



University of
Sistan and Baluchestan



Association of Geography
and Planning
of Border Areas of Iran

Analyzing the Environmental Quality of Urban Tourism Attractions and Modeling its Effects on Tourists' Satisfaction (Case Study: Zanjan City)

Mohammadjavad Abbasi^{1✉}, Qamar Abbasi², Maryam Mohammadloo³

1. Ph.D in human geography and Spatial planning Department, Faculty of Earth Sciences. Shahid Beheshti university, Tehran. Iran

✉ E-mail: Mo_Abbasi@sbu.ac.ir

2. Ph.D in Geography and Urban Planning, Research Institute of Humanities and Social Studies, Tehran Branch, and teaching instructor of the Department of Geography, Zanjan University, Iran.

E-mail: Abbasi.ghamar@znu.ac.ir

3. M.A Student of Geography and Tourism Planning, Spatial Planning and Spatial Complexes, Faculty of Social Sciences, Zanjan University, Zanjan, Iran.

E-mail: Maryam.Mohammadlo@znu.ac.ir



How to Cite: Abbasi, M; Abbasi, Q & Mohammadloo, M. (2023). Analyzing the Environmental Quality of Urban Tourism Attractions and Modeling its Effects on Tourists' Satisfaction(Case Study: Zanjan City). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 13 (49), 1-8.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22111/GAII.2023.44296.3080>

Article type:

Research Article

Received:

19/12/2022

Received in revised form:

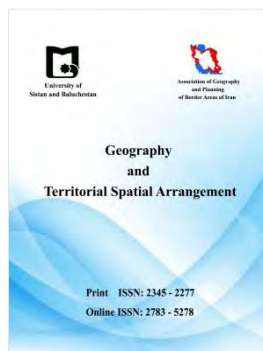
10/05/2023

Accepted:

07/08/2023

Publisher online:

14/10/2023



ABSTRACT

The aim of the current research is to model the environmental quality of tourist attractions on the satisfaction of tourists in Zanjan city. The research method is a descriptive-analytical type that was carried out by a survey method. The statistical population of the research is the tourists of Zanjan city in 2021. In order to determine the number of research samples, due to the unknown number of statistical population, the required number of samples was 350 questionnaires. In order to analyze the data, the statistical test of factor analysis, single-sample T-test was used in EXCEL software, and structural equation modeling (SEM) was used in Amos Graphics software environment. by using the factor analysis test in order to evaluate the environmental quality of tourist attractions in Zanjan city; Seven factors of environmental quality were identified Also, selected indicators on tourist satisfaction were extracted from the model of Akama and Kiti 2003 (a model based on the Seroqual model). The results of the level of satisfaction with the environmental quality of tourist attractions, with the value (2.64) are in an unfavorable situation and below the average level. The correlation coefficient between the latent variables and manifest variables of the measurement model through the second-order structural equations of the environmental quality of tourist attractions shows that the latent factors and variables identified in the research have been able to account for 68% of the variance of the effects of the environmental quality components of tourist attractions on Explain the satisfaction of tourists and the factor of economic and social dynamics has the highest factor load with a relative importance and an influence coefficient of 0.80. The final results of the structural equation model show that the environmental quality of the tourist attractions in the study area has low impact to the extent of 0.31 on the satisfaction of tourists and among the hidden factors of environmental quality; The factor of certain tourism services with an impact factor of 0.83 and the factor of urban public services with 0.80 had the highest role and relative importance which indicates the predominance of physical programs and 5-year economic-social development programs of the country regarding the environmental quality of tourist attractions. Achieving the desired situation requires the development of specific criteria in the area of Zanjan tourist attractions, the scope of intervention and the design of nearby buildings according to specific criteria with the coordination and participation of all relevant ministries and institutions with sufficient legal and executive requirements.

Keywords:

Urban tourism, Structural equations modeling, Tourist satisfaction, Akama and Kieti satisfaction model, Zanjan city.



© the Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

Extended Abstract

Introduction

Today, the environmental quality of tourist attractions and tourists' satisfaction is an important indicator to understand their intention to return and recommend the destination to others. Evaluating the environmental quality of the tourism destination effectively helps the stakeholders on how to improve the destinations and better adapt them to the needs of tourists; The current study aims to evaluate the environmental quality of tourist attractions in the four areas of the city and model the effects on tourists' satisfaction and seeks answers to the following questions:

1. What are the main effective factors in determining the environmental quality of tourist attractions in Zanjan?
2. What is the level of satisfaction of tourists with the environmental quality of tourist attractions in the studied area?
3. Is there a significant relationship between the environmental quality of tourist attractions in the study area and the level of satisfaction of tourists?

Study Area

As one of the oldest cities in Iran, Zanjan city is located at 36 degrees north latitude and 48 degrees east longitude. In terms of climate, it is considered as one of the dry and cold regions, and in terms of population, according to the latest official census data of Iran Statistics Center in 2015, its population is 430,871 people, and it has many historical, cultural, economic and recreational tourism attractions.

Material and Methods

The present study is a descriptive-analytical type that was carried out by a survey method. Data collection is done by two documentary and field methods with questionnaire collection tool. The statistical population of the current research is the urban tourists of the study area in 2021 who traveled to Zanjan city. Therefore, in this research, according to 7 indicators and 35 selected items of the environmental quality of attractions, 350 tourists have been selected as the statistical population. also; Selected indicators on tourist satisfaction, which include 6 indicators and 28 items of the Akama and kieti model, were extracted and selected. in order to analyze the data; The factor analysis test was used and to measure tourists' satisfaction with environmental quality One-sample T-test was used and structural equation modeling was used in Amos Graphics software to model the effects of environmental quality of attractions in the study area on tourists' satisfaction.

Result and Discussion

The findings show; The seven identified factors have been able to explain 68% of the variance of the effects of environmental quality components of tourist attractions on tourists' satisfaction. In order to calculate the desirability of the degree of satisfaction with the environmental quality of tourist attractions, using a one-sample T-test, showed that the calculated mean (with a value of 2.64) It is lower than average. Based on this, it can be claimed that the environmental quality of tourist attractions in Zanjan city is in an unfavorable situation from the point of view of tourists' satisfaction. In general, by removing the effects of measurement error in the structural equations approach, the effectiveness coefficient of environmental quality measurement of seven components; "Dynamics of economic and social interactions with relative importance 0.80, specific tourism services 0.76 and urban public services 0.76, urban environment 0.68, accessibility 0.60, visual quality of the environment 0.59 and readability with the lowest coefficient The influence and relative importance of 0.22" has been obtained. Referring to standard estimates, critical ratios and significance levels also shows that all these standard estimates are significant. The findings of the research indicate that the environmental quality of the tourist attractions in the studied area has a negligible effect with a coefficient of 0.14 on the satisfaction of tourists, and among the hidden factors of environmental quality; The variable of specific tourism services has played the most role with 0.83 and the urban public service factor is in the second place with an impact factor of 0.80.

Conclusion

Spatial analysis showed that the tourist attractions of Zanjan city are mostly located in District 1 and the center of the city, but the tourist accommodation centers in the studied area show a random spatial distribution pattern due to the construction of new residences in the northern and eastern sides of the city. Measuring the effects of environmental quality components of tourist destinations on tourists' satisfaction showed that research criteria and indicators have the

ability to explain the effects of environmental quality components of tourist attractions on tourists' satisfaction. also; In the discussion of tourists' satisfaction with the environmental quality of tourist attractions, the results showed that the satisfaction of tourists with the environmental quality items of tourist attractions in the studied area is not favorable with a numerical average lower than the average (2.64). Finally, by modeling the effects of the environmental quality components of tourist attractions on tourists' satisfaction, it was determined that the model has a suitable fit and explanatory power, which revealed that in general; Environmental quality variables of tourist attractions in the studied area have a relative importance of 0.31 on the satisfaction of tourists, which shows the poor situation. Among these variables, the effective location of environmental quality in tourist satisfaction; The factor of certain tourism services with the effect of 0.83 and the factor of urban public services with the effect of 0.80 have the highest effect.

Key words: Urban tourism, Structural equations modeling, Tourist satisfaction, Akama and Kieti satisfaction model, Zanjan city.

References

- Adnan, S. F., & Omar, S. I. (2021). Assessing the tourists satisfaction of adventure lodges: a case study of Tadom Hill Resorts, Malaysia. *Journal of Ecotourism*, 1-16.
https://sppl.ui.ac.ir/article_26493_cfebfde185e07154fc8c124296b6443.pdf
- Akama, John S., & Kieti, Damiannah Mukethe. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: a case study of Tsavo West National Park. *Tourism management*, 24 (1), 73-81.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00044-4)
- Akbarian Ronizi, S. R., & Shaykh-Baygloo, R. (2015). Assessment of Environment quality of Villages' tourism Case: Asara County. *Journal of Rural Research*, 6(2), 433-457. (In Persian).
<https://doi.org/10.22059/jrur.2015.54916>
- Ali, Muhammad., & Raza, Syed Ali. (2017). Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28 (5-6), 559-577.
<https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1100517>
- Alimardani, M., Mehdinejad, J., & Afhami, T. (2016). The Qualitative Growth of Urban Space to Enhance Social Interaction (Case study: Ahmad Abad, Street, Mashhad). *Journal of Applied Arts*, 04(7), 5-14. (In Persian).
<https://doi.org/10.22075/aaj.2016.2594>
- Alizadeh, A. (2016). Evaluation of tourists' satisfaction with the experience of traveling to Golestan province. Master's Thesis of Tourism Planning and Development Management, Hakim Jurjani Institute of Higher Education. (In Persian).
- Azadeh, S. R., & varesi, H. (2019). Analysis on the Quality of Urban Tourism Spaces in the Yazd City in Order to Urban Tourism Development. *urban tourism*, 6(3), 41-57. (In Persian).
<https://doi.org/10.22059/jut.2019.242274.389>
- Barzegar, S. (2019). Assessing the satisfaction of the quality of the tourist environment (Case study: Gorgan city). *urban tourism*, 5(4), 1-18. (In Persian).
<https://doi.org/10.22059/jut.2019.268238.553>
- Bently, E. Y., Alcock, A., Murrain, P., McGlynn, S and Smith, G. (2013). Responsive environments. Translated by Mustafa Behzadfar, Tehran: University of Science and Technology Publications. (In Persian)
- Blazeska, Daliborka., Ace, Milenkovski., & Sashko, Gramatnikovski. (2015). The quality of the tourist destinations a key factor for increasing their attractiveness. *UTMS Journal of Economics*, 6 (2), 341-353.
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/146368/1/85783861X.pdf>

Boit, Joanne Chebet. (2013). The role of destination attributes and visitor satisfaction on tourist repeat visit intentions to Lake Nakuru National Park, Kenya. Western Illinois University.

<https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=nerr>

Butnaru, Gina Ionela., Ștefănică, Mirela., & Maxim, George Marius. (2014). Alternative method of quality evaluation in tourism. Case study applied in tourist accommodation units. *Procedia Economics and Finance*, 15, 671-678.

[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00538-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00538-3)

Cai, G., Xu, L., & Gao, W. (2021). The green B&B promotion strategies for tourist loyalty: Surveying the restart of Chinese national holiday travel after COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102704.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102704>

Carmona, M. (2021). *Public places urban spaces: The dimensions of urban design*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781315158457>

Chen, Ching-Fu., & Chen, Fu-Shian. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31 (1), 29-35.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>

Corneliu, Iatu., & Bulai, Mihai. (2011). New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*, 5(2), 165-174.

<https://www.researchgate.net/publication/283360314>

Di Betta, Paolo., & Amenta, Carlo. (2013). Environmental quality and entrepreneurial activity in rural tourism in Italy. *Journal of Management and Sustainability*, 3 (1), 33-44.

<https://www.unipa.it/persone/docenti/d/paolo.dibetta/.content/documenti/2012-Rural-Tourism-Di-Betta-Amenta-10.5539jms.v3n1p33.pdf>

Djeri, Lukrecija., Stamenković, Predrag., Blešić, Ivana., Milićević, Snežana., & Ivkov, Milan. (2018). An importance-performance analysis of destination competitiveness factors: case of Jablanica district in Serbia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31 (1), 811-826.

<https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1456351>

Dmitrović, Tanja., Knežević Cvelbar, Ljubica., Kolar, Tomaž., Makovec Brenčič, Maja., Ograjenšek, Irena., & Žabkar, Vesna. (2009). Conceptualizing tourist satisfaction at the destination level. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 116-126.

<https://doi.org/10.1108/17506180910962122>

Ebrahimian, E., Sarvari, H., Seghatol-Islami, A. E. (2016). The role of urban tourism in improving the environmental quality of urban spaces. 5th international Congress on civil engineering, architecture and urban development, Shahid Beheshti University, Tehran. (*In Persian*).

<https://civilica.com/doc/735446>

Ghanbari, S., Fatahi, A., & Nasiri, K. (2019). Measurement tourists' satisfaction of the quality of tourism services using the model Kano - SERVQUAL), Case Study: Papi Villages, KhoramAbad Township, Province Lorestan. *Geographical Planning of Space*, 9 (33), 115-130. (*In Persian*).

<https://doi.org/10.30488/gps.2019.91876>

Golkar, K. (2001). Components of urban design quality. *Soffeh*, 11 (32), 38-65. (*In Persian*).

<https://www.sid.ir/paper/94234/en>

- Golkar, K. (2008). Conceptual Evolution of Urban Visual Environment; From Cosmetic Approach Through to Sustainable Approach. *Environmental Sciences*, 5 (4), 95. (*In Persian*).
https://envs.sbu.ac.ir/article_96898_80bed0857e05e44c43fc0fc9950ae79b.pdf
- Golkar, K. (2011). *Creating a sustainable place: Reflections on the theory of urban design*. First Edition. Tehran: Shahid Beheshti University Publications. (*In Persian*)
- Guan, H., & Guo, X. (2022). Coupling Coordination Analysis of Urban Tourism Environment Quality and the Tourism Economy: A Case Study of Nanjing City. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022.
<https://doi.org/10.1155/2022/9518122>
- Guimarães, Pedro Porfírio Coutinho. (2017). An evaluation of urban regeneration: The effectiveness of a retail-led project in Lisbon. *Urban Research & Practice*, 10 (3), 350-366.
<https://doi.org/10.1080/17535069.2016.1224375>
- Haykal, Hamid Turki., & Abdullah, Sakar Yousif. (2018). Influence of street design characteristics on walkability: Case studies of two neighborhoods in Erbil. *Zanco Journal of Pure and Applied Sciences*, 30 (3), 44-55.
<https://doi.org/10.21271/ZJPAS.2018.30.3.6>
- Herzog, Thomas R. (1992). A cognitive analysis of preference for urban spaces. *Journal of environmental psychology*, 12 (3), 237-248.
[https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80138-0](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80138-0)
- Hesam, M., Baghiani, H. R., & Cheraghi, M. (2018). An Assessment of the Environmental Quality of Rural Tourism Destinations (Case Study: Ghalehroodkhan Tourism Area). *Journal of Research and Rural Planning*, 6(4), 223-241. (*In Persian*).
<https://doi.org/10.22067/jrrp.v6i4.63274>
- Hoseyni, M. H., & sazvar, A. (2012). Improvement of the quality of Yazd's tourism services, from foreign tourists' viewpoints. *Tourism Management Studies*, 6(16), 116-142. (*In Persian*).
<https://doi.org/10.22054/tms.2012.5093>
- Karami, F. and Zeynali, B. (2015) .The Quality of Destination Tourism Product, Tourist Satisfaction and Future Behavioral Tendencies of Tourists: The Case of El-Gölü Park in Tabriz. *Geographic space*, 15 (51), 97-119. (*In Persian*).
<http://geographical-space.iau-ahar.ac.ir/article-1-2007-en.html>
- Karroobi, M., Ebrahimi, M., & Ghasempoor, F. (2014). Exploring the relationship between Customer satisfaction and customer loyalty in hotel industry Case study of 4 and 5 star hotels of Shiraz. *urban tourism*, 1(1), 97-112. (*In Persian*).
<https://doi.org/10.22059/jut.2014.53158>
- Kline, P. (2014). *An easy guide to factor analysis*. Translate by: Asghar Minaei; Seyyed Jalal Sadr al-Sadat, fourth edition. Tehran: Samt Publications. (*In Persian*).
- Lynch, K. (2004). *City Shape Theory*, translated by Seyyed Hossein Bahrayni, third edition, Tehran: Tehran University Publications. (*In Persian*)
- Marcussen, Carl H. (2011). Determinants of tourist satisfaction and intention to return. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59 (2). 203-221.
<https://hrcak.srce.hr/file/105712>
- Mohammadi, A., Abbasi, M., & Nouri, A. (2023). Assessing and ranking the environmental quality of tourist attractions, Case study: Ardabil city. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 18(1), 125-138. (*In Persian*).

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.25385968.1402.18.1.9.6>

Motiei Langeroudi, S. H., Ferdowsi, S., & Shahmohammadi, H. R. (2017). Explain the effects of tourists' Satisfaction in nautical tourism marketing (Case Study: Coastal areas of Golestan province). *Regional Planning*, 7 (26), 41-54. (In Persian).

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.22516735.1396.7.26.4.9>

Nasiri hendehkaleh, E., & ganji, N. (2018). Measuring the satisfaction of tourists from the quality of urban services using the Kano model (A case study of Nahj-ol-Balagheh Tehran garden. *urban tourism*, 5(2), 121-134. (In Persian).

<https://doi.org/10.22059/jut.2018.240228.373>

Neal, Janet D., & Gursoy, Dogan. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47 (1), 53-62.

<https://doi.org/10.1177/0047287507312434>

Osti, Linda., Disegna, Marta., & Brida, Juan Gabriel. (2012). Repeat visits and intentions to revisit a sporting event and its nearby destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 18 (1), 31-42.

<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1356766711428803>

Pearce, D (1998). *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Harlow, Essex: Longman. 54 (2), 55-56.

Pereira, Helia Goncalves., Salgueiro, Maria de Fátima., & Rita, Paulo. (2016). Online purchase determinants of loyalty: The mediating effect of satisfaction in tourism. *Journal of Retailing and consumer Services*, 30, 279-291.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.003>

Project for Public Spaces Organization. (2020).

www.pps.org

Rafiyan, M., Taqvayi, A. A., Khademi, M. and Alipur, R. (2011). A comparative study of quality measurement approaches in the design of urban public spaces. *Journal of Iranian Architecture & Urbanism (JIAU)*, Spring and Summer 2013, 3 (1), 43-35. (In Persian).

<https://doi.org/10.30475/isau.2013.61953>

Ritchie, Brent J. R., & Crouch, Geoffrey I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública, Set. /out. 2010*, 44 (5), 1049-1066.

<https://doi.org/10.1590/S0034-76122010000500003>

Sheikhi, A., & Kowsari, M. (2022). Attraction and Repulsion Factors of Tourism Destinations with Emphasis on Inbound French Cultural Tourists' Experiences in Iran. *Spatial Planning*, 12(1), 17-32. (In Persian).

<https://doi.org/10.22108/spl.2022.132089.1632>

Siddiqui, Roomana N., & Pandey, Janak. (2003). Coping with environmental stressors by urban slum dwellers. *Environment and Behavior*, 35 (5), 589-604.

<https://doi.org/10.1177/0013916503254748>

Sojasi Qidari, H, and Sadeghloo, T. (2016). Analyzing the Role of Environmental Quality in Tourist Attraction to Rural Touristic Destinations (Case Study: Touristic Rural of Small lavasan Rural District), *Geographical Researches*, 31 (2), 32-49. (In Persian).

<http://georesearch.ir/article-1-53-en.html>

Sukiman, Mohd. Fauzi., Omar, Shida. Irwana., Muhibudin, Masitah., Yussof, Izatul., & Mohamed, Badaruddin. (2013). Tourist Satisfaction as the Key to Destination Survival in Pahang. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 91, 78-87.

[doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.404](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.404)

Yuan, Jianqiong., Deng, Jinyang., Pierskalla, Chad., & King, Brian. (2018). Urban tourism attributes and overall satisfaction: An asymmetric impact-performance analysis. *Urban Forestry & Urban Greening*, 30, 169-181.

<https://doi.org/10.1016/j.ufug.2018.02.006>

Zhang, Y., Haseeb, M., Hossain, M. E., Hu, M., & Li, Z. (2023). Study on the coupling and coordination degree between urban tourism development and habitat environment in the Yangtze River Delta in China. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(6), 14805-14820.

<https://doi.org/10.1007/s11356-022-23135-0>

Zhang, Z., Fisher, T., & Wang, H. (2023). Walk Score, Environmental Quality and Walking in a Campus Setting. *Land*, 12(4), 732.

Zhong, Linsheng., Deng, Jinyang., Song, Zengwen., Ding, Peiyi. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of Environmental Management*, 92, 2972-2983.

<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.07.011>





تحلیل کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری و مدل‌سازی اثرات آن بر رضایتمندی گردشگران؛ (نمونه موردی: شهر زنجان)

محمدجواد عباسی^{۱*}، قمر عباسی^۲، مریم محمدلو^۳

مقاله پژوهشی

جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای
 زمستان ۱۴۰۲، سال ۱۳، شماره ۴۹
 تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸
 تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۲/۲۰
 تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۱۶
 صفحات: ۱-۳۲

چکیده

هدف تحقیق حاضر، مدل‌سازی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران شهر زنجان است. روش تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی است که به روش پیمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش گردشگران سال ۱۴۰۰ شهر زنجان است. تعداد نمونه لازم ۳۵۰ نفر و به منظور تحلیل داده‌ها از آزمون آماری تحلیل عاملی و T تک‌نمونه‌ای در نرم‌افزار EXCEL و از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) در محیط نرم‌افزار Amos Graphics استفاده شد. در گام اول با روش تحلیل عاملی؛ هفت عامل، به‌عنوان عوامل مؤثر کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدوده مورد مطالعه؛ همچنین، شاخص‌های انتخابی درباره رضایتمندی گردشگر از مدل آکاما و کیتی ۲۰۰۳ (مدلی بر مبنای مدل سروکوال) استخراج شد. نتایج نشان می‌دهد که میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری، با مقدار (۲/۶۴) کمتر از حد متوسط است. همچنین عوامل و متغیرهای مکنون شناسایی شده مطرح شده در پژوهش توانسته‌اند ۶۸ درصد واریانس اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین کنند که عامل پویایی اقتصادی و اجتماعی با اهمیت نسبی و ضریب تأثیر ۰/۸۰ دارای بیشترین بار عاملی است. نتایج نهایی مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد که کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدوده مورد مطالعه در وضع موجود تأثیر کم به میزان ۰/۳۱ بر رضایتمندی گردشگران دارند و از میان عامل‌های پنهان کیفیت محیطی؛ عامل خدمات معین گردشگری با ضریب تأثیر ۰/۸۳ و عامل خدمات عمومی شهری با ۰/۸۰ بیشترین نقش و اهمیت نسبی را داشته‌اند که نشانگر غلبه نگاه بخشی‌نگر برنامه‌های کالبدی و برنامه‌های توسعه اقتصادی-اجتماعی ۵ ساله کشور در بحث کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری است. رسیدن به وضعیت مطلوب نیازمند نگاه آمایش‌محور با تدوین ضوابط اختصاصی در حریم جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان و طراحی بناهای مجاور مطابق ضوابط اختصاصی گردشگری با هماهنگی و مشارکت همه وزارتخانه‌ها و نهادهای ذی‌مدخل با الزامات قانونی و اجرایی کافی است.



واژه‌های کلیدی:
 گردشگری شهری، رضایتمندی
 گردشگر، مدل‌سازی معادلات
 ساختاری، مدل رضایت آکاما و
 کیتی، شهر زنجان.

مقدمه

در جهان کنونی بین کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری و رضایت گردشگران تعاملی پیچیده وجود دارد و شاخصی مهم برای توسعه پایدار گردشگری است که به نوبه خود بر بازگشت و پیشنهاد مقصد به دیگران تأثیر دارد (Guan & Guo, 2022: 1). رضایت گردشگران به‌طور عمده بیانگر رابطه بین انتظارات گردشگران (Pereira et al, 2016: 279) و عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگران را برای مقاصد گردشگری خاص، مانند رضایت، تجربه، قصد بازدید و تصویر مقصد، در میان دیگران در نظر گرفته‌اند (Cai et al, 2021: 65). ارزیابی کیفیت محیطی گردشگری مقصد به ذی‌نفعان،

۱- دکتری تخصصی، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Mo_Abbasi@sbu.ac.ir
 ۲- دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی، جهاد دانشگاهی واحد تهران و مربی آموزشی گروه جغرافیای دانشگاه زنجان، ایران. Abbasi.ghamar@znu.ac.ir
 ۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری گرایش برنامه‌ریزی فضایی و مجتمع‌های فضایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. Maryam.Mohammadlo@znu.ac.ir

درباره نحوه بهتر شدن مقاصد و انطباق بهتر آن‌ها با نیازهای گردشگران کمک مؤثری می‌کند (Ali & Raza, 2017: 561) در نتیجه به تواناسازی نقاط قوت مقاصد، رفع ضعف و عوامل بحرانی؛ از دیدگاه گردشگران شناسایی و به مقاصد گردشگری برای بهبود کیفیت محصولات/خدمات مورد علاقه گردشگران و افزایش رقابت بین مقاصد با تدوین استراتژی‌های عملیاتی کمک می‌کند (Dmitrović et al, 2009: 163). به هر میزان رضایت گردشگر و توقعات و انتظارات گردشگران تأمین شود به همان میزان جذب گردشگر و توسعه آن را منجر می‌شود (Djeri et al, 2018: 11). شناسایی عوامل مؤثر بر میزان رضایتمندی گردشگران تأثیر بسزایی دارد. شاخص رضایت با توجه به نقش عوامل رانشی و کششی تغییر می‌کند و میل بازگشت مجدد به مقصد و از آن مهم‌تر تمایل به اشتراک‌گذاری تجارب سفر را به دنبال می‌آورد. گردشگران سفر کرده، قابل‌اعتمادترین و پرنفوذترین منبع اطلاعاتی برای گردشگران بالقوه محسوب می‌شوند (Adnan & Omar, 2021)؛ بنابراین ارزیابی سطح رضایت گردشگران و دستیابی به شاخصی ضروری است که بتواند عوامل مؤثر را بر رضایت گردشگران و نتایج حاصل از آن شناسایی کند. وجود چنین شاخصی احتمال دارد تصمیم‌گیران و ذی‌نفعان گردشگری را از عملکرد خدمات در این صنعت آگاه کند (شیخی و کوثری، ۱۴۰۱: ۱۸).

در کشور ایران نیز توسعه گردشگری همگام با تحولات جهانی، توجه به معیارهای کیفیت محیطی جاذبه‌ها و مقاصد کشور در جهت رضایت گردشگران ضرورت دارد. در بحث کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری کشور به هر میزان که رضایت گردشگر و توقعات و انتظارات هنجارمند آنان تأمین شود؛ به همان میزان احتمال تکرار آن در آینده بیشتر و جاذب گردشگر و توسعه گردشگری در شهرهای ایران محقق خواهد شد. شهر زنجان نیز با دارا بودن جاذبه‌های گردشگری متعدد و پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی که همواره یکی از مقاصد گردشگری کشور است که در این شهر رضایت گردشگران شاخصی قوی برای پی‌بردن به قصد آنان برای بازگشت و پیشنهاد این مقصد به دیگران است؛ بنابراین شناسایی شاخص‌ها و ارزیابی سطح رضایت گردشگران و دستیابی به شاخصی که بتواند عوامل مؤثر محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایت گردشگران و نتایج حاصل از آن را شناسایی کند، ضروری است. وجود چنین شاخصی می‌تواند تصمیم‌سازان و ذی‌نفعان گردشگری را از نحوه ارتقای رقابت‌پذیری و عملکرد مطلوب در این صنعت آگاه سازد. از آنجایی که ارزیابی وضعیت کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و شناخت الگوی رفتاری گردشگران در ارتباط با پراکنش فضایی اماکن جاذب شهرها، اخیراً در بین جغرافیدانان رفتاری-فضایی با پیشرفت روش‌های آماری و رایانه‌ای و استفاده از شاخص‌های مختلف رشد چشم‌گیری داشته است؛ بدین منظور پژوهش حاضر درصدد ارزیابی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری در مناطق چهارگانه شهر و مدل‌سازی اثرات بر رضایتمندی گردشگران و به دنبال پاسخ به سؤالات پیش‌رو است:

- ✎ عوامل اصلی مؤثر بر تعیین وضعیت کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان کدامند؟
- ✎ میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدوده مورد مطالعه در چه سطحی است؟
- ✎ آیا بین کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدوده مورد مطالعه و میزان رضایتمندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد؟

ادبیات موضوع

کیفیت محیطی عبارت است از شرایط اجتماعی، فرهنگی و کالبدی محیط شهری که نشان‌دهنده میزان رضایت یا عدم رضایت شهروندان از محیط شهری. نگرش‌های سنتی برای ارزیابی کیفیت، مشخصه‌های کالا یا خدمت را معیار

کیفیت تعریف می‌کردند، اما در نگرش جدید مدیریتی، کیفیت به‌عنوان رضایتمندی و خواسته مشتری تعریف شده است (حسینی و سازور، ۱۳۹۰: ۱۲۲). در این زمینه، مشتریان یا دریافت‌کنندگان خدمت، کیفیت خدمت را با مقایسه انتظارات و ادراک خود از خدمات دریافت‌شده ارزیابی می‌کنند. رضایت گردشگر باعث می‌شود تا این احساس رضایت در تمایل آنان به بازگشت و تداوم مسافرت به مقصد، از یک‌سو و تشویق و ترغیب دوستان و آشنایان به دیدار از شهر مقصد مؤثر واقع شود (نصیری هنده‌خاله و گنجی، ۱۳۹۷: ۱۲۳). کیفیت محیط گردشگری عوامل مختلفی را دربرمی‌گیرد که تاکنون محققان درباره آن‌ها به اجماع نرسیده‌اند. به‌طور کلی، محیط گردشگری به یک سیستم ترکیبی اطلاق می‌شود که بر فعالیت‌های گردشگری متمرکز است، شامل مقاصد گردشگری و مقاصد حامی گردشگری (اما عمدتاً مقاصد گردشگری) و متشکل از محیط‌زیست بوم‌شناختی طبیعی و همچنین محیط فرهنگی و اجتماعی است (Carmona, 2021: 63). چنانچه، استقرار کاربری‌های متنوع و تنوع فعالیتی و نورپردازی مناسب امکان هرچه بیشتر گروه‌های مختلف اجتماعی را می‌افزاید (شیخی و رضایی، ۱۳۹۶: ۹۵). همچنین مروری بر دیدگاه‌های صاحب‌نظران این مقوله نشان می‌دهد که پویایی اقتصادی و تعاملات اجتماعی (Ritchie & Crouch, 2010: 1052)، دسترسی (آسان، ایمنی معابر و پیاده‌مداری)، محیط‌زیست شهری (Fisher et al., 2023: 732) کیفیت بصری محیط، خوانایی (یکپارچگی و هویت در کالبد شهر)، خدمات معین گردشگری (Corneliu and Mihai, 2011: 93) و خدمات عمومی شهری (Zhang et al., 2023: 14807)، از عوامل اصلی و مؤثر بر ارتقای کیفیت محیطی جاذبه‌های مقاصد گردشگری هستند؛ بنابراین می‌توان اذعان کرد که کیفیت محیطی جاذبه‌ها و نوع فعالیت‌های گردشگری هستند که گردشگران را به بازدید از یک کشور یا منطقه ترغیب می‌کند؛ از این‌رو در ادامه به واکاوی دو مفهوم کیفیت محیطی فضا و رضایتمندی گردشگر پرداخته می‌شود:

کیفیت محیطی فضا: کیفیت محیطی یک مفهوم چندبعدی است که با مفاهیمی همچون کیفیت زندگی، کیفیت مکان، ادراک و رضایتمندی و قابلیت زندگی اشتراکاتی دارد (Butnaru et al, 2014: 671). کیفیت محیطی در مقاصد گردشگری مجموعه‌ای از عناصر و متغیرها شامل: کیفیت بصری، کیفیت محیطی، کیفیت ساختاری و عملکردی، پویایی محیط، کیفیت بافت و حمل‌ونقل، کیفیت محیط اجتماعی و کیفیت جاذبه‌های گردشگری است (Zhong et al, 2011: 2973). رضایتمندی گردشگر: اصطلاح رضایت از سفر به‌طور عمومی به‌عنوان یک ابزار ارزیابی، برای ارزیابی تجربیات سفر، محصول و خدماتی که در مقصد اطلاق می‌شود (Osti et al 2012a, : 34). افزایش رضایت گردشگران یکی از توابع عملکردهای اولیه مقاصد گردشگری بوده و یک پیش‌نیاز برای توسعه راهبرد منجر به بهبود، جذابیت و موقعیت رقابتی مقاصد گردشگری است (Dmitrović et al, 2009: 118). درک درست از رضایت گردشگران، برای ارزیابی عملکرد مقاصد، بهبود محصولات و خدمات ارائه‌شده، ارتقای دسترسی مؤثر به بازارهای هدف، به‌دست آوردن تصویر بهتر از مقاصد و بازدید مجدد یا تکرار مراجعه و همچنین توصیه مقاصد به سایر گردشگران ضرورت دارد (Marcussen, 2011: 206). به عقیده نیل و گورسوی^۱ (۲۰۰۸) رضایت از مصرف کالاها و خدمات گردشگری عمدتاً در سه مرحله مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد: الف- رضایت از خدمات قبل از سفر؛ ب- رضایت از خدمات ارائه‌شده در مقاصد گردشگری؛ ج- رضایت از خدمات ارائه‌شده در مسیر حمل‌ونقل؛ بنابراین، رضایت گردشگران به‌عنوان تابع انتظارات پیش از بازدید و تجربه پس از بازدید تعریف می‌شود که بیانگر رابطه مفهومی تصور ذهنی گردشگر درباره مقاصد و میزان رضایتمندی او از مقاصد است (Chen and Chen, 2010: 34). با توجه به موارد مطرح‌شده، می‌توان

یکی از مطالعات موجود در زمینه رضایتمندی گردشگران؛ مطالعه خوونگ و لوان^۱ (۲۰۱۴) است که شاخص‌های رضایتمندی گردشگری را به شرح زیر ارائه کرده است:

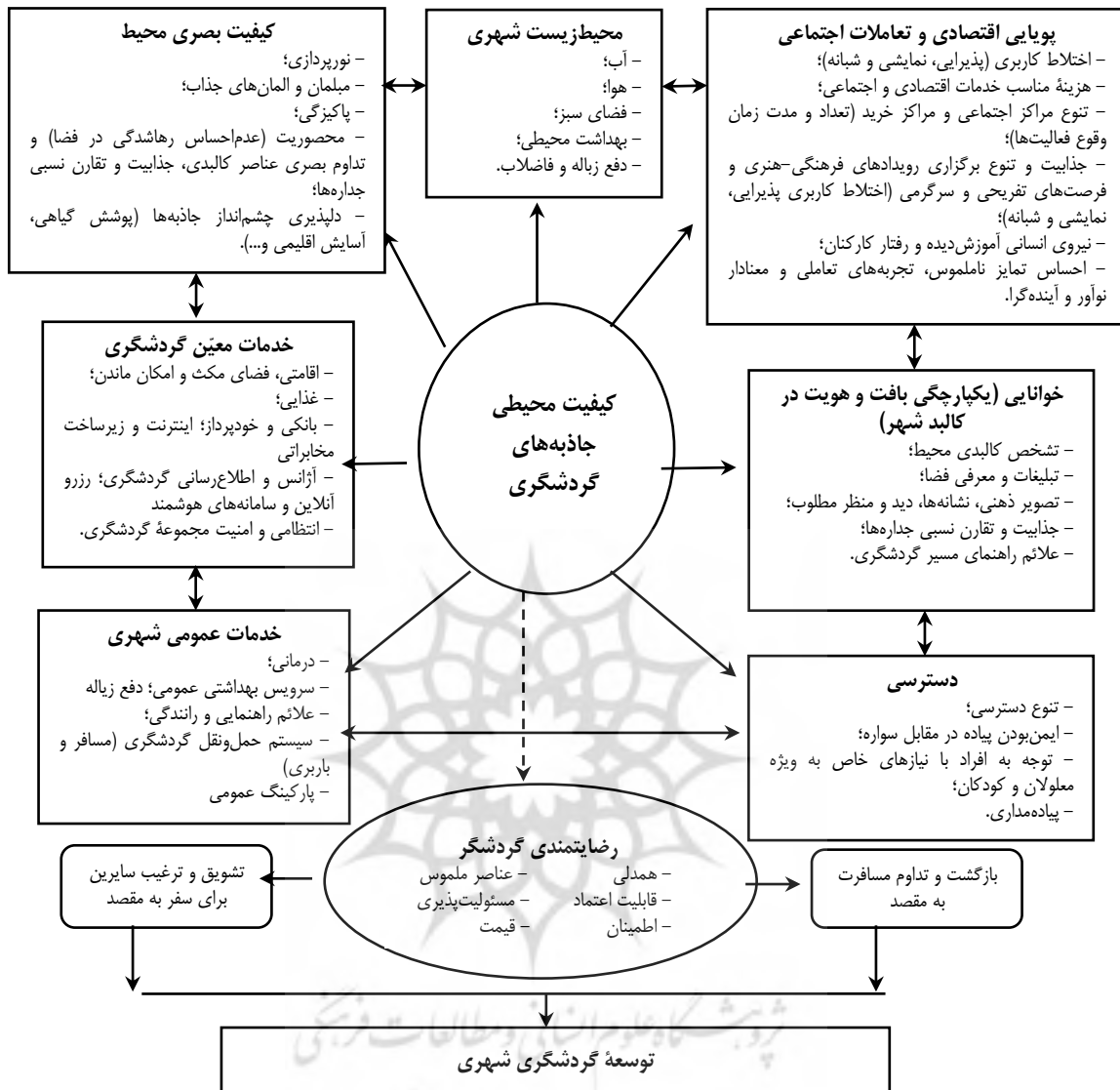
- ✓ محیط طبیعی: (آب‌وهوا، توپوگرافی، پوشش گیاهی، تنوع جاذبه‌های طبیعی و...)
 - ✓ محیط اجتماعی: (روابط اجتماعی، تعامل جامعه محلی و دولت در زمینه زیرساخت، فرهنگ، مذهب و...)
 - ✓ قیمت: (هزینه استفاده از جاذبه‌ها، خدمات و...)
 - ✓ فعالیت‌های تفریحی: (سرگرمی و اوقات فراغت)
 - ✓ دسترسی به خدمات: (مقرون به صرفه بودن، راحتی حمل و نقل، اطلاعات، توزیع جغرافیایی فعالیت‌ها و مقاصد گردشگری).
- آکاما و کیتی^۲ (۲۰۰۳) نیز برای بررسی رضایت گردشگران از مدلی استفاده کرده که شاخص‌های متعددی از جمله عناصر ملموس، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان و قیمت را بررسی می‌کنند. این مدل برگرفته از «مدل سروکوال پاراسورمان»^۳ است. آکاما و کیتی در این مدل علاوه بر به کارگیری پنج شاخص رضایتمندی سروکوال (عناصر ملموس، اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان و همدلی) به این نتیجه رسیدند که قیمت و ارزش ادراک شده نیز جزو شاخص‌های مهم در سنجش رضایت گردشگر محسوب می‌شود. آکاما و کیتی در این مدل، گزاره‌های عملکرد را با در نظر گرفتن شش بُعد، اندازه‌گیری می‌کنند:
- عناصر ملموس: جذابیت‌های بصری، مرکز اطلاعات، تجهیزات مدرن بازدید، سیستم‌های حمل و نقل، ظاهر کارکنان؛
 - قابلیت اعتماد: اطلاعات سریع و به روز، فراهم کردن خدمات در زمان وعده داده شده، اهمیت دادن به خواسته مشتری؛
 - مسئولیت‌پذیری: علاقه به کمک به گردشگر، پاسخگویی به سؤالات و اطلاع‌رسانی به گردشگران؛
 - اطمینان: مکان‌های تفریحی امن، داشتن دانش در جهت پاسخگویی به سؤالات گردشگران؛
 - همدلی: ساعات بازگشایی مناسب، داشتن توجه شخصی به گردشگران، درک نیازهای خاص گردشگران؛
 - قیمت و ارزش ادراک شده: قیمت‌گذاری مسئولانه، امکانات پذیرایی و اقامت ارزان قیمت (شکل ۱).



شکل ۱. مدل رضایت گردشگر آکاما و کیتی (۲۰۰۳)

(منبع: آکاما و کیتی، ۲۰۰۳: ۷۶)

در نهایت، با توجه به ادبیات نظری پژوهش و شاخص‌های مورد مطالعه، مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل ۲ ارائه می‌شود:



شکل ۲. مدل مفهومی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی گردشگران؛

(منبع: یافته‌های پژوهش حاضر با استفاده از منابع در دسترس و ادبیات نظری پژوهش (۱۴۰۱))

پیشینه پژوهش

ادبیات مربوط به کیفیت در گردشگری و تفریحات، به اوایل دهه ۱۹۶۰ میلادی بازمی‌گردد و بعد از دهه ۱۹۸۰، بحث کیفیت محیطی، زیرساخت و تسهیلات گردشگری در رضایت گردشگران از موضوعات مهم پژوهش گردشگری بوده است (Pearce, 1998: 55). از صاحب‌نظرانی که در زمینه معیارها و اصول کیفیت‌های محیط و فضا، مطالعاتی را انجام داده‌اند که می‌توان به ایان بنتلی^۱، جین جیکوبز^۲، متیو کرمونا^۳ و کوین لینچ^۴ اشاره کرد (جدول ۱).

جدول ۱. معیارها و اصول کیفیت‌های فضایی از دیدگاه صاحب‌نظران

1. Bentley Ian
2. Jane Jacobs
3. Matthew Carmona
4. Kevin Andrew Lynch

نظریه پرداز	اصول پیشنهادی	مأخذ
ایان بنتلی	نفوذپذیری / خوانایی / گوناگونی / انعطاف پذیری / تناسب بصری / غنای حسی / رنگ تعلق	بنتلی و همکاران، ۱۳۸۶
جین جیکوبز	ملحوظ داشتن فعالیت‌های مناسب پیش از توجه به نظم بصری / نفوذپذیری / استفاده از کاربری‌های مختل / اختلاط اجتماعی / انعطاف پذیری / خوانایی / تناسب بصری / پایداری / کارایی	رفیعیان و همکاران، ۱۳۹۱
متیو کرمونا	دسترسی / ایمنی / اختلاط کاربری / همه‌شمولی / فضای همگانی / مدیریت زمانی / نرم فضا و سخت فضا	علیمردانی و همکاران، ۱۳۹۴
کوبین لینچ	سرزندگی / معنی / سازگاری / دسترسی / نظارت و اختیار / کارایی / عدالت	لینچ، ۱۳۸۶

در زمینه کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی گردشگران، تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است که به صورت موردی به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: بویت^۱ (۲۰۱۳) میزان رضایتمندی گردشگران از ویژگی‌های پارک ملی ناکورو در کشور کنیا را مورد بررسی قرار داده است. این پژوهش با رویکرد «تکرار بازدید» انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که برخی از ویژگی‌های مقصد مورد نظر مانند تنوع جانوری و گیاهی و مناظر طبیعی آسیب دیده است و این موضوع بازگشت دوباره گردشگر و میزان رضایتمندی را کاهش داده است. بلازسکا^۲ (۲۰۱۵)، در پژوهشی درباره کیفیت مقصدهای گردشگری به عنوان یک عامل مهم در افزایش جذابیت آن‌ها با ارزیابی کیفیت مقصدهای گردشگری در بین گردشگران داخلی و خارجی به این نتیجه رسیده‌اند که عدم رضایت از زیرساخت‌های جاده‌ای، قیمت خدمات و شرایط اقامت به همراه جاذبه‌ها باید مورد بررسی بیشتر قرار گیرد. یوان^۳ و همکاران (۲۰۱۸) با استفاده از مدل IPA^۴ به ارزیابی وضعیت رضایتمندی از کیفیت فضاهای گردشگری در شهر ساوانا پرداخته‌اند. در نهایت، پژوهش رضایت نسبی از گردشگری شهر مورد مطالعه را برآورد کرده است. ابراهیمیان و همکاران (۱۳۹۶) با بررسی نقش گردشگری شهری در ارتقای کیفیت محیطی فضاهای شهری، ضمن تأیید وجود ارتباطی دوسویه و تنگاتنگ میان گردشگری شهری و کیفیت محیطی فضاهای شهری، به این نتیجه رسیده‌اند که برای رونق و بقای صنعت گردشگری شهری، باید اهتمامی جدی نسبت به ارتقای کیفیت محیطی فضاهای شهری در دستور کار سیاست‌مداران و خصوصاً طراحان شهری قرار گیرد. برزگر (۱۳۹۷) با سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری شهر گرگان بدین نتیجه رسیده که از بین شاخص‌های سنجش رضایتمندی گردشگران، دو شاخص اطمینان و قابلیت اعتماد مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری شهر گرگان بوده‌اند. آزاده و وارثی (۱۳۹۸) با بررسی اولویت‌های اجرایی در ارتقای کیفیت فضاهای گردشگری شهر یزد در پنج بُعد (عملکردی، ادراکی، زیرساختی، محیطی و مدیریتی) به این نتیجه رسیدند که کیفیت محیطی فضاهای گردشگری شهر یزد، پایین‌تر از حد متوسط است. محمدی و همکاران (۱۴۰۱) با ارزیابی و رتبه‌بندی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری مناطق پنج‌گانه شهر اردبیل «ضمن بررسی وضعیت پراکنش فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل نشان داده‌اند که از نظر شاخص‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری، در مناطق پنج‌گانه شهر اردبیل نابرابری وجود دارد.

با توجه به مرور پیشینه موضوع مورد بحث می‌توان اذعان کرد که اکثر تحقیقات پیشین، نگاهی تک‌بُعدی در ارزیابی اثرات کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگر داشته‌اند؛ بنابراین پژوهش حاضر با رویکرد جامع، به‌واسطه استفاده از

1. Boit
2. Blazeska
3. Yuan
4. Importance-Performance Analysis

مدل‌سازی معادلات ساختاری به سنجش یکپارچگی میزان اثرگذاری همه متغیرهای مؤثر آشکار و مکنون در این مقوله می‌پردازد و برای نخستین بار در محدوده مورد مطالعه، ارزیابی وضعیت کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و مدل‌سازی اثرات آن بر رضایتمندی گردشگران صورت می‌پذیرد.

روش اجرای پژوهش

مطالعه حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است که به روش پیمایشی انجام گرفته است. جمع‌آوری داده‌ها به دو روش اسنادی و میدانی با ابزار گردآوری پرسشنامه است. جامعه آماری پژوهش حاضر، گردشگران شهری محدوده مورد مطالعه در سال ۱۴۰۰ است که به شهر زنجان سفر کرده‌اند. برای تعیین تعداد نمونه آماری از آنجایی که آمار دقیق و روشنی از تعداد گردشگران وارد شده، مشخص نیست؛ بنا به دلایل جبری لازم است تعداد نمونه‌ها بیشتر از تعداد متغیرها باشد. ادعا در مورد نسبت آزمودنی‌ها به متغیرها از نسبت خیلی بزرگ ۱۰ به ۱ تا نسبت دست‌کم ۲ به ۱ در نوسان است (کلاین، ۱۳۹۴: ۹۱)؛ از این‌رو در این تحقیق با توجه به ۷ شاخص و ۳۵ گویه انتخابی کیفیت محیطی جاذبه‌ها، تعداد ۳۵۰ گردشگر به‌عنوان جامعه آماری انتخاب شده‌اند که پرسشنامه‌ها در بین آن‌ها توزیع و تکمیل شد. در گزینش نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد. برای انتخاب نهایی شاخص‌های پژوهش از روش دلفی و نظرسنجی از خبرگان استفاده شده است. به‌طوری‌که به‌منظور شناسایی شاخص‌های پژوهش، پرسشنامه‌ای طراحی شده و میان ۳۲ نفر از متخصصان حوزه گردشگری استان زنجان و استادان دانشگاه، توزیع و تکمیل شد. همچنین شاخص‌های انتخابی درباره رضایتمندی گردشگر که شامل ۶ شاخص و ۲۸ گویه مدل آکاما و کیتی استخراج و انتخاب شده است. جامعه آماری این پژوهش عبارت است از همه بازدیدکنندگان که در سال ۱۴۰۰ به شهر زنجان سفر کرده‌اند. به‌منظور سازگاری درونی و روایی پرسشنامه گویه‌های طرح‌شده از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و برای این منظور تعداد ۴۰ پرسشنامه تکمیل و پیش‌آزمون شد و ضریب آلفای به‌دست‌آمده به‌صورت کلی برابر با ۰/۹۱۴ است. به‌منظور تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل عاملی استفاده شد و برای میزان سنجش رضایت گردشگران از کیفیت محیطی از T تک‌نمونه‌ای و از مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Amos Graphics در جهت مدل‌سازی اثرات کیفیت محیطی جاذبه‌های محدوده مورد مطالعه بر رضایت گردشگران استفاده شد. بر همین مبنا و در جهت پاسخ به سؤالات اصلی پژوهش حاضر، در ادامه شاخص‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری و شاخص‌های رضایتمندی گردشگری به شرح زیر ارائه می‌شود (جدول ۲ و ۳).

جدول ۲. شاخص‌ها و سنجه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری

شاخص	کدگذاری	گویه
پویایی اقتصادی و تعاملات اجتماعی	ES1	اختلاط کاربری (پذیرایی، نمایشی و شبانه)؛
	ES2	هزینه مناسب خدمات اقتصادی و اجتماعی؛
	ES3	تنوع مراکز اجتماعی و مراکز خرید (تعداد و مدت زمان وقوع فعالیت‌ها)؛
	ES4	جذابیت و تنوع برگزاری رویدادهای فرهنگی-هنری و فرصت‌های تفریحی و سرگرمی؛
دسترسی	ES5	نیروی انسانی آموزش‌دیده و رفتار کارکنان؛
	ES6	احساس تمایز ناملموس، تجربه‌های تعاملی، معنادار نوآور و آینده‌گرا.
	Ac1	تنوع مسیرهای دسترسی و راه‌های منتهی به جاذبه؛
	Ac2	ایمن بودن پیاده در مقابل سواره؛
	Ac3	توجه به افراد با نیازهای خاص به‌ویژه معلولان؛
	Ac4	پیاده‌مداری؛

صدقات و انصاف جامعه میزبان		
قابلیت میزبان در افزایش سطح دانش بازدیدکنندگان	مسئولیت‌پذیری	Sat3
گوش‌دادن به سؤالات بازدیدکنندگان و ارائه اطلاعات صحیح از طرف راهنمایان		
رضایت از برنامه‌ریزی در منطقه گردشگری		
ارائه سریع خدمات به بازدیدکنندگان		
تجهیزات امنیتی برای مقابله با حوادث غیرمترقبه و مخاطرات احتمالی مانند تجهیزات اطفای حریق	اطمینان	Sat4
رضایت از نحوه همکاری و راهنمایی جامعه میزبان		
اطمینان از اصالت آثار اماکن گردشگری		
ضوابط و مقررات در جهت حفظ حقوق گردشگران		
درک نیازهای خاص بازدیدکنندگان	همدلی	Sat5
رفتار دوستانه کارکنان با گردشگران		
ارائه رایگان بروشور یا نقشه اماکن گردشگری به بازدیدکنندگان		
مهمان‌نوازی و همکاری ساکنان محلی		
تحریک حس کنجکاوی بازدیدکنندگان برای یادگیری مطالب جدید		
استفاده از تکنولوژی برای یادگیری بهتر و ایجاد تجربه‌ای جدید و متفاوت برای گردشگر		
قیمت‌گذاری مسئولانه	قیمت و ارزش	Sat6
قیمت مناسب امکانات پذیرایی و اقامت	ادراک‌شده	
ارزش دریافتی امکانات تفریحی		

(منبع: یافته‌های پژوهش با استفاده از منابع در دسترس و ادبیات نظری پژوهش (۱۴۰۱) با اقتباس از مدل رضایت گردشگر آکاما و کیتی (۲۰۰۳))

محدوده مورد مطالعه

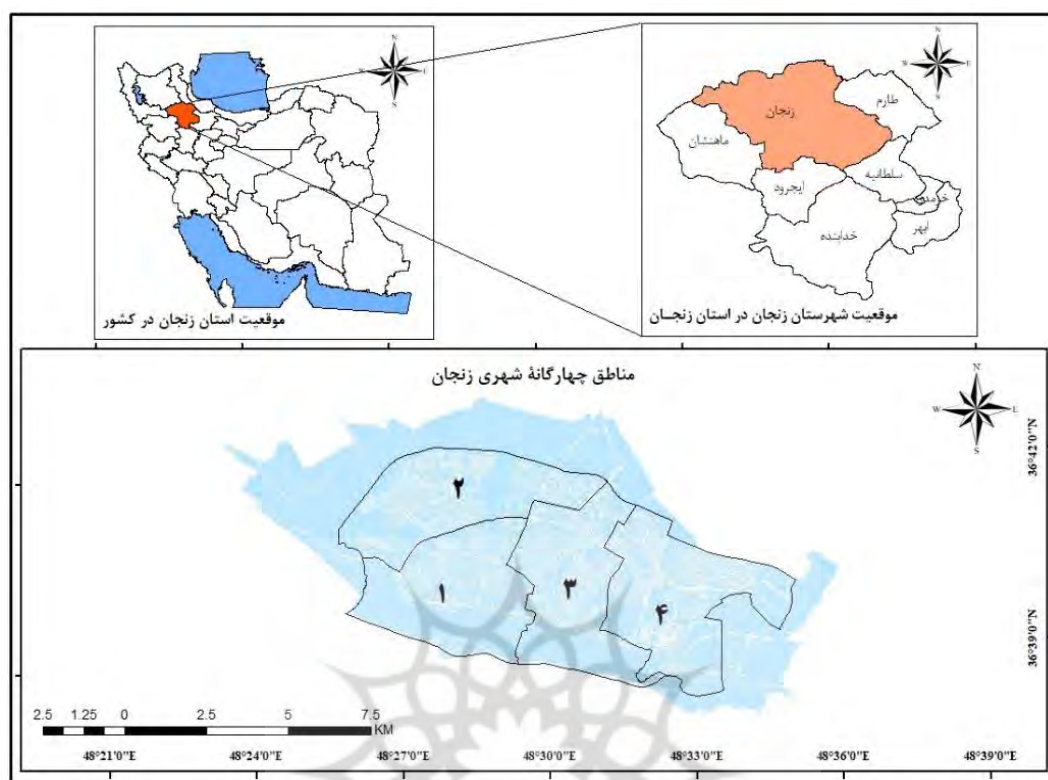
- مطالعه کاربردی (قلمروی جغرافیایی پژوهش)

شهر زنجان به‌عنوان یکی از کهن‌ترین شهرهای ایران در موقعیت ۳۶ درجه عرض شمالی و ۴۸ درجه طول شرقی قرار دارد. از نظر اقلیمی جزو مناطق خشک و سرد محسوب می‌شود و از نظر جمعیتی براساس آخرین اطلاعات سرشماری رسمی مرکز آمار ایران سال ۱۳۹۵ جمعیت آن ۴۳۰۸۷۱ نفر است. با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته بر مجموعه جاذبه‌ها و بناها و نتایج به‌دست‌آمده اعم از نوع جاذبه در قالب جدول ۴ و شکل ۳ بیان شده است که در ادامه پژوهش به آن‌ها اشاره شده است:

جدول ۴. جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان

نوع جاذبه	مرکز و مقصد گردشگری
طبیعی و تفریحی	مجموعه تفریحی گاوازنگ، سد تهم، پیست اسکی پایایی، سد حسن ابدال.
فرهنگی و خلاق	جشنواره آش ایرانی، موزه تاریخ طبیعی، موزه صنایع دستی زنجان، میدان مسگرها، کارگاه‌های تولید ظروف مسی، چاقو و چاروق‌دوزی
تاریخی و یادمانی	کاروانسرای سنگی، کاروانسرای دخان، سفره‌خانه حاج داداش، حمام حاج‌ابراهیم، امامزاده سید ابراهیم، بازار تاریخی زنجان، پل میربهاء‌الدین، پل سردار، پل سید محمد، موزه مردان نمکی (عمارت ذوالفقاری، عمارت رختشویخانه، عمارت دارایی، مجموعه تاریخی کارخانه کبریت، بنای توفیقی (موزه شهدا)، خانه توفیقی.
مذهبی و آئینی	امامزاده سید ابراهیم، مسجد خانم، مسجد میرزایی، مسجد جامع (سید)، مسجد چهل‌ستون، همایش عزاداری زینبیه و حسینیة اعظم.

(منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۴۰۱)

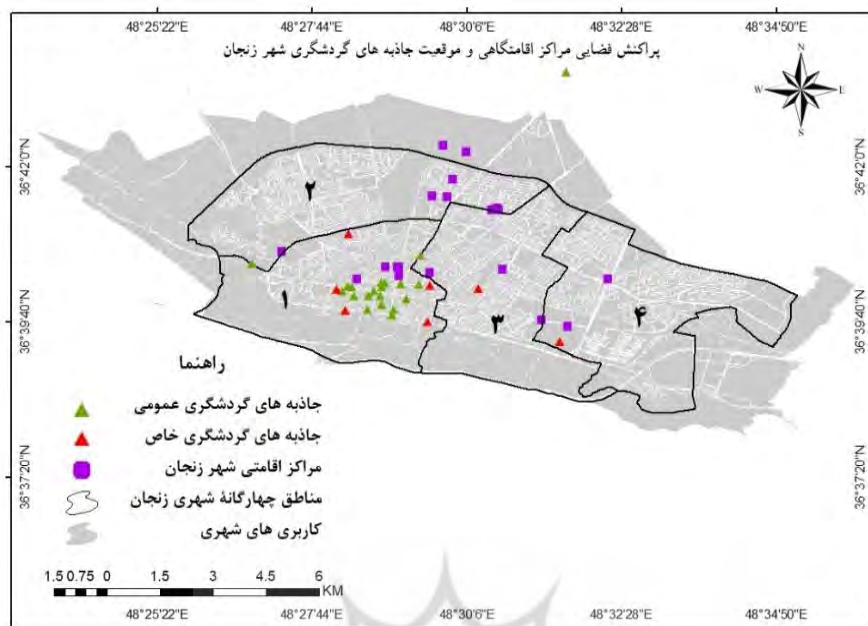


شکل ۳. موقعیت شهر زنجان در کشور

(منبع: سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۴۰۰)

یافته‌ها

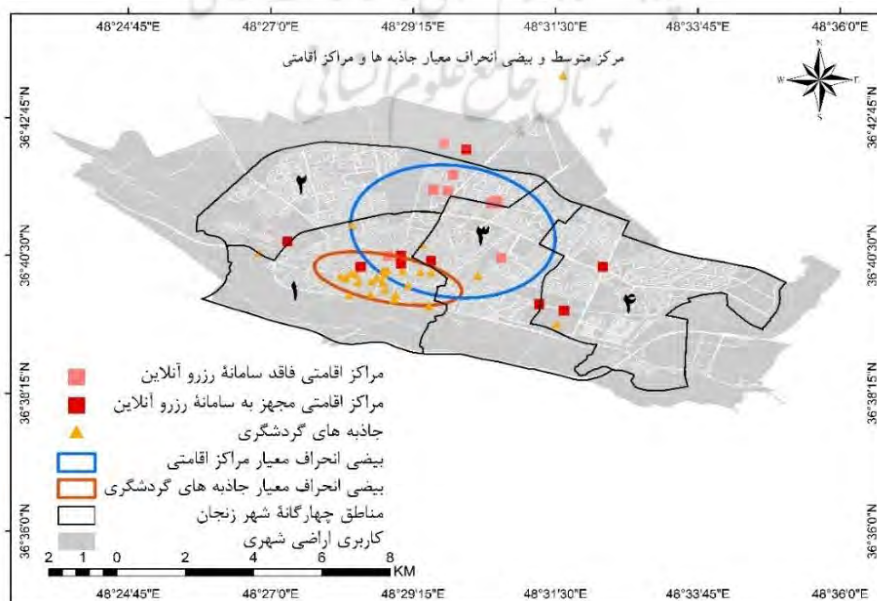
بررسی پراکنش فضایی عناصر گردشگری در شهر زنجان مطابق با شکل ۴ نشان می‌دهد که تراکم جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی گردشگری در بافت مرکزی شهر (منطقه یک) بیشتر است و توزیع فضایی بیشترین مراکز اقامتی گردشگران غیر از منطقه یک، در شمال شهر، در مجاورت دانشگاه علوم پزشکی، دانشگاه آزاد اسلامی، دانشگاه علوم پایه، مجتمع ادارات و مجموعه تفریحی-ورزشی گاوازنگ است که دومین نقطه پرتراکم از نظر دسترسی به مراکز اقامتی است (شکل ۴).



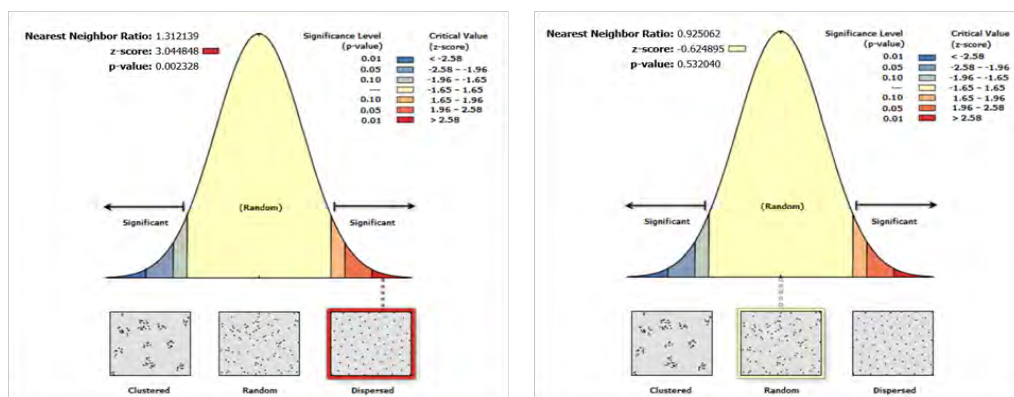
شکل ۴. پراکنش فضایی عناصر گردشگری شهر زنجان

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱)

با توجه به شکل ۴ با یک دید اجمالی می‌توان اذعان داشت که در بافت مرکزی شهر اقامتگاه‌های گردشگری و هتل‌های با سابقه بالا در شهر زنجان تا حدی متناسب با جاذبه‌های گردشگری هستند و تقریباً به صورت خوشه‌ای پخش شده‌اند، اما در دهه‌های اخیر رشد اقامتگاه‌های گردشگری در ضلع شمالی و شرق شهر است که پراکنش فضایی عناصر اقامتی شهر، الگوی تصادفی را تشکیل داده‌اند (شکل ۶). همچنین تحلیل فضایی مرکز میانگین و بیضی انحراف معیار جاذبه‌های گردشگری و هتل‌های شهر زنجان در شکل ۵ میزان سنجش گرایش به مرکز، پراکندگی و جهت پراکندگی توزیع داده‌ها را نشان داده است (شکل ۵ و ۶).



شکل ۵. تحلیل فضایی مرکز متوسط و بیضی انحراف معیار جاذبه‌ها و مراکز اقامتی محدوده مورد مطالعه



شکل ۶. الگوی پراکنش جاذبه‌های گردشگری و مراکز اقامتی شهر زنجان با شاخص نزدیک‌ترین همسایه

همان‌گونه که تحلیل فضایی جاذبه‌ها و مراکز اقامتی محدوده (شکل ۵) نشان می‌دهد، بیشترین تراکم جاذبه‌های گردشگری در منطقه یک و بافت مرکزی شهر قرار دارد. لیکن مراکز اقامتی علاوه بر منطقه یک به سمت ضلع شمالی و شرقی شهر پراکنده شده‌اند که این تحول در دهه اخیر اتفاق افتاده است. همچنین اکثر مراکز اقامتی به سامانه رزرو آنلاین و سامانه‌های هوشمند گردشگری مجهز نیستند.

– سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران

به‌منظور سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران در قالب چند عامل مهم و محدود، از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده شد؛ از این‌رو، به‌منظور تشخیص مناسب‌بودن داده‌ها، از آزمون بارتلت و شاخص KMO بهره گرفته شد. معنی‌داری آزمون بارتلت با عدد ۶۸۶۱/۱۳۸ در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب KMO (۰/۸۴۸) حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است. برای تعیین تعداد عوامل پژوهش، عواملی مورد پذیرش قرار گرفته‌اند که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از ۱ باشد. براین‌اساس، تعداد ۷ عامل که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از عدد ۱ بود، استخراج شد. یافته‌ها نشان می‌دهد هفت عامل شناسایی شده توانسته‌اند ۶۸ درصد واریانس اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین کنند. درصد تبیین هر یک از عوامل شناسایی شده به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: عامل اول ۳۱/۴۶۲ درصد، عامل دوم ۹/۳۷۸ درصد، عامل سوم ۷/۷۰۵ درصد، عامل چهارم ۶/۱۵۴ درصد و عامل پنجم ۵/۴۹۲ درصد، عامل ششم ۴/۵۳۵ درصد و عامل هفتم ۳/۳۵۸ درصد را به خود اختصاص داده است (جدول ۵).

جدول ۵. عامل‌های استخراج شده در خصوص اثرات کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایتمندی گردشگران

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس مقدار ویژه	درصد تجمعی واریانس
۱ پویایی اقتصادی و تعاملات اجتماعی	۱۱/۰۱۲	۳۱/۴۶۲	۳۱/۴۶۲
۲ پویایی محیطی	۳/۲۸۲	۹/۳۷۸	۴۰/۸۴۰
۳ پویایی بصری	۲/۶۹۷	۷/۷۰۵	۴۸/۵۴۵
۴ محیط‌زیستی	۲/۱۵۴	۶/۱۵۴	۵۴/۶۹۸
۵ جاذبه گردشگری	۱/۹۲۲	۵/۴۹۲	۶۰/۱۹۰
۶ محیط اجتماعی	۱/۵۸۷	۴/۵۳۵	۶۴/۷۲۵
۷ دسترسی	۱/۱۷۵	۳/۳۵۸	۶۸/۰۸۳

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

در پژوهش حاضر برای چرخش عامل‌ها از روش چرخش متعامد (جبرخطی) واریماکس^۱ استفاده شد؛ متغیرهایی که بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ شناسایی و با هم تشکیل عامل داده‌اند و در نهایت عامل‌ها نام‌گذاری شدند؛ به طوری که کیفیت محیطی از هفت مؤلفه اصلی، شامل: پویایی تعاملات اقتصادی و اجتماعی، دسترسی، محیط‌زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معین گردشگری و خدمات عمومی شهری ساخته شد و مؤلفه رضایتمندی شامل شش متغیر: عناصر ملموس، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان، همدلی، و قیمت و ارزش ادراک شده است.

۶- بررسی وضعیت رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری محدوده مورد مطالعه
در ادامه، برای محاسبه مطلوبیت میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری، با استفاده از آزمون T تک‌نمونه‌ای با در نظر گرفتن عدد ۳ به عنوان عدد مبنا (تفاوت در سطح ۰/۰۱ معناداری)، نشان داد که میانگین محاسبه شده (با مقدار ۲/۶۴) پایین‌تر از حد متوسط است. بر این اساس، می‌توان چنین ادعا کرد که کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان از منظر رضایتمندی گردشگران در وضعیت نامطلوب قرار دارد (جدول ۶).

جدول ۶. آزمون T تک‌نمونه‌ای برای سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران

Test Value = 3						رضایتمندی گردشگران
نتیجه آزمون	فاصله اطمینان ۰/۹۵		Sig.	df	مقدار T	
	حد بالا	حد پایین				
رد H0	-۰/۶۰۵۰	-۰/۸۳۳۶	/۰۰۰	۳۴۹	-۱۲/۳۹۰	۲/۶۴

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

۶- بررسی اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری؛

توصیف متغیرهای مشاهده شده^۲ (معرف‌ها): بر اساس متغیرهای مشاهده شده و مدل ساختاری سنجش اثرات آن‌ها با نتایج اعتبارسنجی اولیه بر اساس آزمون آلفای کرونباخ، نشان‌دهنده ضعف کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدوده مورد مطالعه است و میانگین هیچ‌کدام از گویه‌ها حتی حد متوسط طیف (عدد ۳) هم نمی‌رسد. پس از توصیف گویه‌ها به عنوان متغیرهای مشاهده شده، در ادامه پژوهش حاضر، به مدل‌سازی ساختاری زیرمقیاس‌های هفت‌گانه کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی پرداخته می‌شود. هدف اصلی در این مرحله بررسی این مسأله است که با توجه به ساختار داده‌ها و رابطه بین متغیرهای مشاهده شده، آیا می‌توان مدل معتبری برای سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری مطابق با تقسیم‌بندی نظری ارائه شده در جدول ۴ پیشنهاد کرد؟ و در صورت امکان‌پذیری، اهمیت نسبی و ضریب تأثیر هر یک از متغیرهای فوق به چه میزانی است؟

^۱. Varimax

^۲. Observed variables

- تحلیل مدل سازی معادلات ساختاری

✓ مدل های اندازه گیری^۱: تحلیل عاملی تأییدی و سنجش اعتبار مقیاس ها

ابتدا هفت تحلیل عاملی تأییدی (CFA) یک عاملی برای ایجاد و سنجش اعتبار هفت مقیاس (پویایی اقتصادی و تعاملات اجتماعی، دسترسی، محیط زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معین گردشگری، خدمات عمومی شهری)؛ به عنوان مؤلفه های سنجش کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری و یک مؤلفه رضایتمندی برای سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری را در محیط نرم افزار Amos Graphics ترسیم و تحلیل شدند. نمودارهای مسیر این هشت مقیاس را براساس متغیرهای مشاهده شده؛ همراه با برآورد استاندارد ضرایب رگرسیونی، شاخص کای اسکور و سطح معنی داری آن نشان داد که «بارهای عاملی» مربوط به هریک از متغیرهای مؤلفه های هفت گانه کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری و رضایتمندی در وضعیت مطلوبی قرار دارند. همان طور که در جدول ۷ مشاهده می شود، وضعیت همه معیارهای برآورد شده با مقادیر مطلوب (معیارهای پیشنهادی) همخوانی بالایی داشته و در مجموع می توان ادعا کرد که مدل های اندازه گیری ترسیم شده، شرایط و اعتبار لازم برای طراحی مدل نهایی پژوهش (اثرات مؤلفه های کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری بر میزان رضایتمندی گردشگران) را دارا هستند (جدول ۷).

جدول ۷. شاخص های برازش مدل های اندازه گیری زیرمقیاس های هفت گانه کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری و رضایتمندی

شاخص های برازش									مدل های اندازه گیری زیرمقیاس ها
RMSEA	PRATIO	CFI	NFI	GFI	RMR	Sig	df	CMIN	
۰/۰۵۶	۰/۴۶۷	۰/۹۹۵	۰/۹۸۸	۰/۹۷۷	۰/۰۲۱	۰/۰۷۲	۷	۱/۸۵۶	پویایی اقتصادی و تعاملات اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۱۶۷	۱/۰۰۰	۰/۹۹۹	۰/۹۹۹	۰/۰۰۴	۰/۴۸۰	۱	۰/۵۰۰	پویایی محیطی
۰/۰۰۰	۰/۳۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۹۷	۰/۹۹۶	۰/۰۰۸	۰/۴۶۵	۳	۰/۸۵۳	پویایی بصری
۰/۰۰۸	۰/۴۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۹۲	۰/۹۹۴	۰/۰۳۰	۰/۳۹۸	۴	۱/۰۱۶	محیط زیستی
۰/۰۴۷	۰/۴۰۰	۰/۹۹۷	۰/۹۹۲	۰/۹۹۱	۰/۰۱۴	۰/۱۷۱	۴	۱/۶۰۰	جاذبه گردشگری
۰/۰۷۱	۰/۴۰۰	۰/۹۹۳	۰/۹۸۷	۰/۹۸۷	۰/۰۱۲	۰/۰۵۰	۴	۲/۳۶۷	محیط اجتماعی
۰/۰۰۸	۰/۴۰۰	۱/۰۰۰	۰/۹۹۳	۰/۹۹۴	۰/۰۲۱	۰/۳۹۷	۴	۱/۰۱۸	دسترسی
۰/۰۵۹	۰/۴۰۰	۰/۹۹۲	۰/۹۸۵	۰/۹۸۹	۰/۰۴۳	۰/۱۰۰	۴	۱/۹۴۲	رضایتمندی
<۰/۰۰۸	۰-۱	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	≈۰	>۰/۰۵	-	<=۵	مقادیر معیار پیشنهادی

(منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۱)

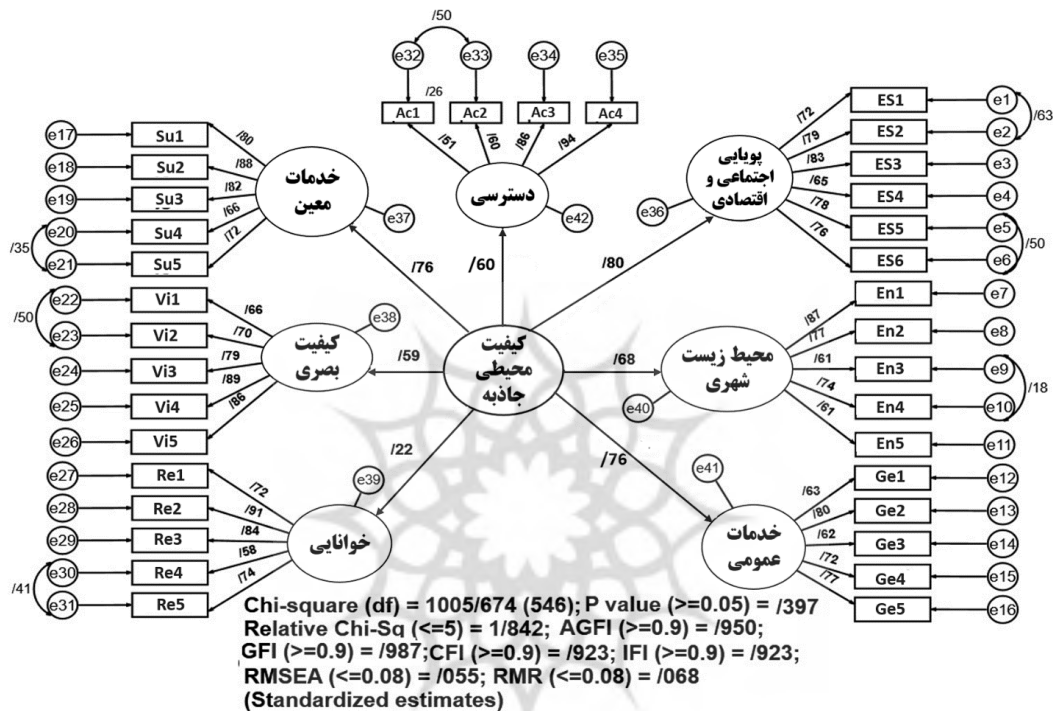
✓ مدل تحلیل عاملی تأییدی هفت عاملی مرتبه دوم برای تحلیل متغیر پنهان کیفیت محیطی جاذبه های

گردشگری

پس از شناسایی نماگرها و شاخص های کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری، ابتدا براساس مدل مفهومی پژوهش بر مبنای شاخص های کیفیت محیطی از مدل عاملی مرتبه دوم که خود نوعی از مدل های معادلات ساختاری هستند، استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون مدل مرتبه دوم نشان می دهد که شاخص های پویایی تعاملات اقتصادی و اجتماعی، دسترسی، محیط زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معین گردشگری و خدمات عمومی شهری قادرند کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری شهری را اندازه گیری کنند. شکل ۷ بارهای عاملی (پارامترهای لامبدا) مدل کیفیت محیطی را در حالت استاندارد نشان می دهد که عامل پویایی اقتصادی و اجتماعی با امتیاز و اهمیت

^۱. Measurement models

نسبی ۰/۸۰ دارای بیشترین بار عاملی است. بار عاملی یا لامبدا درحقیقت یک ضریب همبستگی بین متغیرهای مکنون و متغیرهای آشکار در یک مدل اندازه‌گیری است. این ضریب تعیین می‌کند که متغیر مکنون چقدر از واریانس متغیرهای آشکار را تبیین می‌کند و از آنجا که یک ضریب همبستگی است، باید از نظر آماری معنادار باشد؛ معناداری بار عاملی با آماره‌های T VALUE و P VALUE بررسی می‌شود (شکل ۷).



شکل ۷. مدل ساختاری تحلیل هفت عاملی تأییدی مرتبه دوم برای برآورد و تحلیل سنجش کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری محدوده مورد مطالعه همراه با برآورد استاندارد

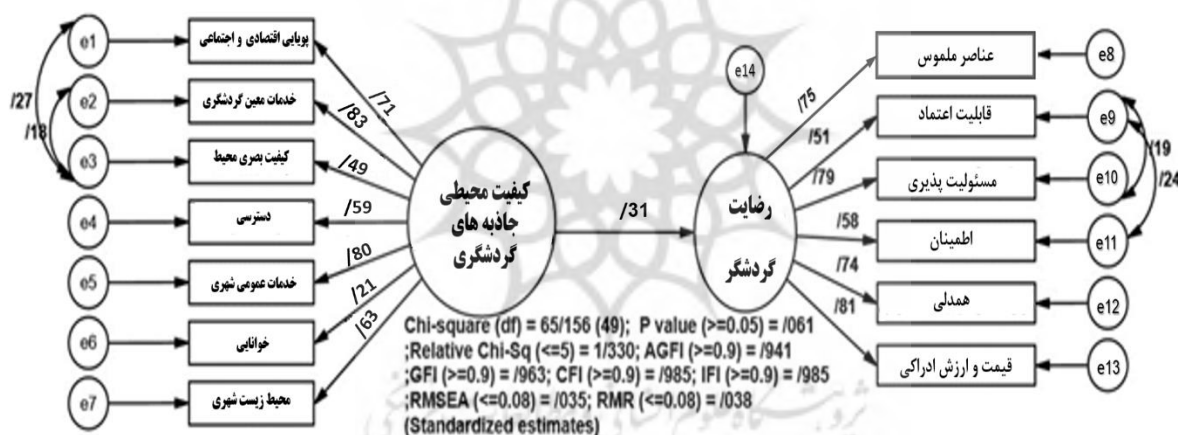
همان‌گونه که در شکل ۷ مشخص است، پس از برآورد کلیت متغیر مستقل و وابسته پژوهش در قالب مدل اندازه‌گیری در محیط Amos Graphics، مدل اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی ترسیم شده است. نتایج حاصل از شاخص‌های برآورد مدل نشان می‌دهد که مدل دارای برآورد مناسب و قابل قبول است، مقدار χ^2 دو برابر با ۱/۸۴۲ کوچک‌تر از ۵ است که با توجه به مقدار p که ۰/۳۹۷ است، حاکی از عدم تفاوت بین مدل نظری و تجربی تحقیق دارد. همچنین دیگر شاخص‌های برآورد مدل که RMSEA است، برابر با ۰/۰۵۵ است که نشان می‌دهد داده‌های پژوهش توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند. مقدار شاخص‌های CFI و IFI به ترتیب برابر است با ۰/۹۲۳ که نشان از برآورد مناسب پژوهش دارد. به‌طور کلی، با حذف اثرات خطای اندازه‌گیری در رویکرد معادلات ساختاری، ضریب تأثیرپذیری سنجش کیفیت محیطی از هفت مؤلفه، «پویایی تعاملات اقتصادی و اجتماعی با اهمیت نسبی ۰/۸۰، خدمات معین گردشگری ۰/۷۶ و خدمات عمومی شهری ۰/۷۶، محیط زیست شهری ۰/۶۸، دسترسی ۰/۶۰، کیفیت بصری محیط ۰/۵۹ و خوانایی با کمترین ضریب تأثیر و اهمیت نسبی به میزان ۰/۲۲»، به دست آمده است. مراجعه به برآوردهای استاندارد، نسبت‌های بحرانی و سطوح معنی‌داری نیز نشان می‌دهد که همه این برآوردهای استاندارد در سطح معنی‌دار هستند. نهایتاً شاخص‌های برآورد این مدل همراه با مقادیر معیار پیشنهاد شده برای ارزیابی آن‌ها، در جدول ۸ آمده است.

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

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

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

در ادامه برای تبیین رابطه میان کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگران، مدل ساختاری با همه متغیرهای پنهان، مشاهده شده و خطا تشکیل شد. یافته‌ها شکل ۸ نشان می‌دهد که کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدوده مورد مطالعه تأثیر ناچیزی با ضریب ۰/۳۱ بر رضایتمندی گردشگران دارند و در بین عامل‌های پنهان کیفیت محیطی، متغیر خدمات معین گردشگری با ۰/۸۳ بیشترین نقش را داشته است و عامل خدمات عمومی شهری با ضریب تأثیر ۰/۸۰ در مرتبه دوم قرار دارد. براین اساس، شاخص‌های برازش این مدل همراه با مقادیر معیار پیشنهادی برای ارزیابی آن‌ها در جدول ۹ آمده است.



شکل ۸. مدل ساختاری نهایی سنجش اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران

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

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

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

همان‌گونه که در جدول ۹ مشخص است؛ در مدل ساختاری حاضر ارتباط بین کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری و رضایتمندی به لحاظ آماری معنادار است. در ادامه پژوهش، پس از بررسی برازش کلیت مدل اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری بر رضایتمندی گردشگران، اثر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت. در جدول ۱۰ مشاهده می‌شود که اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار است. بالاتر بودن نسبت بحرانی برآوردشده (۱/۹۴۳) نیز نشان‌دهنده معنی‌داری اثر متغیر مستقل پژوهش بر متغیر رضایتمندی است. بررسی وضعیت کلی اثر مؤلفه‌های کیفیت محیطی

بر رضایتمندی گردشگران نشان می‌دهد مقدار اثر کل ۰/۳۱۴ بوده و در مجموع، مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری توانسته‌اند حدود ۳۱ درصد واریانس رضایتمندی گردشگران را تبیین کند و مؤلفه‌های خدمات معین گردشگری با ضریب ۰/۸۳ و خدمات عمومی شهری با ضریب ۰/۸۰ نقش بیشتری در رضایتمندی گردشگران محدوده مورد مطالعه داشته‌اند (جدول ۱۰).

جدول ۱۰. برآورد استاندارد و غیراستاندارد اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی بر رضایتمندی گردشگران در شهر زنجان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	برآورد		نسبت بحرانی	اثر کل	ضریب تعیین R^2	سطح معنی‌داری
		غیراستاندارد	استاندارد				
کیفیت محیطی	رضایتمندی	۰/۴۲۱	۰/۳۱۴	۱/۹۴۳	۰/۳۱۴	۰/۲۲۰	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

نتیجه‌گیری

رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری یکی از عوامل بسیار مهم در جذب، بازگشت گردشگر و توصیه به دیگران است؛ از این رو پژوهش حاضر با هدف بررسی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و مدلسازی آن بر رضایت گردشگران شکل گرفت. در گام اول ابعاد و شاخص‌های مورد نیاز از ادبیات نظری بحث کیفیت محیطی و رضایت گردشگر استخراج و مستندسازی شد و در همین رابطه مدل مفهومی آن نیز ترسیم شد. برای تعیین تعداد عوامل پژوهش، عواملی مورد پذیرش قرار گرفته‌اند که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از ۱ باشد که هفت عامل شناسایی شده توانستند ۶۸ درصد واریانس اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین کنند؛ به طوری که کیفیت محیطی از هفت مؤلفه اصلی، شامل: پویایی تعاملات اقتصادی و اجتماعی، دسترسی، محیط زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معین گردشگری و خدمات عمومی شهری ساخته شد و مؤلفه رضایتمندی شامل شش متغیر: عناصر ملموس، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان، همدلی و قیمت و ارزش ادراک شده است.

در ادامه پژوهش، پراکنش فضایی عناصر گردشگری نمایش داده شد و تحلیل فضایی محدوده نشان داد که جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان بیشتر در منطقه یک و مرکز شهر استقرار دارند، اما مراکز اقامتی گردشگری محدوده مورد مطالعه الگوی پراکنش فضایی تصادفی را به دلیل احداث اقامتگاه‌های جدید در ضلع شمالی و شرقی شهر را نشان می‌دهد؛ از این رو می‌توان نتیجه گرفت احداث اقامتگاه‌های جدید سمت شمال و شرق شهر در دهه اخیر به دلیل وجود جاذبه گردشگری تفریحی گاوآزنک، نمایشگاه، مراکز دانشگاهی، مجتمع ادارات و... است. همچنین تعداد کمی از اقامتگاه‌ها به فناوری‌های نوین الکترونیک از جمله سامانه رزرو آنلاین متصل هستند که نیازمند برنامه‌ریزی منسجم و یکپارچه گردشگری در راستای پویایی و شکوفایی هریک از مناطق شهری زنجان است. در بحث بررسی وضعیت رضایت گردشگران از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری، نتایج نشان داد که رضایت گردشگران از گویه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدوده مورد مطالعه با میانگین عددی کمتر از حد متوسط (۲/۶۴) و مطلوب نیست؛ این نتیجه می‌تواند هشدار جدی به مسئولان و مدیران گردشگری شهر زنجان باشد تا در شیوه‌های مدیریت گردشگری محدوده مورد مطالعه آسیب‌شناسی و الگوی مناسب و نوین برای

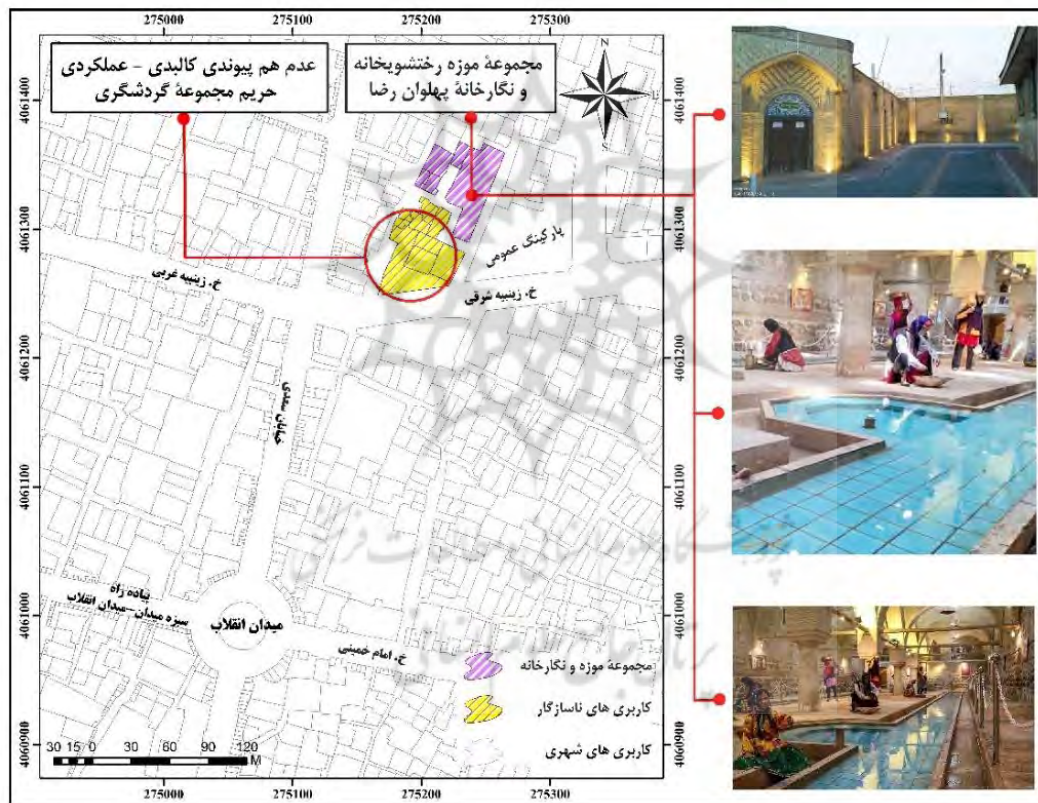
برنامه‌ریزی اتخاذ کنند. نتیجه این بخش از تحقیق با نتایج پژوهش آزاده و وارثی (۱۳۹۸) مبنی بر پایین بودن رضایت گردشگران از کیفیت فضاهای گردشگری شهر یزد به میزان ۲/۸۵ همخوانی دارد، اما متفاوت از نتایج پژوهش سوکی من و همکاران^۱ (۲۰۱۳) مبنی بر موفقیت در جلب رضایت گردشگران ایالت پاهانگ^۲ مالزی است. همچنین ضریب همبستگی بین متغیرهای مکنون و متغیرهای آشکار کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری نشان می‌دهد که عوامل و متغیرهای مکنون شناسایی شده مطرح شده در پژوهش توانسته‌اند ۶۸ درصد واریانس اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین کنند و عامل پویایی اقتصادی و اجتماعی با اهمیت نسبی و ضریب تأثیر ۰/۸۰ دارای بیشترین بار عاملی است. درنهایت با مدلسازی اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران مشخص شد که مدل دارای برآزش و قدرت تبیین‌کنندگی مناسب است و متغیرهای کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدودۀ مورد مطالعه به میزان اهمیت نسبی ۰/۳۱ بر رضایتمندی گردشگران تأثیر دارند که وضعیت ضعیف را نمایان می‌کند و از میان این متغیرهای مکنون مؤثر کیفیت محیطی در رضایت گردشگر؛ عامل خدمات معین گردشگری با میزان تأثیر ۰/۸۳ و عامل خدمات عمومی شهری با ۰/۸۰ بیشترین میزان تأثیر را داشته‌اند. نتایج این بخش با نتایج پژوهش قنبری و همکاران (۱۳۹۸) مبنی بر شکاف عمیق بین انتظارات و ادراکات گردشگران از کیفیت محیطی مقاصد گردشگری خرم‌آباد همخوانی دارد و در این پژوهش نیز کیفیت خدمات معین گردشگری بیشترین تأثیر را در رضایت گردشگر دارد. از سوی دیگر با نتایج تحقیق دی‌بتا و آمنتا^۳ (۲۰۱۳) که بیان می‌دارد فعالیت‌های گردشگری در ایتالیا به خوبی با بحث کیفیت محیطی پیوند نخورده است، همسویی دارد و متفاوت از نتایج پژوهش کرمی و زینعلی (۱۳۹۴) مبنی بر تأثیر معنی‌دار و مثبت رضایت گردشگر از کیفیت محیطی پارک ائل‌گلی تبریز و نتایج پژوهش سانگ^۴ و همکاران (۲۰۱۱) مبنی بر میزان رضایت قابل‌قبول از کیفیت محیطی مقاصد گردشگری در کشور هنگ‌کنگ است.

با توجه به نتایج به دست آمده و بررسی وضعیت مؤلفه‌ها در رابطه با کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

✓ با توجه به سطح پایین رضایت گردشگران از وضعیت کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و کیفیت خدمات ارائه شده اقامتگاه‌ها در شهر زنجان، نیاز به تغییر و تحول در روند تصمیم‌گیری و نوع برنامه‌ریزی گردشگری به سمت وسوی رویکردهای نوین و بروز دنیاست؛ از این رو بیشترین اثرگذاری از بین مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگر متعلق به عامل «خدمات معین گردشگری» است؛ اما ضعف گویۀ «امکان رزرو آنلاین و استفاده از سامانه‌های هوشمند» در آن مشهود است و از آنجا که ارائه خدمات الکترونیکی و دیجیتال در اقامتگاه‌ها و جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان در وضع موجود فقط ۹ اقامتگاه به سامانه رزرو آنلاین متصل هستند (اکثراً حتی به سامانه رزرو آنلاین نیز متصل نیستند)؛ مستلزم ارائه سیاست‌های آموزشی، تشویقی - حمایتی در تجهیز و بر خورداری امکانات و خدمات الکترونیک گردشگری است. همچنین تعریف یک نرم‌افزار برای دریافت نظرات و پیشنهادات شهروندان و اعمال نظرات آن‌ها در مجموعه‌های گردشگری نیز مفید خواهد بود.

1. Sukiman et al
2. Pahang
3. Di Betta & Amenta
4. Song

✓ با توجه به اثر ضعیف و نامطلوب وضعیت عامل «خوانایی» که کمترین اثر را در کیفیت محیطی جاذبه‌ها و به تبع رضایت گردشگران دارد، نشانگر نارسایی در بُعد «مقیاس فضا» است و توصیه به طراحی مسیرهای ورودی و خروجی مناسب و ایجاد مقیاس انسانی در فضا در حریم اکثر جاذبه‌ها می‌شود؛ به عبارت دیگر، همپیوندی کالبدی-عملکردی ناکافی بین سیاست‌های اداره راه و شهرسازی و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر زنجان دیده می‌شود؛ برای نمونه، ورودی و خروجی مجموعه گردشگری رختشویخانه در یک فضای به هم ریخته و نه چندان مطلوب جلوه می‌کند که اصل دعوت‌کنندگی فضا را بسیار تضعیف کرده است (در برخی از ابنیه تاریخی-فرهنگی شهر زنجان این مسئله به وضوح نمایان است) و می‌توان با رعایت اصل نفوذپذیری به واسطه ساماندهی مسیرهای منتهی به جاذبه‌ها و شاخص کردن ورودی‌های محلات از خیابان‌های اصلی به داخل محله به واسطه حذف چندین ابنیه ناسازگار، جاذبه گردشگری برای گردشگر خوانا بوده و حس دعوت‌کنندگی داشته باشد (شکل ۱۰).



شکل ۱۰. بیان نمونه تصویری فضای مورد مطالعه (عدم هم‌پیوندی کالبدی-عملکردی حریم مجموعه گردشگری با کاربری‌های مجاور)

✓ عامل «کیفیت بصری محیط» که بعد از عامل خوانایی اثر ناچیزی را در کیفیت محیطی محدوده مورد مطالعه و به تبع رضایت گردشگران نشان داده است؛ در بحث «آسایش بصری» در اکثر جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی دچار کاستی و نارسایی است و آلودگی نمادی از منظر ناهماهنگی نوع و رنگ مصالح در بدنه‌های فضاهای جمعی در مجاورت و حریم جاذبه‌های گردشگری مشخص است که مستلزم بازسازی جداره‌ها و کف مسیرها با مصالح هماهنگ با بافت است.

✓ نظر به میزان اثر و اهمیت نسبی پایین عامل «دسترسی» در کیفیت محیطی جاذبه‌های محدوده مورد مطالعه و رضایت گردشگران، بعد از دو عامل کیفیت بصری محیط و خوانایی؛ علاوه بر ارتقای تنوع مسیرهای دسترسی و

راه‌های منتهی به جاذبه و ایمن‌بودن پیاده در مقابل سواره؛ توسعه و ارتقای پیاده‌راه‌ها به‌ویژه در محدوده بافت تاریخی و مرکزی شهر زنجان (مثل پیاده‌راه سبزه‌میدان تا میدان انقلاب) پتانسیل‌های زیادی برای کارکردهای تجاری/ فرهنگی/ گردشگری و... دارند. این مناطق می‌توانند طوری طراحی شوند که جاذب گردشگر و جمعیت باشند و به‌واسطه آن حتی فستیوال‌ها یا تئاتر خیابانی (علاوه بر همایش باشکوه عزاداری حسینی و زینبیه و همایش‌های کارخانه کبریت) به وجود بیاید که موجب کنش‌های انسانی شود و موجب خاطره‌سازی و القای حس مکان خوب شود.

به‌طور کلی با توجه به نتایج فوق می‌توان اذعان کرد که به‌دلیل غلبه نگاه تکنوکرات محور و سازه‌گرا در قالب رهنمودهای برنامه‌های توسعه اقتصادی-اجتماعی ۵ ساله کشور و برنامه‌های توسعه کالبدی، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان در حیطه اختیارات و قدرت اجرایی خود به انجام فعالیت‌های توسعه‌ای از جمله مرمت و بازسازی ابنیه و... می‌پردازد، اما کافی نیست؛ زیرا ارتقای عوامل کیفیت محیطی فقط دربرگیرنده مداخله در محوطه داخلی ابنیه نیست، بلکه نیازمند تدوین ضوابط اختصاصی در حریم جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان، تعیین حریم فنی و اهمیت فرهنگی بناهای تاریخی، محدوده مداخله و طراحی بناهای مجاور مطابق با ضوابط اختصاصی با هماهنگی و مشارکت همه وزارتخانه‌ها و نهادهای ذی‌مدخل است. همچنین از آنجایی که براساس نتایج، مدیران اقامتگاه‌ها و مجموعه‌های گردشگری شهر زنجان ذهنیت و درک اندکی از مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری به‌ویژه در رابطه با فناوری‌های نوین دارند، پیشنهاد می‌شود در زمینه آمادگی و آشنایی آن‌ها در جهت برگزاری دوره‌های آموزشی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان توسط سازمان‌های مدیریت شهری دولتی و خصوصی ذی‌ربط برگزار شود.

منابع

آزاده، سید رضا؛ وارثی، حمیدرضا. (۱۳۹۸). تحلیلی بر اولویت‌های اجرایی در ارتقای کیفیت فضاهای گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر یزد). نشریه گردشگری شهری، دانشکده جغرافیا- دانشگاه تهران، دوره ششم، شماره ۳، صص ۴۱-۵۷.

<https://doi.org/10.22059/jut.2019.242274.389>

ابراهیمیان، الهام؛ سروری، هادی؛ ثقه الاسلامی، عمید الاسلام. (۱۳۹۶). نقش گردشگری شهری در ارتقای کیفیت محیطی فضاهای شهری. پنجمین کنگره بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران.

<https://civilica.com/doc/735446>

برزگر، صادق. (۱۳۹۷). سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری (مطالعه موردی: شهر گرگان). نشریه گردشگری شهری، دانشکده جغرافیا- دانشگاه تهران، دوره پنجم، شماره ۴، صص ۱-۱۸.

<https://doi.org/10.22059/jut.2019.268238.553>

بنتلی، ای‌ین؛ الکک، آلن؛ مورین، پال؛ مکگلین، سو؛ اسمیت، گراهام. (۱۳۸۶). محیط‌های پاسخده. ترجمه مصطفی بهزادفر، تهران: انتشارات دانشگاه علم و صنعت.

حسینی، میرزاحسن؛ سازور، اعظم. (۱۳۹۰). بهبود کیفیات خدمات گردشگری شهر یزد از دیدگاه گردشگران خارجی. مطالعات جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی - دانشکده مدیریت و حسابداری، دوره ششم، شماره ۱۶، صص ۱۴۲-۱۱۶.

<https://doi.org/10.22054/tms.2012.5093>

رفیعیان، مجتبی؛ تقوایی، علی اکبر؛ خادمی، مسعود؛ علی پور، روجا. (۱۳۹۱). بررسی تطبیقی رویکردهای سنجش کیفیت در طراحی فضاهای عمومی شهری. انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، دوره سوم، شماره ۱، صص ۴۳-۳۵.

<https://doi.org/10.30475/isau.2013.61953>

شیخی، احمدرضا؛ کوثری، مرتضی. (۱۴۰۱). عوامل جاذبه و دافعۀ مقاصد گردشگری با تأکید بر تجربۀ گردشگران فرهنگی فرانسوی ورودی به ایران. برنامه ریزی فضایی، دانشگاه اصفهان، دوره دوازدهم، شماره ۱، صص ۱۷-۳۲.

<https://doi.org/10.22108/sppl.2022.132089.1632>

علیمردانی، مسعود؛ مهدی نژاد، جمال الدین؛ افهمی، طلیمه. (۱۳۹۴). رشد کیفی فضای شهری به منظور ارتقای تعاملات اجتماعی (نمونه موردی: خیابان احمدآباد مشهد). دوفصلنامه هنرهای کاربردی، دانشگاه سمنان، دوره چهارم، شماره ۷، صص ۱۴-۵.

<https://dx.doi.org/10.22075/aaj.2016.2594>

قنبری، سیروس؛ فتاحی، احدالله؛ نصیری، خدیجه. (۱۳۹۸). سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری با استفاده از مدل کانو-سروکوال (مطالعه موردی: روستاهای دهستان سپیددشت، شهرستان خرم آباد، استان لرستان). مجله آمایش جغرافیایی فضا، دانشگاه گلستان، دوره نهم، شماره ۳۳، صص ۱۳۰-۱۱۵.

<https://doi.org/10.30488/gps.2019.91876>

کرمی، فریبا؛ زینلی، بهرام. (۱۳۹۴). کیفیت محصول مقاصد گردشگری، رضایت گردشگر و آینده گردشگر (مطالعه موردی: پارک ائل گلی تبریز). فصلنامه فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، دوره پانزدهم، شماره ۵۱، صص ۹۷-۱۱۹.

http://geographical-space.iau-ahar.ac.ir/search.php?slc_lang=fa&sid=1

کلاین، پل. (۱۳۹۴). راهنمای آسان تحلیل عاملی. مترجمان: اصغر مینایی؛ سید جلال صدرالسادات. چاپ چهارم. تهران: انتشارات سمت. کلکار، کوروش. (۱۳۸۰). مؤلفه های سازنده کیفیت در طراحی شهری. نشریه صفه، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی، دوره یازدهم، شماره ۳۲، صص ۳۸-۶۵.

کلکار، کوروش. (۱۳۹۱). آفرینش مکان پایدار: تأملاتی در باب نظریه طراحی شهری. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی. کلکار، کوروش. (۱۳۸۷). محیط بصری شهر؛ سیر تحول از رویکرد تزئینی تا رویکرد پایدار. فصلنامه علوم محیطی، دانشگاه شهید بهشتی، دوره پانزدهم، شماره ۴.

https://envs.sbu.ac.ir/article_96898_80bed0857e05e44c43fc0fc9950ae79b.pdf

لینچ، کوین (۱۳۸۶). تئوری شکل شهر، ترجمۀ سیدحسین بحرینی، چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران. محمدی، علیرضا؛ عباسی، محمدجواد؛ نوری، آذر. (۱۴۰۱). ارزیابی و رتبه بندی کیفیت محیطی جاذبه های گردشگری (موردپژوهی: مناطق پنج گانه شهر اردبیل). مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، دوره هجدهم، شماره ۱، صص ۱۲۵-۱۳۸.

<https://dorl.net/dor/20.1001.1.25385968.1402.18.1.9.6>

نصیری هنده خاله، اسماعیل؛ گنجی، نسرين. (۱۳۹۷). سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات شهری با استفاده از مدل کائو (مطالعه موردی: بوستان نهج البلاغه تهران). نشریه گردشگری شهری، دانشکده جغرافیا- دانشگاه تهران، دوره پنجم، شماره ۲، صص ۱۲۱-۱۳۴.

<https://doi.org/10.22059/jut.2018.240228.373>

Reference

- Adnan, S. F., & Omar, S. I. (2021). Assessing the tourists satisfaction of adventure lodges: a case study of Tadam Hill Resorts, Malaysia. *Journal of Ecotourism*, 1-16.
https://sppl.ui.ac.ir/article_26493_ccfebfde185e07154fc8c124296b6443.pdf
- Ali, Muhammad., & Raza, Syed Ali. (2017). Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28 (5-6), 559-577.
<https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1100517>
- Akama, John S., & Kieti, Damiannah Mukethe. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: a case study of Tsavo West National Park. *Tourism management*, 24 (1), 73-81.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00044-4)
- Butnaru, Gina Ionela., Ștefănică, Mirela., & Maxim, George Marius. (2014). Alternative method of quality evaluation in tourism. Case study applied in tourist accommodation units. *Procedia Economics and Finance*, 15, 671-678.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00538-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00538-3)
- Boit, Joanne Chebet. (2013). The role of destination attributes and visitor satisfaction on tourist repeat visit intentions to Lake Nakuru National Park, Kenya. Western Illinois University.
<https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=nerr>
- Blazeska, Daliborka., Ace, Milenkovski., & Sashko, Gramatnikovski. (2015). The quality of the tourist destinations a key factor for increasing their attractiveness. *UTMS Journal of Economics*, 6 (2), 341-353.
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/146368/1/85783861X.pdf>
- Carmona, M. (2021). *Public places urban spaces: The dimensions of urban design*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315158457>
- Cai, G., Xu, L., & Gao, W. (2021). The green B&B promotion strategies for tourist loyalty: Surveying the restart of Chinese national holiday travel after COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102704.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102704>
- Chen, Ching-Fu., & Chen, Fu-Shian. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism management*, 31 (1), 29-35.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Corneliu, Iatu., & Bulai, Mihai. (2011). New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*, 5(2), 165-174.
<https://www.researchgate.net/publication/283360314>
- Di Betta, Paolo., & Amenta, Carlo. (2013). Environmental quality and entrepreneurial activity in rural tourism in Italy. *Journal of Management and Sustainability*, 3 (1), 33-44.
<https://www.unipa.it/persona/docenti/d/paolo.dibetta/.content/documenti/2012-Rural-Tourism-Di-Betta-Amenta-10.5539jms.v3n1p33.pdf>
- Djeri, Lukrecija., Stamenković, Predrag., Blešić, Ivana., Milićević, Snežana., & Ivkov, Milan. (2018). An importance-performance analysis of destination competitiveness factors: case of Jablanica district in Serbia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31 (1), 811-826.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1456351>

Dmitrović, Tanja., Knežević Cvelbar, Ljubica., Kolar, Tomaž., Makovec Brenčič, Maja., Ograjenšek, Irena., & Žabkar, Vesna. (2009). Conceptualizing tourist satisfaction at the destination level. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(2), 116-126.

<https://doi.org/10.1108/17506180910962122>

Guan, H., & Guo, X. (2022). Coupling Coordination Analysis of Urban Tourism Environment Quality and the Tourism Economy: A Case Study of Nanjing City. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022.

<https://doi.org/10.1155/2022/9518122>

Guimarães, Pedro Porfírio Coutinho. (2017). An evaluation of urban regeneration: The effectiveness of a retail-led project in Lisbon. *Urban Research & Practice*, 10 (3), 350-366.

<https://doi.org/10.1080/17535069.2016.1224375>

Herzog, Thomas R. (1992). A cognitive analysis of preference for urban spaces. *Journal of environmental psychology*, 12 (3), 237-248.

[https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80138-0](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80138-0)

Haykal, Hamid Turki., & Abdullah, Sakar Yousif. (2018). Influence of street design characteristics on walkability: Case studies of two neighborhoods in Erbil. *Zanco Journal of Pure and Applied Sciences*, 30 (3), 44-55.

<https://doi.org/10.21271/ZJPAS.2018.30.3.6>

Marcussen, Carl H. (2011). Determinants of tourist satisfaction and intention to return. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59 (2), 203-221.

<https://hrcak.srce.hr/file/105712>

Neal, Janet D., & Gursoy, Dogan. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47 (1), 53-62.

<https://doi.org/10.1177/0047287507312434>

Osti, Linda., Disegna, Marta., & Brida, Juan Gabriel. (2012). Repeat visits and intentions to revisit a sporting event and its nearby destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 18 (1), 31-42.

<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1356766711428803>

Pearce, D (1998). *Tourism Today: A Geographical Analysis*. Harlow, Essex: Longman. 54 (2), 55-56.

Pereira, Helia Goncalves., Salgueiro, Maria de Fátima., & Rita, Paulo. (2016). Online purchase determinants of loyalty: The mediating effect of satisfaction in tourism. *Journal of Retailing and consumer Services*, 30, 279-291.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.003>

Project for Public Spaces Organization. (2020).

www.pps.org

Ritchie, Brent J. R., & Crouch, Geoffrey I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives. *Revista de Administração Pública, Set. /out. 2010*, 44 (5), 1049-1066.

<https://doi.org/10.1590/S0034-76122010000500003>

Siddiqui, Roomana N., & Pandey, Janak. (2003). Coping with environmental stressors by urban slum dwellers. *Environment and Behavior*, 35 (5), 589-604.

<https://doi.org/10.1177/0013916503254748>

Sukiman, Mohd. Fauzi., Omar, Shida. Irwana., Muhibudin, Masitah., Yussof, Izatul., & Mohamed, Badaruddin. (2013). Tourist Satisfaction as the Key to Destination Survival in Pahang. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 91, 78-87.

[doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.404](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.404)

Yuan, Jianqiong., Deng, Jinyang., Pierskalla, Chad., & King, Brian. (2018). Urban tourism attributes and overall satisfaction: An asymmetric impact-performance analysis. *Urban Forestry & Urban Greening*, 30, 169-181.

<https://doi.org/10.1016/j.ufug.2018.02.006>

Zhang, Z., Fisher, T., & Wang, H. (2023). Walk Score, Environmental Quality and Walking in a Campus Setting. *Land*, 12(4), 732.

Zhang, Y., Haseeb, M., Hossain, M. E., Hu, M., & Li, Z. (2023). Study on the coupling and coordination degree between urban tourism development and habitat environment in the Yangtze River Delta in China. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(6), 14805-14820.

<https://doi.org/10.1007/s11356-022-23135-0>

Zhong, Linsheng., Deng, Jinyang., Song, Zengwen., Ding, Peiyi. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of Environmental Management*, 92, 2972-2983.

<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.07.011>

