه برای بخش‌های دیگر مانند خرده‌فروشی، حمل‌ونقل و ساخت‌وساز نیز دارای منفعت است (Aliman et al., 2021: 3; Ciacci et al., 2016: 173). از این رو، کشورها برای جذب گردشگر بیشتر و بهبود رضایت آن‌ها به فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی بی‌شماری دست می‌زنند. اگر یک مقصد بتواند نیازها و خواسته‌های گردشگران را شناسایی و برآورده سازد، این گردشگران احتمالاً بازدیدهای مکرر را انجام داده و تبلیغات مثبت را گسترش می‌دهند (Gnanapala, 2015: 7; Park et al., 2018: 82). مساله‌ای که در نهایت به هزینه نمودن بیشتر گردشگران در مقصد منجر می‌شود (Bernini & Galli, 2022: 940).

در مدیریت مقصد گردشگری، به حداکثر رساندن رضایتمندی از سفر برای یک تجارت موفق بسیار مهم است (Sukiman et al., 2013: 78-79). میزان تحقق رضایتمندی گردشگران با عوامل کالبدی و اجتماعی-اقتصادی مرتبط است (Di Vio et al., 2021: 12). به طوری که هر میزان که رضایت گردشگر و توقعات و انتظارات هنجارمند گردشگران تأمین شود به همان میزان جذب گردشگر و توسعه گردشگری محقق می‌شود (هزارجریبی و نجفی، ۱۳۹۱: ۱۳۵).

با همه این اوصاف و علی‌رغم توانایی بالای ایران در تولید درآمد و بهبود وضعیت اقتصادی از طریق صنعت گردشگری، شاخص‌های سازمان گردشگری جهانی در این زمینه، بیانگر وضعیت نامطلوب گردشگری در ایران است. از جمله دلایل این ضعف را می‌توان شامل دید نامطلوب از ایران در جهان، تنش‌های سیاسی با غرب، مدیریت ضعیف و ناپایدار، تبلیغات ضعیف و غیر مؤثر، فقدان زیرساخت‌های گردشگری همچون هتل‌ها و رستوران‌ها، نظام حمل‌ونقل ناکارآمد، امکانات بهداشتی ضعیف و ... دانست (Golghamat Raad, 2019: 1). این ضعف‌ها در دوره‌های زمانی مختلف و همچنین شهرهای مختلف کشور، بسیار متفاوت است و لذا نمی‌توان انتظار داشت با یک سیاست واحد و ثابت، مسئله گردشگری برای شهرهای مختلف کشور مرتفع گردد. همین مسئله سبب گردید پژوهش حاضر، گردشگری در شهرهای ساحلی کشور را به‌عنوان یکی از مناطق مستعد و پُر پتانسیل در حوزه توسعه گردشگری مورد تحلیل و تفسیر قرار دهد.

مطالعه بر روی گردشگری شهرهای ساحلی از این جهت که این مناطق از دیرباز به سبب شرایط منحصر به فرد اقلیمی و اجتماعی مورد توجه مسافران بوده‌اند حائز اهمیت است. حال آنکه بر اساس اظهارات بانک جهانی، پیش‌بینی شده است که گردشگری ساحلی و دریایی بزرگ‌ترین بخش ارزش افزوده اقتصاد اقیانوسی تا سال ۲۰۳۰ باشند (Ghafourian & Sadeghzadeh, 2021: 2). در گزارش سازمان گردشگری جهانی ملل متحد نیز ادعا شده است که از هر دو گردشگر، یک نفر برای امور گردشگری به مناطق ساحلی سفر می‌کند تا آنجا که گردشگری در نواحی ساحلی منبع اصلی مبادلات خارجی تلقی می‌شود (Kabil et al., 2021: 3).

از سوی دیگر، در ایران شهرهای ساحلی در دو رسته کلی و متمایز قابل تفکیک هستند. از یکسو شهرهای ساحلی دریای مازندران که آب‌وهوایی معتدل و مرطوب دارند و از سوی دیگر شهرهای ساحلی خلیج فارس و دریای عمان که

آب‌وهوایی گرم و مرطوب دارند. این تفاوت‌های جغرافیایی و اقلیمی به‌وضوح نشان می‌دهد بحث در خصوص شهرهای ساحلی نیز باید در مقیاس خردتر و به‌صورت موردی انجام پذیرد. همین مسئله سبب گردید در این پژوهش، شهر بوشهر به‌عنوان یکی از شهرهای ساحلی جنوب کشور مورد مطالعه قرار گیرد.

شهر بوشهر از جمله شهرهایی است که با وجود توانایی‌های بالقوه و بالفعل نتوانسته است به جایگاه اصلی خود در زمینه گردشگری دست یابد. این شهر با وجود برخورداری از مناظر بکر سواحل نیلگون خلیج فارس، پارک‌های ساحلی دل‌نشین، اسکله، موزه‌های متنوع، صنایع دستی و موسیقی محلی، نخلستان‌های سرسبز، بازار، بافت تاریخی ارزشمند و با قدمت چندین ساله، عمارت‌های تاریخی زیبا و اماکن مذهبی دارای قدمت تاریخی، اما به دلیل عدم بهره‌مندی از زیرساخت‌های مناسب گردشگری، محرومیت نسبی شهر، آلودگی و ضعف بهداشت، عدم هدایت و تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری و ... در مسیر توسعه گردشگری ناکام مانده است.

این در حالی است که توسعه گردشگری شهر بوشهر می‌تواند ظرفیت‌های جدیدی را برای فعالیت‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی فراهم کند و با توجه به شرایط اقلیمی مناسب، بالأخص در فصول پاییز و زمستان و مناظر ساحلی زیبا به قطب گردشگری در جنوب کشور تبدیل شود. مسأله‌ای که سبب گردید پژوهش حاضر دو هدف «شناسایی عوامل سازنده گردشگری شهرهای ساحلی» و «ارتقای وضعیت گردشگری شهر ساحلی بوشهر» را دنبال نماید. به‌عبارت‌دیگر، در این پژوهش تلاش شده است به دو سؤال زیر پاسخ داده شود:

❖ عوامل سازنده رضایتمندی گردشگران شهرهای ساحلی چه هستند؟

❖ راهبردهای ارتقای ظرفیت گردشگری شهر ساحلی بوشهر چیست؟

مرور ادبیات موجود در حوزه گردشگری ساحلی نشان می‌دهد مطالعات زیادی به تبیین شاخص‌ها و متغیرهای تأثیرگذار بر رضایت گردشگران پرداخته‌اند که هر کدام از جنبه خاصی به موضوع پرداخته‌اند. لذا در ادامه به برخی از این پژوهش‌ها اشاره شده است. با مطالعه این منابع، متغیرهای موردنیاز برای پژوهش حاضر نیز استخراج شده‌اند.

کوقلان (۲۰۱۲) در پژوهشی به ارائه یک تحلیل کمی از رضایت گردشگران و ارتباط آن با ویژگی‌های گردشگری در استرالیا می‌پردازد. وی در این پژوهش از شاخص‌های مرتبط با ویژگی‌های عملیاتی (همچون تعامل با مسافران، طول سفر، هزینه سفر و ...)، ویژگی‌های خدمات مشتری (همچون کیفیت سرگرمی‌ها، راحتی سفر و ...)، ویژگی‌های تفسیری (همچون کارکنان خدمات رسان با دانش و کیفیت اطلاعات) و ویژگی‌های محیطی (همچون کمیت ماهی، آب‌وهوا و ...) استفاده کرده است (Coghlan, 2012). گناناپالا (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای با استفاده از پیمایش پرسشنامه‌ای، اقدام به مصاحبه شخصی با گردشگران در سریلانکا نموده است. در ادامه برای یافتن ارتباط بین متغیرهای پرسشنامه، از تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده نموده است. برخی از مهم‌ترین متغیرهای مستقل تأثیرگذار بر رضایتمندی گردشگران در این مطالعه به‌قرار زیر هستند: رضایتمندی از جاذبه‌های گردشگری مقصد، رضایتمندی از محل اقامت و سرگرمی‌ها، رضایتمندی از غذاها و نوشیدنی‌ها، رضایتمندی از کارکنان و کیفیت خدمات‌رسانی، رضایتمندی از ایمنی و امنیت و ... (Gnanapala, 2015). دلا کورته و همکاران (۲۰۱۵) به‌منظور مطالعه ارتباط بین ویژگی‌های مقصد و رضایت گردشگران، اقدام به جمع‌آوری داده‌های پرسشنامه‌ای در فاصله سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۲ نموده‌اند. در این مطالعه از ۱۴ شاخص استفاده شده است. مهم‌ترین شاخص‌های مورد استفاده در این پژوهش، به موارد زیر مربوط هستند: دسترس‌پذیری، محل اقامت، رستوران‌ها، سرگرمی‌ها، قیمت‌ها، اطلاعات گردشگری، حمل‌ونقل، مهمان‌نوازی، رویدادهای فرهنگی، پاکیزگی شهر، فعالیت‌ها و ... (Della Corte et al., 2015). ناپدو و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش

خود به ارزیابی رضایتمندی گردشگران از جزیره موریس واقع در اقیانوس هند می‌پردازند. در این راستا پرسشنامه‌ای در فرودگاه بین‌المللی بین ۴۰۰ گردشگر خارجی توزیع و میانگین رضایتمندی گردشگران از عملکرد موجود و میانگین انتظارات آن‌ها برای کلیه شاخص‌ها محاسبه شده است. مکان‌های فرهنگی و تاریخی، اکوتوریسم و طبیعت‌گردی، آب‌وهوای گرم و آفتابی، فعالیت‌های خانوادگی، سواحل جذاب، رفتار دوستانه افراد محلی و ... برخی از مهم‌ترین شاخص‌های مورد استفاده در این پژوهش بوده است (Naidoo et al., 2015).

بالموکوند میسترای (۲۰۱۸) به بررسی رضایتمندی گردشگران در ارتباط با ویژگی‌های مقصد در هند می‌پردازد. شاخص‌های مرتبط با رضایتمندی گردشگران در این مطالعه ناظر به موارد زیر است: وجود جاذبه‌های گردشگری متنوع، زندگی در شب، فراهم کردن فعالیت‌های سرگرمی، رفتار دوستانه مردم، ارزش پول، تجربه چند فرهنگی، امنیت و ایمنی کافی، فعالیت‌های فرهنگی فراوان، رضایتمندی از راحتی حمل‌ونقل محلی در مقصد، رضایتمندی از سهولت ارتباط محلی با مکان‌های اطراف، منحصربه‌فرد بودن مقصد، سهولت دسترسی (هوایی، ریلی، جاده‌ای) به سایر مقاصد اصلی، ترافیک و ازدحام کمتر و فراهم کردن کافی تسهیلات سرگرمی (Balmukund Mistry, 2018). تووماسیان (۲۰۱۹) در پژوهشی به ارزیابی شاخص رضایتمندی گردشگر در ارمنستان پرداخته است. راهکارهای پیشنهادی این مطالعه برای بهبود خدمات گردشگری در ارمنستان عبارت‌اند از: کاهش هزینه‌های بلیط هواپیما، افزایش پروازهای مستقیم، بهبود زیرساخت‌های گردشگری، ارتقای کیفیت جاده‌ها، حمل‌ونقل عمومی و ... (Tovmasyan, 2019).

مروتی شریف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی ارتباط علت و معلولی میان عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران داخلی استان یزد پرداخته‌اند. برخی شاخص‌های رضایتمندی در این مطالعه عبارت‌اند از: سطح هزینه‌ها، حمل‌ونقل عمومی، خدمات پیشنهادی به گردشگران، کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی و پذیرایی، خدمات و میزان دانش تورگردان‌ها، انتظارات و نگرش گردشگران نسبت به مقصد، پاکیزگی مکان‌های عمومی و خصوصی و ... (مروتی شریف‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۵). جمالی و همکاران (۱۳۹۷) به ارزیابی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری در شهرهای ساحلی استان بوشهر پرداخته‌اند. روش تحقیق، توصیفی تحلیلی است که در آن گردآوری مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی گردشگران از مقاصد گردشگری از طریق پرسشنامه صورت گرفت. بر اساس نتایج آزمون همبستگی به ترتیب مؤلفه‌های کیفیت خدمات، کیفیت امکانات زیرساختی، کیفیت رفتار جامعه میزبان و کیفیت محیطی بیشترین میزان همبستگی را با عامل رضایتمندی گردشگران نشان می‌دهند (جمالی و همکاران، ۱۳۹۷). برزگر (۱۳۹۷) به دنبال سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری شهر گرگان است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد از بین شاخص‌های سنجش رضایتمندی گردشگران، دو شاخص اطمینان و قابلیت اعتماد، مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری شهر گرگان بوده‌اند (برزگر، ۱۳۹۷). شوهانی و همکاران (۱۳۹۷) به دنبال سنجش رضایت گردشگران از محصول گردشگری استان ایلام می‌باشند. شاخص‌های مورد استفاده در این پژوهش، رضایتمندی از ابعاد جاذبه مقصد، دسترسی مقصد، تسهیلات و خدمات مقصد، هزینه‌های صرف شده در مقصد و تصویر از مقصد را مورد تحلیل قرار داده است (شوهانی و همکاران، ۱۳۹۷).

مرور پژوهش‌های انجام‌گرفته پیرامون موضوع گردشگری شهرهای ساحلی نشان می‌دهد توجه به این موضوع به‌ویژه در سال‌های اخیر بیشتر شده است. اما پژوهش حاضر از چند وجه نسبت به مطالعات پیشین متمایز است. نخست آنکه در این پژوهش سعی گردیده است با بهره‌گیری از مطالعات قبل، طیفی وسیع‌تر از شاخص‌های گردشگری شهری شناسایی و در نمونه مورد مطالعه مورد ارزیابی قرار گیرند (این متغیرها در جدول ۱ به‌طور مستند مشخص شده‌اند). دوم آنکه در این

پژوهش سعی گردیده است با نگاهی چندبعدی و همه‌جانبه به موضوع گردشگری در نواحی ساحلی پرداخته شود. درواقع متغیرهای مورد استفاده از مقیاس مراکز تفریحی گرفته تا دسترسی‌های برون‌شهری و از ابعاد اجتماعی گرفته تا ابعاد زیست‌محیطی را در بر گرفته است. مسئله سوم به روش‌شناسی پژوهش حاضر برمی‌گردد که ذهنی و برگرفته از نظرات گردشگران (به‌عنوان مخاطبان اصلی) است. درواقع به سبب استفاده از مدل ترکیبی تحلیل عاملی و رگرسیون چندمتغیره، تحلیل صورت گرفته ماهیت استقرایی و از پایین به بالا دارد. به‌عبارت‌دیگر، خلاصه‌سازی و دسته‌بندی متغیرها، شناسایی نقاط قوت و ضعف شهر و به طبع آن راهبردهای پیشنهادی از بطن نظرات گردشگران حاصل شده‌اند و سلايق کارشناسی دخل و تصرفی در نتایج نداشته است. مسئله چهارم کاربرد مدل تحلیل عاملی است که بر طبق آزمون‌های آماری و منطبق‌های ریاضی، روابط پنهان میان متغیرها را سنجیده و آن‌ها را با توجه به تشابهات و ارتباطات درونی‌شان، در قالب عواملی کلی‌تر دسته‌بندی می‌کند. این مسئله سبب می‌شود نقاط ضعف شهر، نه‌تنها در متغیرهای خرد بلکه در عوامل کلان‌تر نیز شناسایی شوند و در نتیجه امکان ارائه راهبردها و سیاست‌های کلی فراهم شود. مسئله پنجم به کاربرد مدل رگرسیون چندمتغیره خطی برمی‌گردد که وزن و تأثیر عوامل مختلف را در ارتقاء گردشگری شهر بوشهر با دقتی قابل‌قبول مشخص می‌نماید و راه را برای تدوین راهبردهای متناسب با ضعف‌های موجود هموار می‌سازد. اگرچه پژوهش‌های پیشین، برخی از موارد ذکر شده را مدنظر داشته‌اند اما کاربرد تمام این موارد به‌طور یکجا و یکپارچه در مقاله حاضر، پیش‌تر رخ نداده و لذا به نظر می‌رسد نتایج قابل‌اِتکاتری از پژوهش حاضر استنتاج شود.

مبانی نظری

گردشگری مناطق ساحلی

گردشگری را می‌توان به انواع متفاوتی تفکیک و طبقه‌بندی کرد از جمله گردشگری طبیعی، گردشگری فرهنگی، گردشگری بومی، گردشگری روستایی، گردشگری تجاری، گردشگری درمانی، گردشگری ورزشی، گردشگری ساحلی و غیره. نوع غالب گردشگری در استان‌های مجاور دریا در شمال و جنوب ایران، گردشگری ساحلی است. هرچند این استان‌ها، قابلیت پذیرش انواع دیگر گردشگران را دارا هستند (صالحی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۷). جامعه بین‌المللی گردشگری ساحلی و دریایی را به‌قرار زیر تعریف می‌کند: فعالیت‌های تفریحی که مستلزم سفر به مناطق دور از محل زندگی است و میزبان، محیط دریایی یا منطقه ساحلی است. این گردشگری شامل فعالیت‌های متعددی همچون قایق‌سواری، سفرهای دریایی، شنا، ماهیگیری تفریحی، غواصی و غیره می‌شود (Dimitrovski et al., 2021: 1). به‌عبارت‌دیگر، گردشگری ساحلی شکلی از گردشگری است که در آن عنصر آب و دریا غالب است و همچنین به‌عنوان اصلی‌ترین مزیت آن محسوب می‌شود (Carvache-Franco et al., 2021: 2).

گردشگری ساحلی که به گردشگری ساحل-آفتاب معروف است، به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های ارتقای منظر شهری و جذب توریست، نقش مهمی را در جذب گردشگران ایفا می‌کند. این نوع گردشگری درواقع شامل فعالیت‌های متنوعی است که هم در منطقه ساحلی و هم در آب‌های ساحلی قرار دارد. فعالیت‌های تفریحی در مناطق ساحلی به دو نوع اصلی متکی بر طبیعت و متکی بر تسهیلات تقسیم می‌شوند. فعالیت‌هایی مانند ماهیگیری، شنا، غواصی، قایقرانی، گشت‌وگذار، موج‌سواری، جت اسکی و غیره به طبقه اول و فعالیت‌هایی نظیر خرید، استفاده از رستوران‌ها و پارک‌های ساحلی و پلاژها به طبقه دوم تعلق دارند (سجادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲).

علی‌رغم تأثیرات اقتصادی و فرهنگی بالای گردشگری ساحلی، در بعضی منابع به مشکلات و تأثیرات منفی

گردشگری ساحلی نیز اشاره شده است که باید راهکارهای مناسبی را برای آن‌ها اتخاذ کرد. این تأثیرات منفی از فشار فوق‌العاده‌ای که به منابع محلی محدود وارد می‌شود و همچنین هجوم زیاد و ناخواسته به نواحی طبیعی و تعارض جدی بین گردشگری و سایر بخش‌ها ناشی می‌شوند. تأثیر بر روی آب، غذا و منابع انرژی بسیار زیاد است زیرا این‌ها در درجه اول برای مصارف شخصی هستند و به شدت توسط گردشگران در هتل‌ها و مکان‌های تهیه غذا مورد سوءاستفاده واقع می‌شوند. ذخایر ماهی محلی می‌توانند توسط گردشگرانی که مایل به غذاهای محلی هستند، مورد تهدید واقع شوند. منابع آب مطمئناً از نظر کیفی و کمی توسط آلودگی و سوءاستفاده مورد تخریب واقع می‌شوند. غالباً زیرساخت‌های فاضلاب محلی فاقد توانایی تحمل چنین جمعیت گردشگری هستند، مخصوصاً در دوران اوج فصل گردشگری (Ghosh, 2012: 1; Shin et al., 2020: 173; Wong, 2013: 163). برای مدیریت مشکلات ذکر شده، باید راهبردهای گردشگری پایدار مناطق ساحلی را مدنظر قرار داد. هدف اساسی توسعه پایدار در گردشگری ایجاد فرصت‌های اقتصادی، مزایای اجتماعی-فرهنگی و حفاظت از محیط‌زیست است (اقبالی و همکاران، ۱۴۰۰: ۵). گردشگری پایدار بر ایجاد توازن در توسعه گردشگری از طریق رویکردها و سیاست‌های نوین بخش خصوصی و دولتی در آینده تأکید دارد. کاربرد اصول پایداری در توسعه گردشگری نوین به این معناست که هتل‌های ساحلی نباید باعث آلودگی سواحل و از بین بردن چشم‌اندازهای زیبای طبیعی شوند و دامنه کوه‌ها نباید با ریختن زباله‌ها آلوده شود، همچنین منابع کمیاب طبیعی و حیات‌وحش نباید در معرض آسیب گردشگران قرار گیرد (بهارای میمندی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۰).

رضایت از گردشگری

رضایت‌مندی معمولاً به مفهیمی مانند ارزش درک شده، کیفیت خدمات و وفاداری مربوط است به طوری که با افزایش رضایت‌مندی، مدت ماندن گردشگر نیز افزایش می‌یابد (Vena-Oya et al., 2021: 1). در واقع رضایت‌مندی گردشگر، نقش مهمی در تداوم گردشگری و آینده این صنعت ایفا می‌کند. بنابراین از موضوعاتی است که در حوزه گردشگری، بسیار مورد کنکاش قرار گرفته است زیرا گردشگران راضی، تمایل به انتقال تجربه مثبت خود به دیگران و تکرار مسافرت به محل دارند. شناخت عوامل رضایت‌مندی گردشگری یکی از مهم‌ترین حوزه‌های پژوهشی گردشگری می‌باشد. رضایت گردشگر نقش مهمی در موفقیت بازاریابی مقصد گردشگری ایفا می‌کند؛ زیرا انتخاب مقصد، مصرف کالاها و خدمات گردشگری و تصمیم به بازگشت دوباره به مقصد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴۴-۱۴۵). رضایت گردشگر را می‌توان با پاسخ عاطفی حاصل از پاسخ‌های شناختی به تجربه خدمات یا تفاوت بین انتظارات قبل از سفر و تجارب پس از سفر اندازه‌گیری کرد. به عبارت دیگر گردشگران زمانی راضی هستند که مقایسه آن‌ها از انتظارات قبل و تجارب بعد از سفر، منجر به احساسات خوشایند شود و زمانی ناراضی هستند که نتیجه احساسات ناخوشایند باشد (Nguyen Viet et al., 2020: 2-3). به طور کلی سهم بسزایی از رضایت‌مندی گردشگر منتج از ارزیابی فرد نسبت به زیرساخت‌ها، امکانات، فعالیت‌ها و خدمات در مکان‌های گردشگری است (Wang et al., 2021: 3).

مروری بر متون اسنادی و استخراج متغیرهای مرتبط با گردشگری شهرهای ساحلی

به طور کلی در زمینه عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگران از مقاصد گردشگری سه رویکرد قابل تأمل وجود دارد. در رویکرد اول، برنامه‌ریزان اغلب رضایت کلی از جاذبه‌های مقصد را مورد توجه قرار داده‌اند و عموماً جاذبه‌های طبیعی و انسانی را عامل مهمی در جذب و رضایت‌مندی گردشگران می‌پندارند. به این معنی که جاذبه‌های گردشگری هرچقدر جذاب‌تر باشند به طور کاملاً طبیعی، رضایت‌مندی از مقصد نیز افزایش می‌یابد. برخی دیگر از پژوهشگران علاوه بر

جاذبه‌های طبیعی و انسانی مقصد، رضایتمندی گردشگران را در عوامل و بخش‌های خاصی مانند زیرساخت‌های گردشگری نظیر هتل‌ها، کافه‌ها، رستوران‌ها و ... موردتوجه قرار داده‌اند. این گروه اعتقاد دارند که علاوه بر وجود جاذبه‌های گردشگری، می‌باید خدمات و امکانات درخور توجه و در شأن گردشگران وجود داشته باشد تا میزان رضایتمندی گردشگران افزایش یابد. از نظر این پژوهشگران، رضایتمندی نتیجه تأثیر خدمات تولیدی و رفاه اجتماعی و مالی قلمداد می‌گردد که در اختیار گردشگران قرار می‌گیرد. بنابراین از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری و همچنین رضایتمندی گردشگران، کیفیت خدمات و ارائه تسهیلات مناسب می‌باشد (آقای و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۳-۱۰۲). در رویکرد سوم تأکید بر کیفیت جوامع میزبان گردشگران می‌باشد که شامل ابعاد کیفیات محیط، کیفیت حمل‌ونقل، کیفیت محیط اجتماعی، کیفیت جاذبه‌های گردشگری و کیفیت خرید است. اجزای سازنده محیط (طبیعت، فضای باز، زیرساخت‌ها، محیط انسان‌ساخت، تسهیلات محیط کالبدی و ذخایر طبیعی، روابط اجتماعی و ...) هر یک مشخصات و کیفیت خاص خود را داراست؛ بنابراین هر محیطی با کیفیت مطلوب، حس رفاه و رضایتمندی را به جمعیت ساکن در آن منتقل می‌کند که این امر در مقصدهای گردشگری کاملاً مشهود است (شوهانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۲). بر این اساس، پژوهش حاضر تلاش نموده است با شناسایی متغیرهایی گسترده و جامع، هر سه دیدگاه را برای تحلیل ظرفیت‌های گردشگری شهر بوشهر مدنظر قرار دهد تا راهبردهایی مستدل‌تر را پیشنهاد دهد.

پس از مرور متون معتبر داخلی و خارجی که برخی از آن‌ها در بخش پیشینه پژوهش آمده است؛ شاخص‌های سنجشگر رضایتمندی گردشگران استخراج شده است. در این زمینه شاخص‌های متعددی شناسایی شدند که به منظور دستیابی به نتیجه بهینه، شاخص‌هایی که همپوشانی نسبی داشته‌اند یا یکدیگر ترکیب شده و در قالب یک شاخص ارائه شده‌اند. علاوه بر این، شاخص‌های ناهمگون با شرایط فرهنگی ایران نیز از تحلیل خارج شده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱. مستندسازی شاخص‌های رضایتمندی گردشگران شهرهای ساحلی

شاخص‌ها											ابعاد	
J	I	H	G	F	E	D	C	B	A			
				*				*		تنوع مدهای گوناگون حمل‌ونقل (هوایما، قطار و ...) برای دسترسی به شهر مقصد	Q1	دسترسی به شهر مقصد
	*					*		*		وضعیت کیفی و فیزیکی فرودگاه‌ها، ایستگاه‌ها و سایر پایانه‌های مسافری	Q2	
			*					*		وضعیت عمومی وسایل حمل‌ونقل عمومی (هوایما، قطار، اتوبوس و ...) در طول سفر به مقصد گردشگری	Q3	
	*			*				*		کیفیت شبکه راه‌های ارتباطی منتهی به شهر مقصد (برای گردشگران با خودروهای شخصی)	Q4	
	*		*					*	*	هزینه بلیط هوایما، قطار، اتوبوس و ... از کلان‌شهرها تا شهر مقصد گردشگری	Q5	
	*							*	*	دسترسی به اطلاعات گردشگری شهر در رسانه‌ها و سایت‌های اینترنتی	Q6	
			*						*	خدمات و دانش تورهای گردشگری برای شهر مقصد گردشگری	Q7	
	*	*	*		*			*		هزینه اسکان در هتل‌ها و مسافرخانه‌های معتبر	Q8	کیفیت اقامت مسافران
	*	*	*	*	*	*	*	*	*	وضعیت کلی امکانات و خدمات هتل‌ها و مسافرخانه‌ها	Q9	
	*					*		*		نحوه برخورد و راهنمایی کارکنان هتل‌ها و مسافرخانه‌ها	Q10	
				*	*	*	*	*	*	کیفیت و تنوع غذاهای قابل‌ارائه به مسافران در هتل‌ها و مسافرخانه‌ها	Q11	

Q12	*	*			سطح کیفی شبکه مخابرات و اینترنت همراه
Q13	*	*	*	*	کیفیت و تنوع غذا و خدمات کافه‌ها و رستوران‌ها در سطح شهر
Q14	*	*	*	*	سطح قیمت ارائه خدمات و غذا در کافه‌ها و رستوران‌ها
Q15	*	*	*	*	سطح کیفیت و قیمت کالاها و خدمات در سطح شهر
Q16	*	*	*	*	دسترسی به خدمات بانکی و مالی برای گردشگران
Q17	*	*	*	*	وضعیت کلی حمل‌ونقل محلی و جابه‌جایی در شهر
Q18	*	*	*	*	وضعیت تابلوها، علائم و خدمات راهنمایی در شهر
Q19	*	*	*	*	در دسترس بودن و کیفیت سرویس‌های بهداشتی در سطح شهر و اماکن گردشگری
Q20	*	*	*	*	کیفیت محیط طبیعی شهر و سایر چشم‌اندازهای طبیعی
Q21	*	*	*	*	پاکیزگی و بهداشت محیط
Q22	*	*	*	*	آرامش و آسایش در فضاهای شهر و اماکن گردشگری
Q23	*	*	*	*	نحوه برخورد و مهمان‌نوازی مردم (و سایر جنبه‌های فرهنگی بومی)
Q24	*	*	*	*	سطح امنیت و ایمنی برای گردشگران به‌ویژه زنان و کودکان
Q25	*	*	*	*	تنوع و کیفیت جاذبه‌های گردشگری
Q26	*	*	*	*	کمیت، کیفیت و تنوع فضاها و تجهیزات سرگرمی و ورزشی در شهر
Q27	*	*	*	*	جشنواره‌ها، رویدادهای فرهنگی-هنری و سایر جاذبه‌های فرهنگی
Q28	*	*	*	*	عرضه سوغات و صنایع‌دستی مختص شهر [با قیمت منصفانه]
Q29	*	*	*	*	کیفیت و مطبوعیت آب‌وهوا
Q30	*	*	*	*	وجود تفریحات خانوادگی و گروهی
Q31	*	*	*	*	دسترسی به خدمات پزشکی و سایر خدمات امدادی
Q32	*	*	*	*	سرگرمی‌ها و تفریحات شبانه در محیطی همراه با آسایش
Q33	*	*	*	*	وضعیت ترافیک و ازدحام جمعیت در شهر و اماکن گردشگری
Q34	*	*	*	*	سهولت دسترسی به پارکینگ
Q35	*	*	*	*	امکانات و وسایل تفریحی در ساحل و دریا همچون قایق‌سواری و ...
Q36	*	*	*	*	امکانات و خدمات تفریحی [آبی] مخصوص بانوان و کودکان
Q37	*	*	*	*	امکان مشاهده تنوع گونه‌های آبزیان، مرجان‌های دریایی و ... برای گردشگران
Q38	*	*	*	*	حفظ مناظر طبیعی ساحل و امکان بهره‌مندی از آن‌ها
Q39	*	*	*	*	سهولت دسترسی به ساحل و لبه آب
Q40	*	*	*	*	پاکیزگی و بهداشت ساحل و آب دریا

گردش در شهر

خدمات اختصاصی شهرهای ساحلی

SOURCES:

A: Tovmasyan, 2019 B: Coghlan, 2012 C: Della Corte et al., 2015 D: Gnanapala, 2015

E: Naidoo et al., 2015 F: Balmukund, 2018 G: ۱۳۹۵ مروتی و همکاران، H: ۱۳۹۷ جمالی و همکاران،

I: ۱۳۹۷ برزگر، J: ۱۳۹۷ شوهانی و همکاران،

روش پژوهش

در پژوهش حاضر، نخست از طریق مروری بر متون معتبر جهانی شاخص‌های رضایتمندی گردشگران [با تأکید بر شهرهای ساحلی] استخراج گردیده است. در راستای تبدیل جدول شاخص‌ها به پرسشنامه، روایی و پایایی سؤالات موردبررسی قرار گرفته است. پایایی با توجه به مقدار آزمون آلفای کرونباخ $0/946$ مورد تأیید قرار گرفت و روایی سؤالات نیز از طریق مصاحبه با صاحب‌نظران کنترل گردید. در ادامه، از طریق پیمایش پرسشنامه‌ای، نظرات گردشگران ایرانی در مورد وضعیت شاخص‌های گردشگری در شهر بوشهر اخذ شده است. در ادامه برای به دست آوردن عوامل سازنده این شاخص‌ها از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. در این راستا با در نظر گرفتن $p=q=0/5$ و خطای $0/07$ ، حجم نمونه با فرمول کوکران 196 نفر به دست آمد که در نهایت به منظور بالا بردن دقت مطالعه 200 عدد در نظر گرفته شد. پرسشنامه‌ها در پاییز 1399 و در میان گردشگرانی که در سواحل شهر بوشهر حضور داشته‌اند توزیع شده است. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، در ادامه داده‌ها در نرم‌افزار SPSS وارد شده و به کمک مدل تحلیل عاملی اکتشافی مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. خروجی مدل، شاخص‌های موردبررسی را در تعدادی عامل همگون دسته‌بندی و خلاصه می‌کند. همچنین در ادامه، با هدف تعیین وزن عوامل در ارتقاء وضعیت گردشگری شهر بوشهر، ارتباط میان عوامل با رضایت کلی گردشگران به کمک مدل رگرسیون چندمتغیره خطی سنجیده شده است.

محدوده مورد مطالعه

شهر بوشهر مرکز استان بوشهر در 28 درجه و 59 دقیقه عرض جغرافیایی و 50 درجه و 51 دقیقه طول جغرافیایی، در جنوب غربی ایران قرار دارد. این شهر به صورت شبه جزیره و از سه جهت به دریا منتهی می‌شود و تنها از قسمت شرقی آن از طریق محور بوشهر - شیراز با خشکی ارتباط دارد. شبهه جزیره بوشهر در ساحل شمالی خلیج فارس با ابعاد تقریبی 20 کیلومتر در 8 کیلومتر استقرار یافته است. این شهر بر اساس سرشماری سال 1395 با جمعیت 223504 نفر، بزرگ‌ترین شهر استان بوشهر است که نرخ رشد سالانه آن در حدود $4/1$ درصد می‌باشد (زیاری و همکاران، 1397 : ۷). وجود آثار تاریخی متعدد، چشم‌اندازهای متنوع از سواحل، صنایع دستی و سایر جاذبه‌های فرهنگی از جمله ظرفیت‌های جذب گردشگری این منطقه می‌باشد (جمالی و همکاران، 1397 : ۵۶).

یافته‌ها

پس از استخراج اطلاعات از پرسشنامه‌ها و وارد کردن آن‌ها در نرم‌افزار SPSS اقدام به تشکیل ماتریس اولیه اطلاعات گردید. این ماتریس از 200 ردیف (هر ردیف به ازای یک پرسشنامه) و 41 ستون (40 ستون به ازای 40 متغیر و یک ستون برای سؤال کلی) تشکیل گردیده است. مطابق با انجام مدل به دست آمده، مقدار عددی تمامی متغیرها در جدول اشتراکات بیش از $0/4$ به دست آمد که بیانگر مناسب بودن قدرت تبیین‌کنندگی مدل و مقدار آماره KMO است. خروجی بعدی تحلیل عاملی مربوط به آزمون KMO است. مقدار KMO، همواره بین 0 و 1 است. در صورتی که مقدار موردنظر کمتر از $0/50$ باشد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب نخواهند بود، و اگر مقدار آن بین $0/50$ تا $0/69$ باشد، بایستی با احتیاط بیشتر به تحلیل عاملی پرداخت. اما در صورتی که این مقدار بیشتر از $0/7$ باشد، همبستگی موجود میان داده‌ها برای تحلیل داده‌ها مناسب خواهد بود. از سوی دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی باید از آزمون بارتلت استفاده کرد. آزمون بارتلت این فرضیه را که ماتریس همبستگی‌های مشاهده‌شده، متعلق به جامعه‌ای با

متغیرهای ناپسته است، می‌آزماید. به همین دلیل است که قبل از تحلیل عاملی باید به تشکیل ماتریس همبستگی بین متغیرها اقدام کرد. اگر ماتریس همبستگی واحد باشد برای تحلیل عاملی نامناسب است، آزمون بارتلت هنگامی معنادار است که احتمال وابسته به آن کمتر از ۰/۰۵ باشد. مطابق با جدول ۲ مقدار عددی آزمون KMO در این پژوهش برابر با ۰/۸۸۹ به دست آمد که به معنی آن است که همبستگی موجود میان داده‌ها برای تحلیل داده‌ها مناسب خواهد بود. خروجی بعدی مربوط به آزمون بارتلت می‌باشد که مقدار آن در حد پذیرش قرار دارد (سطح معناداری، $(Sig=0/000)$). همچنین مقدار آلفای کرونباخ بیش از ۰/۷ به دست آمده است که مؤید پایایی پرسشنامه است.

جدول ۲. مقادیر آزمون‌های اعتبارسنجی داده‌ها در شناسایی رضایتمندی گردشگران از شهر بوشهر

۰/۹۴۶	آلفای کرونباخ
۰/۸۸۹	آزمون کفایت نمونه‌گیری کایزر مییر
۳۲۵۱/۲۰۵	کای اسکوئر
۷۸۰	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معناداری

بعد از کنترل و مناسبت آزمون‌های آماری، که داده‌های خام را برای کاربست در تحلیل عاملی آزمایش و سنجش می‌نمایند، به محاسبه ماتریس مقدماتی پرداخته می‌شود، که در آن واریانس تبیین شده به وسیله هر عامل مشخص می‌گردد. به عبارت دیگر ماتریس مربوطه که در قالب جدول واریانس تبیین شده نشان داده می‌شود، به روشنی مشخص می‌کند که برآیند تحلیل عاملی در کاهش و خلاصه‌سازی متغیرها و سنجش رضایتمندی گردشگران از شهر بوشهر به چند عامل نهایی منتهی شده است و مهم‌تر اینکه سهم هر یک از عوامل مربوطه در تبیین مطلوبیت گردشگری شهر بوشهر به چه میزان بوده است.

در ارتباط با تعیین نهایی تعداد عوامل تبیین‌کننده مطلوبیت گردشگری شهر بوشهر باید به لحاظ آماری سه شرط را رعایت نمود. شرط اول توجه به این نکته است که مقادیر ویژه مربوط به تمامی عوامل باید بالاتر از ۱ باشد. شرط دوم رعایت مقدار واریانس تجمعی است که مجموع واریانس تجمعی عوامل استخراج شده نهایی باید بالاتر از ۶۰ باشد و شرط سوم اینکه واریانس تبیین شده هر عامل باید به تنهایی بالاتر از ۱۰ باشد، که معمولاً در مطالعات شهری شرط سوم محقق نمی‌شود.

مطابق با جدول ۳ در نهایت ۹ عامل به عنوان عوامل تبیین‌کننده مطلوبیت گردشگری شهر بوشهر مشخص گردید. مقدار ویژه کلیه این عوامل استخراجی بیشتر از ۱ می‌باشد. همچنین درصد واریانس برای عامل اول برابر با ۱۱/۳۷، برای عامل دوم برابر با ۷/۶۸ و برای عامل سوم برابر ۷/۴۵ درصد می‌باشد. در نهایت، مجموع واریانس تجمعی این ۹ عامل استخراجی برابر با ۶۳/۳۲ می‌باشد یعنی در مجموع بیش از ۶۳ درصد از رضایتمندی گردشگران از شهر بوشهر را تبیین می‌کنند که آماره قابل قبولی می‌باشد.

جدول ۳. مجموع واریانس تبیین شده عوامل موثر بر مطلوبیت گردشگری شهر بوشهر

عوامل	مجموع ضرایب عاملی چرخش داده شده		
	مقدار ویژه	درصد از واریانس	درصد از واریانس تجمعی
۱	۴/۵۵	۱۱/۳۷	۱۱/۳۷
۲	۳/۰۷	۷/۶۸	۱۹/۰۵
۳	۲/۹۸	۷/۴۵	۲۶/۵۰

۴	۲/۹۳	۷/۳۳	۳۳/۸۳
۵	۲/۸۳	۷/۰۷	۴۰/۹۰
۶	۲/۷۲	۶/۸۱	۴۷/۷۱
۷	۲/۵۶	۶/۳۹	۵۴/۱۰
۸	۲/۱۵	۵/۳۷	۵۹/۴۷
۹	۱/۵۴	۳/۸۵	۶۳/۳۲

پس از تعیین واریانس هر یک از عوامل، ماتریس عاملی را دوران داده تا هر یک از متغیرهای مربوطه بیشترین ارتباط را با عوامل ۹ گانه به دست آورند و شرایط را برای نام‌گذاری و شناسایی عوامل، تسهیل نمایند (جدول ۴).

جدول ۴. ماتریس عاملی دوران یافته و بارهای عاملی متغیرها

عنوان پیشنهادی عامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	شاخص‌ها
دسترسی به جاذبه‌ها		۰/۶۸۹								Q7
		۰/۶۷۹								Q37
		۰/۶۱۸								Q38
		۰/۶۰۳								Q36
		۰/۵۹۵								Q35
		۰/۵۶۶								Q6
جابه‌جایی در شهر		۰/۴۵۴								Q34
		۰/۷۱۹								Q17
		۰/۶۸۴								Q18
		۰/۵۴۸								Q4
		۰/۴۹۴								Q19
تنوع جاذبه‌ها		۰/۳۹۵								Q31
			۰/۷۴۹							Q25
			۰/۶۳۸							Q29
			۰/۶۳۶							Q30
			۰/۵۸۲							Q26
مطبوعیت محیط شهر			۰/۴۴۹							Q32
				۰/۷۶۹						Q24
				۰/۶۸۸						Q33
				۰/۵۸۹						Q23
				۰/۵۵۵						Q22
خدمات اسکان و تغذیه				۰/۵۴۸						Q21
				۰/۴۸۹						Q40
					۰/۷۷۶					Q11
					۰/۷۲۶					Q10
هزینه‌های سفر					۰/۶۱۰					Q9
					۰/۴۸۷					Q13
						۰/۷۵۸				Q14
						۰/۶۴۵				Q15
						۰/۵۹۲				Q8
دسترسی به شهر					۰/۵۵۲					Q5
					۰/۵۰۴					Q28
							۰/۷۹۸			Q1

Q ₃	۰/۷۳۱	
Q ₂	۰/۷۲۱	
Q ₃₉	۰/۷۰۷	
Q ₁₆	۰/۶۴۱	جذابیت محیط شهر
Q ₂₀	۰/۴۵۴	
Q ₁₂	۰/۶۸۲	تجربه خوشایند حضور
Q ₂₇	۰/۵۴۳	در شهر

در ادامه رابطه خطی میان عوامل ۹ گانه (متغیر مستقل) و رضایتمندی کلی گردشگران از شهر بوشهر (متغیر وابسته) با روش رگرسیون خطی چندگانه مورد بررسی قرار گرفته است. به همین منظور در ابتدا ضریب همبستگی کندال میان متغیرهای مستقل با وابسته سنجش شده است. این ضریب برای عامل اول برابر با ۰/۲۱۴، عامل سوم ۰/۱۹۶، عامل چهارم ۰/۲۵۲، عامل پنجم ۰/۲۷۱، عامل هشتم ۰/۱۹۹ و عامل نهم ۰/۱۹۳ با سطح معناداری ۹۹ درصد می‌باشد. همچنین تا سطح معناداری ۹۵ درصد ارتباط معناداری میان عوامل دوم، ششم و هفتم با متغیر مستقل مشاهده نشد. مطابق با تحلیل رگرسیونی، مقدار ضریب همبستگی (R) برابر با ۰/۶۵۷، ضریب تعیین (R Square) برابر با ۰/۴۳۲ و دوربین واتسون (Durbin-Watson) برابر ۲/۰۰۳ می‌باشد که بیانگر مناسب بودن مدل رگرسیونی است. در نهایت خروجی مدل رگرسیونی مطابق جدول ۵ به دست می‌آید.

جدول ۵. ضرایب عوامل در مدل رگرسیونی

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Kendall's Correlation Coefficient
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	۳/۷۵۰	۰/۰۵۳		۷۰/۲۱۵	۰/۰۰	
عامل ۱ (A)	۰/۲۲۸	۰/۰۵۴	-۰/۲۵۸	۴/۲۵۵	۰/۰۰	۰/۲۱۴
عامل ۲ (B)	۰/۰۳۵	۰/۰۵۴	۰/۰۴۰	۰/۶۶۳	۰/۵۰۹	عدم معناداری
عامل ۳ (C)	۰/۲۱۱	۰/۰۵۴	-۰/۲۴۰	۳/۹۴۵	۰/۰۰	۰/۱۹۶
عامل ۴ (D)	۰/۲۷۵	۰/۰۵۴	۰/۳۱۲	۵/۱۳۷	۰/۰۰	۰/۲۵۲
عامل ۵ (E)	۰/۲۵۹	۰/۰۵۴	-۰/۲۹۴	۴/۸۳۳	۰/۰۰	۰/۲۷۱
عامل ۶ (F)	۰/۱۳۲	۰/۰۵۴	-۰/۱۴۹	۲/۴۵۶	۰/۰۱۵	عدم معناداری
عامل ۷ (G)	۰/۱۰۰	۰/۰۵۴	-۰/۱۱۳	۱/۸۶۶	۰/۰۶۴	عدم معناداری
عامل ۸ (H)	۰/۲۰۰	۰/۰۵۴	-۰/۲۲۷	۳/۷۳۳	۰/۰۰	۰/۱۹۹
عامل ۹ (I)	۰/۱۶۷	۰/۰۵۴	۰/۱۸۹	۳/۱۰۹	۰/۰۲	۰/۱۹۳

با توجه به ضرایب جدول ۵، می‌توان مدل رگرسیونی را به صورت زیر استخراج نمود:
رابطه ۱:

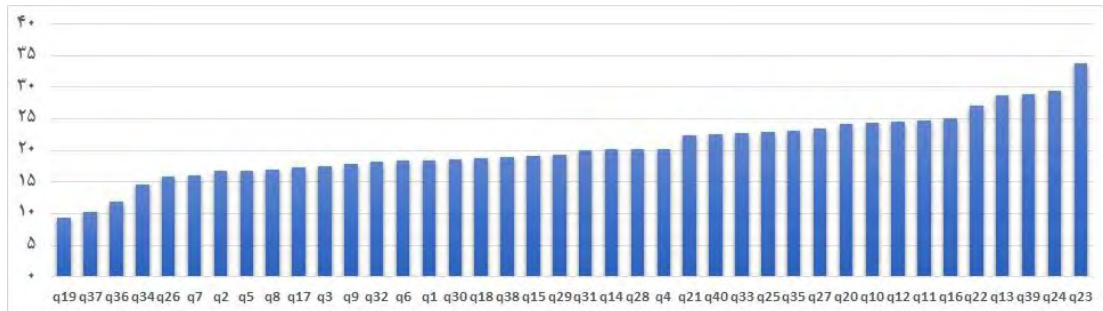
$$رضایتمندی از گردشگری = ۳/۷۵۰ + ۰/۲۲۸ A + ۰/۲۱۱ C + ۰/۲۷۵ D + ۰/۲۵۹ E + ۰/۲۰۰ H + ۰/۱۶۷ I$$

مطابق رابطه ۱، بیشترین تأثیر را بر رضایتمندی گردشگران شهری به ترتیب عوامل چهارم، پنجم، اول، سوم، هشتم و نهم دارا می‌باشد. در ادامه و به منظور ارزیابی وضعیت گردشگری شهر بوشهر در عوامل ۹ گانه، امتیاز شاخص‌ها در بار عاملی آن‌ها ضرب شده و میانگین وزنی آن‌ها برای هر عامل محاسبه شده است (جدول ۶).

جدول ۶. امتیاز عوامل ۹ گانه گردشگری شهری بوشهر

عامل ۹	عامل ۸	عامل ۷	عامل ۶	عامل ۵	عامل ۴	عامل ۳	عامل ۲	عامل ۱
۲/۲۱	۲/۲۹	۲/۲۸	۱/۹۲	۲/۳۴	۲/۳۳	۱/۹۵	۱/۸۱	۱/۷۵

بر اساس جدول ۶، عواملی که کمترین امتیاز را کسب کرده‌اند، نقاط ضعف گردشگری شهر بوشهر را پوشش می‌دهند و لذا می‌توان آن‌ها را در اولویت توجه قرار داد. همچنین شاخص‌ها بر اساس رتبه‌بندی کندال، مطابق شکل ۱ می‌باشد.



شکل ۱. امتیاز شاخص‌های گردشگری شهر بوشهر بر اساس رتبه‌بندی کندال

بحث

مقایسه این یافته‌ها با پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد همان‌گونه که نتایج پژوهش کوقلان (۲۰۱۲) به یک ارتباط پیچیده بین رضایتمندی گردشگر و ویژگی‌های محیطی و خدمات مشتری اشاره دارد در این پژوهش نیز عوامل «مطبوعیت محیط شهر» و «خدمات اسکان و تغذیه»، بیشترین تأثیر را بر رضایتمندی از گردشگری شهر ساحلی بوشهر داشته‌اند. همچنین درحالی‌که پژوهش گناناپالا (۲۰۱۵) و بالموکوند میسترای (۲۰۱۸)، بر ارتباط بین رضایتمندی گردشگر و عوامل مرتبط با مقصد که بر ادراک گردشگران تأثیر می‌گذارند، تأکید دارند برخی عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگری بوشهر همچون مطبوعیت محیط شهر نیز با این موضوع هم‌راستا می‌باشد. از سوی دیگر، بر خلاف پژوهش تووماسیان (۲۰۱۹) و شوهانی و همکاران (۱۳۹۷)، عامل دسترسی به شهر، جزو عوامل تأثیرگذار بر رضایتمندی گردشگران از شهر بوشهر شناسایی نشد. این مسئله را نمی‌توان به‌عنوان رد یافته‌های پیشین قلمداد نمود بلکه به نظر می‌رسد در این خصوص باید در مطالعات آتی با حجم نمونه بیشتر به‌طور مشخص و مستقل بر روی موضوع تأثیر دسترسی به شهر بر رضایت گردشگران پژوهش‌هایی صورت پذیرد. همچنین بر خلاف پژوهش مروتی شریف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵)، شاخص رضایتمندی از پارکینگ، امتیاز بالایی را در شهر بوشهر به دست نیآورد. شاخص کیفیت رفتار جامعه میزبان از نتایج پژوهش جمالی و همکاران (۱۳۹۷) با شاخص مهمان‌نوازی مردم بوشهر، هم‌راستا است. شاخص‌های کیفیت خدمات و کیفیت محیطی از پژوهش مذکور نیز به ترتیب با عامل‌های کیفیت خدمات اسکان و تغذیه و مطبوعیت محیط شهر، هم‌راستا است.

نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری نه صرفاً به‌عنوان یک تفریح بلکه به‌عنوان یک صنعت در سیاست‌گذاری‌های کلان کشورها و شهرها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است. ظرفیت‌های بالای صنعت گردشگری در توسعه مناطق شهری سبب شده است تا ارتقاء خدمات و زیرساخت‌ها با هدف جلب رضایت حداکثری گردشگران در دستور کار مدیران شهری قرار گیرد. توجه به صنعت گردشگری برای شهرهایی که ظرفیت‌های بالقوه طبیعی، تاریخی و فرهنگی دارند از اهمیتی دوچندان

برخوردار است. از همین رو، در پژوهش حاضر سعی شده است از طریق تحلیل رضایتمندی گردشگران، راهبردهای ارتقاء ظرفیت گردشگری در شهرهای ساحلی شناسایی شوند.

یافته‌ها نشان می‌دهد ۹ عامل در تبیین ظرفیت گردشگری شهری نقش دارند که بررسی ارتباط آن‌ها با رضایتمندی گردشگران نشان می‌دهد که از میان آن‌ها، برای ۳ عامل سطح معناداری کافی وجود ندارد؛ اما ۶ عامل دیگر شامل «مطبوعیت محیط شهر»، «خدمات اسکان و تغذیه»، «دسترسی به جاذبه‌ها»، «تنوع جاذبه‌ها»، «جذابیت محیط شهر» و «تجربه خوشایند حضور در شهر» به ترتیب بیشترین تأثیر را بر میزان رضایتمندی گردشگران دارند.

همچنین بر مبنای نظرات گردشگران در خصوص شهر بوشهر، بیشترین رضایتمندی از عوامل خدمات اسکان و تغذیه و مطبوعیت محیط شهر بوده است و در مقابل، عوامل دسترسی به جاذبه‌ها و تنوع جاذبه‌ها با کمترین رضایتمندی همراه بوده‌اند. علاوه بر این، از میان ۴۰ شاخص مورد پرسش نیز مشاهده شد که شاخص‌های «نحوه برخورد و مهمان‌نوازی مردم (و سایر جنبه‌های فرهنگی بومی)»، «سطح امنیت و ایمنی برای گردشگران به‌ویژه زنان و کودکان» و «سهولت دسترسی به ساحل و لبه آب» بیشترین میزان رضایتمندی را در میان گردشگران شهر بوشهر کسب نموده‌اند. برتری شاخص مهمان‌نوازی را می‌توان در تلقی فرهنگ مهمان‌نوازی به‌عنوان یک ارزش و هنجار در میان مردم این خطه دانست که از نظر تاریخی نیز به دلیل قرارگیری در جوار آب و تجارب با سایر کشورها، این موضوع در آن‌ها نهادینه شده است. رضایت گردشگران از امنیت نیز متأثر از هم‌جواری ساحل با شهر و دید مناسب به آن و نیز تراکم مناسب جمعیت در ساعات مختلف شبانه‌روز به‌ویژه پس از تاریکی هوا دانست. رضایت گردشگران از شاخص سهولت دسترسی به ساحل نیز به نظر می‌رسد به دلیل گسترش نوار ساحلی در سه طرف شهر بوشهر و نیز توپوگرافی خاص ساحل خلیج فارس باشد. در مقابل، شاخص‌های «در دسترس بودن و کیفیت سرویس‌های بهداشتی در سطح شهر و اماکن گردشگری»، «امکان مشاهده تنوع گونه‌های آبزیان، مرجان‌های دریایی و ... برای گردشگران» و «امکانات و خدمات تفریحی [آبی] مخصوص بانوان و کودکان» با کمترین میزان رضایتمندی همراه بوده‌اند. دلایل ضعف این شاخص‌ها را می‌توان در کم‌توجهی مدیریت شهری نسبت به ایجاد و نگهداری زیرساخت‌هایی چون سرویس‌های بهداشتی به‌ویژه در نوارهای ساحلی شهر، بی‌توجهی به نیازهای تفریحی بانوان که نیمی از جامعه هدف گردشگری را شامل می‌شوند، دانست.

بر همین اساس، می‌توان راهبردهای زیر را برای ارتقاء ظرفیت گردشگری شهر بوشهر دارای اولویت دانست:

- ❖ بهره‌مندی از ظرفیت دریا و آبزیان در خلق مراکز گردشگری جذاب و منحصربه‌فرد
- ❖ تقویت چشم‌اندازهای ساحلی و نصب المان‌های خلاقانه در ساحل دریا
- ❖ تعریف مسیرهای پیاده گردشگری با محوریت اتصال ابنیه تاریخی و مراکز گردشگری درون بافت شهری
- ❖ ارتقای کیفیت فضاهای تفریحی شبانه با توجه به اقلیم گرم و مرطوب شهر بوشهر

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- اقبال، مرضیه؛ متولی، صدرالدین؛ جانباز قبادی، غلامرضا؛ غلامی، سارا (۱۴۰۰) بررسی تأثیر ابعاد اجتماعی تاب‌آوری شهری بر توسعه پایدار گردشگری مطالعه موردی: شهر محمودآباد، نشریه گردشگری شهری، دوره ۸، شماره ۲، صص. ۱۶-۱.
- آقایی، پرویز؛ رضویان، محمدتقی؛ سعیدی‌راد، مجید؛ خزایی، مصطفی (۱۳۹۴) تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد

- گردشگری (مورد پژوهی: گردشگران شهرستان قروه)، فصلنامه فضای گردشگری، سال ۴، شماره ۱۴، صص. ۹۷-۱۱۳.
- برزگر، صادق (۱۳۹۷) سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری مطالعه موردی: شهر گرگان، نشریه گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۴، صص. ۱-۱۸.
- بهراری میمندی، سید امیرعباس؛ دریاباری، سید جمال‌الدین؛ بخشنده نصرت، عباس؛ نجفی، عباس (۱۳۹۷) نقش گردشگری در توسعه پایدار رامسر، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۱۰، شماره ۲، صص. ۱۴۷-۱۵۶.
- جمالی، حسین؛ سجادی، ژیلدا؛ رضویان، محمدتقی؛ حیدری، جهانگیر (۱۳۹۷) ارزیابی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری مطالعه موردی: شهرهای ساحلی استان بوشهر، نشریه گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۳، صص. ۴۹-۶۴.
- زیاری، کرامت‌اله؛ پور احمدی، احمد؛ حاتمی‌نژاد، حسین؛ باستین، علی (۱۳۹۷) سنجش و ارزیابی اثرات حکمروایی خوب شهری بر زیست‌پذیری شهرها (مطالعه موردی: شهر بوشهر)، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۹، شماره ۳۴، صص. ۱-۱۸.
- سجادی، ژیلدا؛ رضویان، محمدتقی؛ حیدری، جهانگیر؛ جمالی، حسین (۱۳۹۷) نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری ساحلی از دیدگاه جامعه میزبان (مطالعه موردی: شهر بوشهر)، نشریه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۹، شماره پیاپی ۳۳، صص. ۱-۱۶.
- سلیمانی، منصور؛ محمدنژاد، علی؛ خدادادی، پروین؛ عطایی، وحید (۱۳۹۴) سنجش رضایتمندی گردشگران از شهر مهاباد با تأکید بر گردشگری خرید، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، سال ۳، شماره ۱۰، صص. ۱۳۹-۱۵۵.
- شوهانی، نادر؛ نیک‌سرشت، مهدی؛ تردست، زهرا؛ مقیمی، مهدی (۱۳۹۷) ارزیابی میزان رضایت گردشگران از محصول گردشگری با استفاده از مدل HOLSAT، مطالعه موردی: استان ایلام، نشریه گردشگری شهری، دوره ۵، شماره ۴، صص. ۸۷-۱۰۴.
- صالحی، صادق؛ قدمی، مصطفی؛ همتی گویمی، زهرا (۱۳۹۱) بررسی رفتارهای محیط زیستی در بین گردشگران ساحلی (مطالعه موردی: گردشگران ساحلی شهر بوشهر در ایام نوروز)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۱، شماره ۱، صص. ۵۸-۳۵.
- مروتی شریف‌آبادی، علی؛ عزیزی، فاطمه؛ جمشیدی، زینت (۱۳۹۵) تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران داخلی استان یزد با استفاده از مدل دیمتل فازی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۱۱، شماره ۳۳، صص. ۸۵-۱۰۴.
- هزارجریبی، جعفر و نجفی، ملک محمد (۱۳۹۱) بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در ایران (با رویکرد جذب گردشگران خارجی)، نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۳، شماره ۳، صص. ۱۳۳-۱۴۶.

References

- Aghaei, Parviz, Razavian, Mohammad Taghi, Saeed Rad, Majid, Khazaei, Mustafa. (2015) Analysis of effective components on satisfaction of tourism destinations studied: Tourists of Qorveh city, Geographical Journal of Tourism Space, Vol. 4, No. 14, pp. 97-114. [In Persian].
- Aliman, Nor Khasimah. & Mohamed Hashim, Shareena. & Mohd Wahid, Siti Dalela. & Harudin, Syahmi. (2016) Tourists' Satisfaction with a Destination: An Investigation on Visitors to Langkawi Island, International Journal of Marketing Studies, Vol. 8, No. 3, pp. 173-188.
- Bahari Meymandi, Seyed Amir Abbas, Daryabari, Seyed Jamaluddin, Bakhshandeh Nusrat, Abbas, Najafi, Abbas. (1397) The role of tourism in the sustainable development of Ramsar, Quarterly Journal of New Attitudes in Human Geography, Vol. 10, No. 2, pp. 156-147. [In Persian].
- Balmukund Mistry, Rajul. (2018) Influence of Destination Attributes Importance to Tourists' Satisfaction - Gujarat Tourism, Amity Journal of Management Research, Vol. 3, Issue. 1, pp.14-26.
- barzegar, S. (2019) Assessing the satisfaction of the quality of the tourist environment (Case

- study: Gorgan city). *urban tourism*, Vol. 5, No. 4, pp. 1-18. [In Persian].
- Bernini, Cristina. & Galli, Federica. (2022) How much does satisfaction affect tourism expenditure during and post recessions?, *Current Issues in Tourism*, Vol. 25, No. 6, pp. 937-954.
- Carvache-Franco, Wilmer. & Carvache-Franco, Mauricio. & Hernández-Lara, Ana Beatriz. (2021) From motivation to segmentation in coastal and marine destinations: a study from the Galapagos Islands, Ecuador, *Current Issues in Tourism*, Vol. 24, Issue. 16, pp. 1-17.
- Ciacchi, Andrea. & Ivaldi, Enrico. & Mangano, Stefania. & Marco Ugolini, Gian. (2021) Environment, logistics and infrastructure: the three dimensions of influence of Italian coastal tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 29, No. 2, pp. 1-25.
- Coghlan. A. (2012) Facilitating reef tourism management through an innovative importance-performance analysis method, *Tourism Management*, Vol. 33, pp.767-775.
- Della Corte, Valentina. & Sciarelli, Mauro. & Cascella, Clelia. & Del Gaudio, Giovanna (2015) Customer satisfaction in tourist destination: The case of tourism offers in the city of Naples, Vol. 4, pp. 39-50.
- Di Vio, Assunta. & López-Ojeda, Ana. & Manrique-de-Lara-Peñate, Casiano. & Trujillo, Lourdes. (2021) The measurement of sustainable behaviour and satisfaction with services in cruise tourism experiences, An empirical analysis, *Research in Transportation Business & Management*, Vol. 41, pp. 1-17.
- Dimitrovski, Darko. & Lemmetyinen, Arja. & Nieminen, Lenita. & Pohjola, Tuomas. (2021) Understanding coastal and marine tourism sustainability-A multi-stakeholder analysis, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 19(100554), pp. 1-12.
- Eghbali, M., Motavi, S., Janbaz Ghobadi, G., Gholami, S. (2021) Investigating the Effect of Social Dimensions of Urban Resilience on Sustainable Tourism Development Case Study: Mahmudabad City, *urban tourism*, Vol. 8, No. 3, pp. 1-16. [In Persian].
- Ghafourian, Samira. & Sadeghzadeh, Milad. (2021) Coastal tourism planning using GIS-based system: the case of Shirud coast, Caspian Sea, Mazandaran, Iran, *Geo Journal*, Vol. 86, No. 2, pp. 1-18.
- Ghosh, Tuhin. (2012) Sustainable Coastal Tourism: Problems and Management Options, *Journal of Geography and Geology*, Vol. 4, No. 1, pp. 163-169.
- Gnanapala, W. K. Athula. (2015) Tourists Perception and Satisfaction: Implications for Destination Management, *American Journal of Marketing Research*, Vol. 1, No. 1, pp. 7-19.
- Golghamat Raad, Nima. (2019) A Strategic Approach to Tourism Development Barriers in Iran, *Journal of Tourism & Hospitality*, Vol. 8, Issue. 3, No. 410, pp.1-8.
- Hezarjaribi, J., Najafi, M. (2012) A Study on the Satisfaction Rate of Foreign Tourists in Iran. *Geography and Environmental Planning*, Vol. 23, No. 3, pp. 133-146. [In Persian].
- jamali, H., Sajadi, J., Razavian, M., heydari, J. (2018) Evaluation Effective Authors on Satisfaction For tourist destinations The Case of coastal Cities of Boushehr province. *urban tourism*, Vol. 5, No. 3, pp. 49-64. [In Persian].
- Kabil, Moaaz. & Priatmoko, Setiawan. & Magda, Róbert. & Dénes Dávid, Lóránt. (2021) Blue Economy and Coastal Tourism: A Comprehensive Visualization Bibliometric Analysis, *Sustainability*, Vol. 13(3650), pp.1-25.
- Morovati sharifabadi, A., Jamshidi, Z. (2016) Analyzing the Factors Affecting the Satisfaction of Domestic Tourists in Yazd Province Using Fuzzy DEMATEL. *Tourism Management Studies*, Vol. 11, No. 33, pp. 85-104. [In Persian].
- Naidoo, Perunjodi. & Ramseook-Munhurrin, Prabha. & Ladsawut, Jeynakshi. (2015) Tourist Satisfaction with MAURITIUS as A Holiday Destination, *Global Journal of Business Research*, Vol. 4, No. 2, pp. 113-123.
- Nguyen Viet, Bang. & Phuc Dang, Huu. & Hai Nguyen, Ho. (2020) Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact, *Cogent Business & Management*, Vol. 7, pp. 1-20.
- Park, Sangkon. & Hahn, Sowon. & Lee, Taehun. & Jun, Minji. (2018) Two factor model of

- consumer satisfaction: International tourism research, *Tourism Management*, Vol. 67, pp. 82-88.
- sajadi, J., Razavian, M., heidari, J., jamali, H. (2018) The Role of Urban Management in Sustainable Development of Coastal Tourism from the Perspective of the Host Society (Case Study of Bushehr City), Vol. 9, No. 33, pp. 1-16. [In Persian].
- Salehi, S., Ghadami, M., Hemmati Gouyomi, Z. (2012) A study of Environmental Behaviors among Coastal Tourists (A case Study of Coastal Tourists in Bushehr City during New Year Holiday). *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol. 1, No. 1, pp. 35-58. [In Persian].
- Shin, Hhye Won. & Fan, Alei. & Lehto, Xinran. (2020) Peer to peer accommodation: A meta analysis of factors affecting customer satisfaction and loyalty, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 23(24), pp. 1-16.
- shohani, N., Niksaresht, M., tardast, Z., moghimi, M. (2019) Assessment of tourist satisfaction from tourism product using HOLSAT model Case Study: Ilam Province. *urban tourism*, Vol. 5, No. 4, pp. 87-104. [In Persian].
- Soleimani, M., Mohammadnejad, A., Khodadadi, P., Ataei, V. (2015) Measuring Tourists' Satisfaction of the Mahabad City with an Emphasis on Shopping Tourism. *IUESA*, Vol. 3, No. 10, pp. 139-155. [In Persian].
- Sukiman, Mohd Fauzi. & Irwana Omar, Shida. & Muhibudin, Masitah. & Yussof, Izatul. & Mohamed, Badaruddin. (2013) Tourist Satisfaction as the Key to Destination Survival in Pahang, *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 91, pp. 78-87.
- Tovmasyan, Gayane. (2019) Assessment of Tourist Satisfaction Index: Evidence from Armenia, *Marketing and Management of Innovations*, Issue. 3, pp. 22-32.
- Vena-Oya, Julio. & Castañeda-García, José Alberto. & Rodríguez-Molina, Miguel Ángel. & Frías-Jamilena, Dolores María. (2021) How do monetary and time spend explain cultural tourist satisfaction?, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 37(100788), pp. 1-8.
- Wang, Jinwei. & Wang, Guoquan. & Zhang, Junjiao. & Wang, Xin. (2021) Interpreting disaster: How interpretation types predict tourist satisfaction and loyalty to dark tourism sites, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 22(100656), pp. 1-12.
- Wong, Macy. (2013) A Study on Traveler Expectation, Motivation and Attitude, *Contemporary Management Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 169-186.
- Ziari, K., Pour Ahmad, A., Hatami nezhad, H., bastin, A. (2018) Assessment of the good urban governance impact on urban livability (Case study: Bushehr City), Vol. 9, No. 34, pp. 1-18. [In Persian].