University of Sistan and Baluchestan

Geography and Territorial Spatial Arrangement

Print ISSN: 2345 - 2277 Online ISSN: 2783 - 5278

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 Abbasi [2], Maryam Mohammadloo [3]

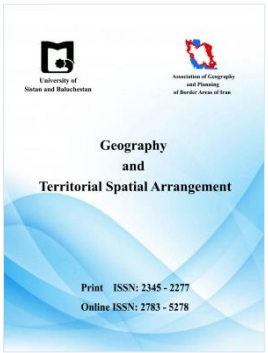
1. Ph.D in human geography and Spatial planning Department, Faculty of Earth Sciences. Shahid Beheshti university, Tehran. Iran
✉ E-mail: Mo_Abbasi@sbu.ac.ir
2. Ph.D in Geography and Urban Planning, Research Institute of Humanities and Social Studies, Tehran Branch, and teaching instructor of the Department 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/GAIJ.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



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

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.

© 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_ccfebfde185e07154fc8c124296b6443.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

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 qualitiy 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., Ştefănică, 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

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 Loorestan. 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

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/sppl.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

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

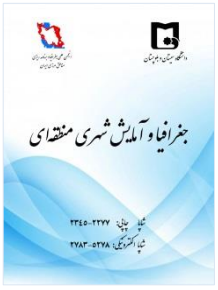
جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای
شاپا چاپی: ۲۳۴۵-۲۲۷۷ شاپا الکترونیکی: ۲۷۸۳-۵۲۷۸
دانشگاه سیستان و بلوچستان

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

محمدجواد عباسی [۱*]، قمر عباسی [۲]، مریم محمدلو [۳]

مقاله پژوهشی

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



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

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. جامعهٔ آماری پژوهش گردشگران سال ۱۴۰۰ شهر زنجان است. تعداد نمونهٔ لازم ۳۵۰ نفر و به‌منظور 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 محدودهٔ مورد مطالعه؛ همچنین، شاخص‌های انتخابی دربارهٔ رضایتمندی گردشگر از مدل آکاما و کیتی ۲۰۰۳ (مدلی برمبنای 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 محدودهٔ مورد مطالعه در وضع موجود تأثیر کم به میزان ۰/۳۱ بر رضایتمندی گردشگران دارند و از میان عامل‌های پنهان کیفیت محیطی؛ عامل خدمات معیّن گردشگری با ضریب تأثیر ۰/۸۳ و عامل خدمات عمومی شهری با ۰/۸۰ بیشترین نقش و اهمیت نسبی را داشته‌اند که نشانگر غلبهٔ نگاه بخشی‌نگر برنامه‌های کالبدی و برنامه‌های توسعهٔ اقتصادی-اجتماعی ۵ سالهٔ 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 گردشگری‌باهماهنگی‌ومشارکت‌همهٔ وزارتخانه‌ها و نهادهای‌ذی‌مدخل با الزامات قانونی و اجرایی کافی است.

مقدمه

در جهان کنونی بین کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری و رضایت گردشگران تعاملی پیچیده وجود دارد و شاخصی مهم برای توسعهٔ پایدار گردشگری است که به نوبهٔ خود بر بازگشت و پیشنهاد مقصد به دیگران تأثیر دارد (Guan & Guo, 2022: 1). رضایت گردشگران به‌طور عمده بیانگر رابطهٔ 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، دانشکدهٔ علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Mo_Abbasi@sbu.ac.ir
۲- دکتری‌تخصصی‌جغرافیا و برنامه‌ریزی‌شهری، پژوهشگاه علوم‌انسانی و مطالعات‌اجتماعی، جهاد دانشگاهی‌واحدتهران و مربی‌آموزشی‌گروه جغرافیای‌دانشگاه زنجان،ایران. Abbasi.ghamar@znu.ac.ir
۳- دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری گرایش برنامه ریزی فضایی و مجتمع های فضایی، دانشکدهٔ علوم اجتماعی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. Maryam.Mohammadlo@znu.ac.ir

دربارهٔ نحوهٔ بهترشدن مقاصد و انطباق بهتر آن‌ها با نیازهای گردشگران کمک مؤثری می‌کند (Ali & Raza, 2017: 561) درنتیجه به تواناسازی نقاط قوّت مقاصد، رفع ضعف و عوامل بحرانی؛ از دیدگاه گردشگران شناسایی و به مقاصد گردشگری برای بهبود کیفیت محصولات/ خدمات مورد علاقهٔ 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 توسعهٔ 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 به‌دنبال 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 توسعهٔ گردشگری همگام با تحولات جهانی، توجه به معیارهای کیفیت محیطی جاذبه‌ها و مقاصد کشور درجهت رضایت گردشگرن 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 توسعهٔ گردشگری در شهرهای ایران محقق خواهد شد. شهر زنجان نیز با دارابودن جاذبه‌های گردشگری متعدد و پیشینهٔ 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 نحوهٔ 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؛ بدین‌منظور پژوهش حاضر درصدد ارزیابی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری در مناطق چهارگانهٔ شهر و مدلسازی اثرات بر رضایتمندی گردشگران و به‌دنبال 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 محدودهٔ مورد مطالعه در چه سطحی است؟
- آیا بین کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدودهٔ مورد مطالعه و میزان رضایتمندی گردشگران رابطهٔ معناداری وجود دارد؟

ادبیات موضوع

کیفیت محیطی عبارت است از شرایط اجتماعی، فرهنگی و کالبدی محیط شهری که نشان‌دهندهٔ 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 خواستهٔ مشتری تعریف شده است (حسینی و سازور، ۱۳۹۰: ۱۲۲). در این زمینه، مشتریان یا دریافت‌کنندگان خدمت، کیفیت خدمت را با مقایسهٔ 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 دربارهٔ آن‌ها به اجماع نرسیده‌اند. به‌طورکلی، 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 معیّن 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؛ ازاین‌رو در ادامه به واکاوی دو مفهوم کیفیت محیطی فضا و رضایتمندی گردشگر پرداخته می‌شود:

کیفیت محیطی فضا: کیفیت محیطی یک مفهوم چندبُعدی 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 کیفیت‌جاذبه‌های‌گردشگری‌است (Zhonget 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 2012al,: 34). افزایش رضایت گردشگران یکی از توابع عملکردهای اولیهٔ مقاصد گردشگری بوده و یک پیش‌نیاز برای توسعهٔ 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، به‌دست‌آوردن تصویر بهتر از مقاصد و بازدید مجدد یا تکرار مراجعه و همچنین توصیهٔ مقاصد به سایر گردشگران ضرورت دارد (Marcussen, 2011: 206). به عقیدهٔ نیل و گورسوی[1] (۲۰۰۸) رضایت از مصرف کالاها و خدمات گردشگری عمدتاً در سه مرحلهٔ 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 تجربهٔ پس از بازدید تعریف می‌شود که بیانگر رابطهٔ مفهومی تصور ذهنی گردشگر دربارهٔ مقاصد و میزان رضایتمندی او از مقاصد است (Chen and Chen, 2010: 34). با توجه به موارد مطرح‌شده، می‌توان

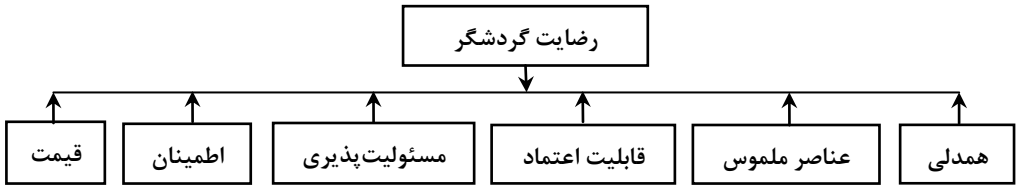
1. Neal and Gursoy

یکی از مطالعات موجود در زمینهٔ رضایتمندی گردشگران؛ مطالعهٔ خوونگ و لوان[1] (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 جامعهٔ محلی و دولت در زمینهٔ زیرساخت، فرهنگ، مذهب و...)؛
- ✓ قیمت: (هزینهٔ استفاده از جاذبه‌ها، خدمات و...)؛
- ✓ فعالیت‌های تفریحی: (سرگرمی و اوقات فراغت)؛
- ✓ دسترسی به خدمات: (مقرون‌به‌صرفه‌بودن، راحتی‌حمل‌ونقل،اطلاعات، توزیع‌جغرافیایی‌فعالیت‌هاومقاصد گردشگری).

آکاما و کیتی[2] (۲۰۰۳) نیز برای بررسی رضایت گردشگران از مدلی استفاده کرده که شاخص‌های متعددی ازجمله عناصر ملموس، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان و قیمت را بررسی می‌کنند. این مدل برگرفته از «مدل سروکوال پاراسورمان[3]» است. آکاما و کیتی در این مدل علاوه‌بر به‌کارگیری پنج شاخص رضایتمندی سروکوال (عناصر ملموس، اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان و همدلی) به این نتیجه رسیدند که قیمت و ارزش ادراک‌شده نیز جزو شاخص‌های مهم در سنجش رضایت گردشگر محسوب می‌شود. آکاما و کیتی در این مدل، گزاره‌های عملکرد را با درنظرگرفتن شش بُعد، اندازه‌گیری می‌کنند:

- عناصر ملموس: جذابیت‌های بصری، مرکز اطلاعات، تجهیزات مدرن بازدید، سیستم‌های حمل‌ونقل، ظاهر کارکنان؛
- قابلیت اعتماد: اطلاعات سریع و به‌روز، فراهم‌کردن خدمات در زمان وعده داده شده، اهمیت‌دادن به خواستهٔ مشتری؛
- مسئولیت‌پذیری: علاقه به کمک به گردشگر، پاسخگویی به سؤالات و اطلاع‌رسانی به گردشگران؛
- اطمینان: مکان‌های تفریحی امن، داشتن دانش درجهت پاسخگویی به سؤالات گردشگران؛
- همدلی: ساعات بازگشایی مناسب، داشتن توجه شخصی به گردشگران، درک نیازهای خاص گردشگران؛
- قیمت و ارزش ادراک‌شده: قیمت‌گذاری مسئولانه، امکانات پذیرایی و اقامت ارزان‌قیمت (شکل ۱).

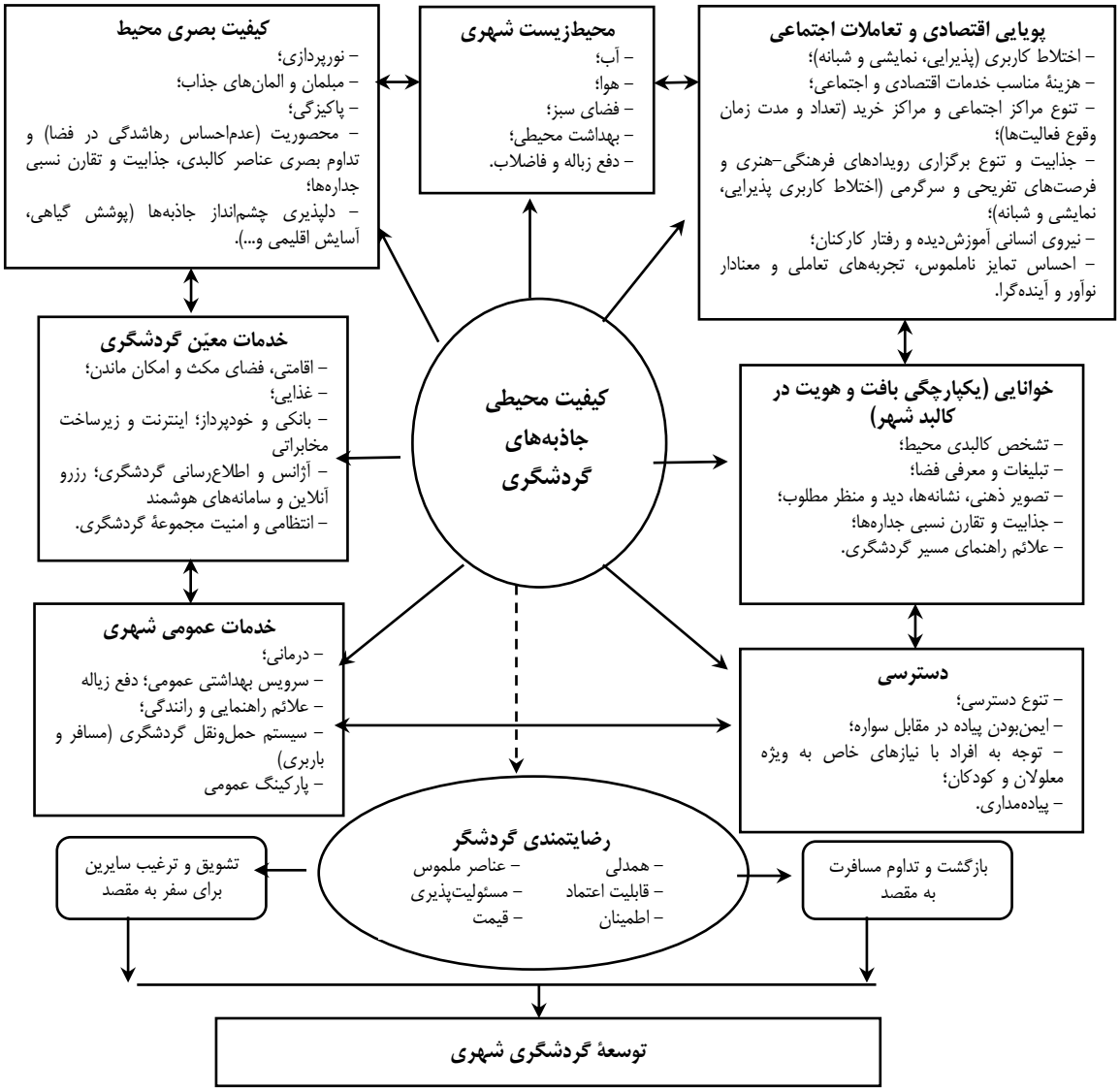


شکل ۱. مدل رضایت گردشگر آکاما و کیتی (۲۰۰۳)

(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:

1. Khuong and Luan
2. Akama and kieti
3. Servqual Parasuraman



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))

پیشینهٔ پژوهش

ادبیات مربوط به کیفیت در گردشگری و تفریحات، به اوایل دههٔ ۱۹۶۰ میلادی بازمی‌گردد و بعد از دههٔ 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 زمینهٔ معیارها و اصول کیفیت‌های محیط و فضا، مطالعاتی را انجام‌داده‌اند که‌می‌توان به ایان بنتلی[1]، جین جیکوبز[2]، متیو کرمونا[3] و کوین‌لینچ[4] 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

نظریه‌پرداز	اصول پیشنهادی	مأخذ
ایان بنتلی	نفوذپذیری/ خوانایی/ گوناگونی/ انعطاف‌پذیری/ تناسبات 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/ انعطاف‌پذیری/ خوانایی/ تناسبات 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
کوین لینچ	سرزندگی/ معنی/ سازگاری/ دسترسی/ نظارت و اختیار/ کارایی/ عدالت	لینچ، ۱۳۸۶

در زمینهٔ کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی گردشگران، تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است که به‌صورت موردی به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: بویت[1] (۲۰۱۳) میزان رضایتمندی گردشگران از ویژگی‌های پارک ملّی 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 دوبارهٔ گردشگر و میزان رضایتمندی را کاهش داده است. بلازسکاو[2] (۲۰۱۵)، در پژوهشی دربارهٔ کیفیت مقصدهای گردشگری به‌عنوان یک عامل مهم در افزایش جذابیت آن‌ها با ارزیابی کیفیت مقصدهای گردشگری در بین گردشگران داخلی و خارجی به این نتیجه رسیده‌اند که عدم‌رضایت از زیرساخت‌های جاده‌ای، قیمت خدمات و شرایط اقامت به همراه جاذبه‌ها باید مورد بررسی بیشتر قرار گیرد. یوان[3] و همکاران (۲۰۱۸) با استفاده از مدل IPA[4] به ارزیابی وضعیت رضایتمندی از کیفیت فضاهای گردشگری در شهر ساوانا پرداخته‌اند. درنهایت، 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 نسبت‌به 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 عومل 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 پنج‌گانهٔ شهر اردبیل» ضمن بررسی وضعیت پراکنش فضایی عناصر گردشگری شهر اردبیل نشان داده‌اند که از نظر شاخص‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری، در مناطق پنج‌گانهٔ شهر اردبیل نابرابری وجود دارد.

با توجه به مرور پیشینهٔ 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، به‌واسطهٔ استفاده از

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

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

روش اجرای پژوهش

مطالعهٔ 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. جامعهٔ آماری پژوهش حاضر، گردشگران شهری محدودهٔ مورد مطالعه در سال ۱۴۰۰ است که به شهر زنجان سفر کرده‌اند. برای تعیین تعداد نمونهٔ آماری از آنجایی‌که 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)؛ ازاین‌رو در این تحقیق با توجه به ۷ شاخص و ۳۵ گویه انتخابی کیفیت محیطی جاذبه‌ها، تعداد ۳۵۰ گردشگر به‌عنوان جامعهٔ 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 حوزهٔ گردشگری استان زنجان و استادان دانشگاه، توزیع و تکمیل شد. همچنین شاخص‌های انتخابی دربارهٔ رضایتمندی گردشگر که شامل ۶ شاخص و ۲۸ گویهٔ مدل آکاما و کیتی استخراج و انتخاب شده است. جامعهٔ آماری این پژوهش عبارت است از همهٔ 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 درجهت مدل‌سازی اثرات کیفیت محیطی جاذبه‌های محدودهٔ مورد مطالعه بر رضایت گردشگران استفاده شد. برهمین‌مبنا و درجهت پاسخ به سؤالات اصلی پژوهش حاضر، در ادامهٔ شاخص‌های کیفیت محیطی‌جاذبه‌های‌گردشگری شهری و شاخص‌های رضایتمندی‌گردشگری‌به 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	هزینهٔ 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؛
	ES5	نیروی انسانی آموزش‌دیده و رفتار کارکنان؛
	ES6	احساس تمایز ناملموس، تجربه‌های تعاملی، معنادار نوآور و آینده‌گرا.
دسترسی	Ac1	تنوع مسیرهای دسترسی و راه‌های منتهی به جاذبه؛
	Ac2	ایمن‌بودن پیاده در مقابل سواره؛
	Ac3	توجه به افراد با نیازهای خاص به‌ویژه معلولان؛
	Ac4	پیاده‌مداری؛

محیط‌زیست شهری	En1	آب؛
	En2	هوا؛
	En3	فضای سبز؛
	En4	بهداشت محیطی؛
	En5	دفع زباله و فاضلاب؛
کیفیت بصری محیط	Vi 1	نورپردازی؛
	Vi 1	مبلمان و المان‌های جذاب؛
	Vi 3	پاکیزگی؛
	Vi 4	محصوریت (عدم‌احساس رهاشدگی در فضا) و تداوم بصری عناصر کالبدی؛
	Vi 5	دلپذیری چشم‌انداز جاذبه‌ها (پوشش گیاهی، آسایش اقلیمی و...)؛
خوانایی (یکپارچگی بافت و هویت در کالبد شهر)	Re1	تشخص کالبدی محیط؛
	Re2	تبلیغات و معرفی فضا؛
	Re3	تصویر ذهنی، نشانه‌ها، دید و منظر مطلوب؛
	Re4	جذابیت و تقارن نسبی جداره‌ها؛
	Re5	علائم راهنمای مسیر گردشگری.
خدمات معیّن گردشگری	Su1	اقامتی، فضای مکث و امکان ماندن (میزان درگیرشدن در فضا)
	Su2	غذایی؛
	Su3	بانکی و خودپرداز؛ اینترنت و زیرساخت‌های مخابراتی
	Su4	امکان رزرو آنلاین اقامتگاه و سامانه‌های هوشمند گردشگری
	Su5	انتظامی و امنیت مجموعهٔ گردشگری. آژانس و اطلاع‌رسانی گردشگری
خدمات عمومی شهری	Ge1	درمانی؛
	Ge2	سرویس بهداشتی عمومی و دفع زباله مناسب و بهداشتی
	Ge3	علائم راهنمایی و رانندگی؛
	Ge4	سیستم حمل‌ونقل گردشگری (مسافر و باربری)؛
	Ge5	پارکینگ عمومی و خصوصی؛

(منبع: یافته‌های پژوهش حاضر با استفاده از منابع در دسترس مبانی نظری (۱۴۰۱) و با اقتباس از:
(Guimarães, 2017: 353); (Haykal & Abdullah, 2018: 44); (Project for Public Spaces Organization, 2020); (Siddiqui and Pandey, 2003: 596); (Herzog, 1992: 241), (گلکار، ۱۳۹۱: ۸۱)؛ (گلکار، ۱۳۸۷: ۱۰۹)؛ (لینچ، ۱۳۸۶)؛ (بنتلی و همکاران، ۱۳۸۶).

جدول ۳. شاخص‌ها و سنجه‌های رضایتمندی گردشگری برمبنای مدل رضایت گردشگر آکاما و کیتی (۲۰۰۳)

کد	ابعاد	گویه‌ها
Sat1	عناصر ملموس	امکانات و تجهیزات فیزیکی خوب و باکیفیت مکان‌های گردشگری
		ظاهر آراسته و مرتب کارکنان مستقر در اماکن گردشگری
		رضایت از زیبایی و کیفیت مکان‌های گردشگری
		رضایت از دسترسی به فضای سبز و پارک مکان تفریحی
		رضایت از کیفیت اسکان گردشگران
		علائم راهنمای مسیریابی
Sat2	قابلیت اعتماد	ارائهٔ خدمات در زمان وعده‌داده‌شده
		دانش و تخصص کافی کارکنان برای پاسخگویی به سؤالات گردشگران
		ارائهٔ جزئیات کافی و قابل‌فهم دربارهٔ آثار به نمایش گذاشته شده در اماکن گردشگری
		میزان همکاری و راهنمایی جامعهٔ میزبان

		صداقت و انصاف جامعهٔ میزبان
Sat3	مسئولیت‌پذیری	قابلیت میزبان در افزایش سطح دانش بازدیدکنندگان
		گوش‌دادن به سؤالات بازدیدکنندگان و ارائهٔ اطلاعات صحیح از طرف راهنمایان
		رضایت از برنامه‌ریزی در منطقهٔ گردشگری
		ارائهٔ سریع خدمات به بازدیدکنندگان
Sat4	اطمینان	تجهیزات امنیتی برای مقابله با حوادث غیرمترقبه و مخاطرات احتمالی مانند تجهیزات اطفای حریق
		رضایت از نحوهٔ همکاری و راهنمایی جامعهٔ میزبان
		اطمینان از اصالت آثار اماکن گردشگری
		ضوابط و مقررات درجهت حفظ حقوق گردشگران
Sat5	همدلی	درک نیازهای خاص بازدیدکنندگان
		رفتار دوستانهٔ کارکنان با گردشگران
		ارائهٔ رایگان بروشور یا نقشهٔ 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
Sat6	قیمت و ارزش ادراک‌شده	قیمت‌گذاری مسئولانه
		قیمت مناسب امکانات پذیرایی و اقامت
		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))

محدودهٔ مورد مطالعه

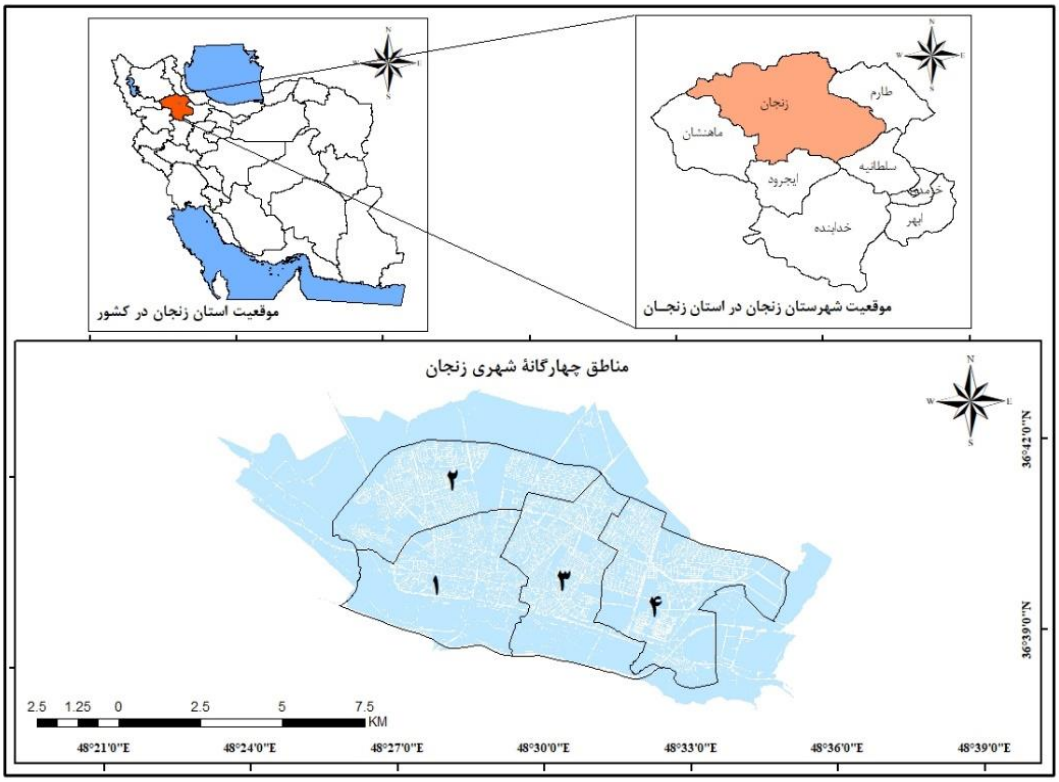
– مطالعهٔ کاربردی (قلمروی جغرافیایی پژوهش)

شهر زنجان به‌عنوان یکی از کهن‌ترین شهرهای ایران در موقعیت ۳۶ درجهٔ عرض شمالی و ۴۸ درجهٔ 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 مجموعهٔ جاذبه‌ها و بناها و نتایج به‌دست‌آمده اعم از نوع جاذبه در قالب جدول ۴ و شکل ۳ بیان شده است که در ادامهٔ پژوهش به آن‌ها اشاره شده است:

جدول ۴. جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان

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

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

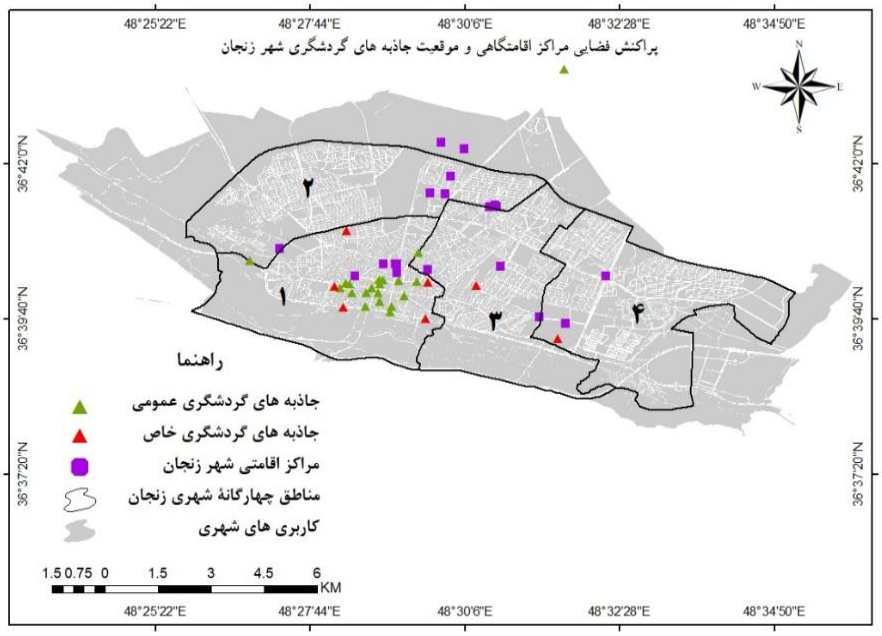


شکل ۳. موقعیت شهر زنجان در کشور

(منبع: سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۴۰۰)

یافته‌ها

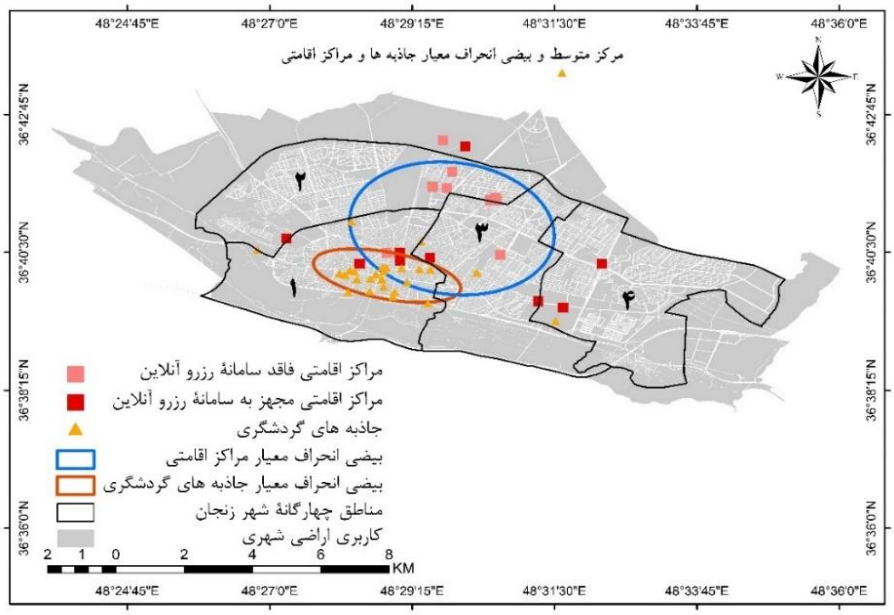
بررسی پراکنش فضایی عناصر گردشگری در شهر زنجان مطابق با شکل ۴ نشـان مـی‌دهـد کـه تـراکم جاذبـه‌هـای تاریخی و فرهنگی گردشگری در بافت مرکزی شهر (منطقهٔ یک) بیشتر است و توزیع فضایی بیشترین مراکز اقـامتی گردشگران غیر از منطقهٔ یک، در شمال شهر، در مجاورت دانشگاه علوم پزشکی، دانشگاه آزاد اسلامی، دانشگاه علـوم پایه، مجتمع ادارات و مجموعهٔ تفریحی-ورزشی گاوازنگ است که دومین نقطهٔ پرتراکم از نظـر دسترسـی بـه مراکـز اقامتی است (شکل ۴).



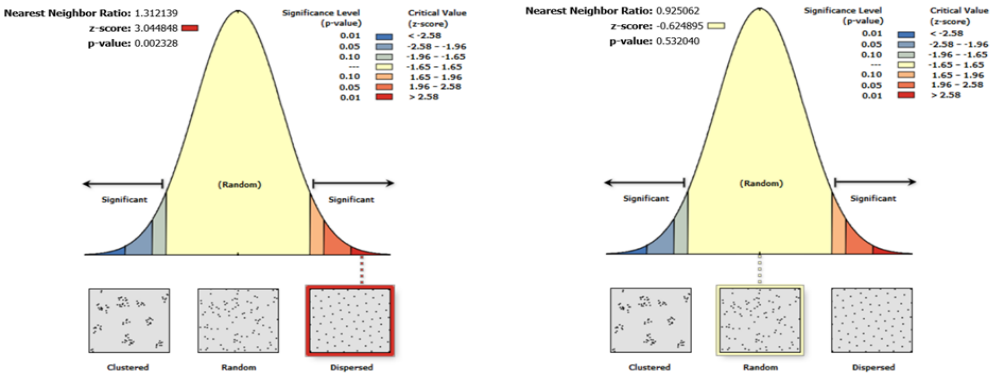
شکل ۴. پراکنش فضایی عناصر گردشگری شهر زنجان

(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 سابقهٔ بالا در شهر زنجان تا حدی متناسب با جاذبه‌های گردشگری هستند و تقریباً به‌صورت 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 محدودهٔ 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 منطقهٔ یک و بافت مرکزی شهر قرار دارد. لیکن مراکز اقامتی علاوه بر منطقهٔ یک به سمت ضلع شمالی و شرقی شهر پراکنده شده‌اند که این تحول در دههٔ اخیر اتفاق افتاده است. همچنین اکثر مراکز اقامتی به سامانهٔ 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؛ ازاین‌رو، 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 ویژهٔ آن‌ها بزرگ‌تر از ۱ باشد. براین‌اساس، تعداد ۷ عامل که مقدار ویژهٔ آن‌ها بزرگ‌تر از عدد ۱ بود، استخراج شد. یافته‌ها نشان می‌دهد هفت عامل شناسایی‌شده توانسته‌اند ۶۸ درصد واریانس اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین کنند. درصد تبیین هریک از عوامل شناسایی‌شده به‌ترتیب 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 استخراج‌شده 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	جاذبهٔ 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[1] استفاده شد؛ متغیرهایی که بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵۰ شناسایی و با هم تشکیل عامل داده‌اند و درنهایت عامل‌ها نام‌گذاری شدند؛ به‌طوری‌که کیفیت محیطی از هفت مؤلفهٔ اصلی، شامل: پویایی تعاملات اقتصادی و اجتماعی، دسترسی، محیط‌زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معیّن گردشگری و خدمات عمومی شهری ساخته شد و مؤلفهٔ رضایتمندی شامل شش متغیر: عناصر ملموس، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان، همدلی، و قیمت و ارزش ادراک شده است.

- بررسی وضعیت رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری محدودهٔ مورد مطالعه

در ادامه، برای محاسبهٔ مطلوبیت میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری، با استفاده از آزمون T تک‌نمونه‌ای با درنظرگرفتن عدد ۳ به‌عنوان عدد مبنا (تفاوت در سطح ۰/۰۱ معناداری)، نشان داد که میانگین محاسبه‌شده (با مقدار ۲/۶۴) پایین‌تر از حد متوسط است. براین‌اساس، 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

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

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

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

توصیف متغیرهای مشاهده‌شده[2] (معرف‌ها): براساس متغیرهای مشاهده‌شده و مدل ساختاری سنجش اثرات آن‌ها با نتایج اعتبارسنجی اولیهٔ براساس آزمون آلفای کرونباخ، نشان‌دهندهٔ ضعف کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدودهٔ مورد مطالعه است و میانگین هیچ‌کدام از گویه‌ها حتی حد متوسط طیف (عدد ۳) هم نمی‌رسد.

پس از توصیف گویه‌ها به‌عنوان متغیرهای مشاهده‌شده، در ادامهٔ پژوهش حاضر، به مدلسازی ساختاری زیرمقیاس‌های هفت‌گانهٔ کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی پرداخته می‌شود. هدف اصلی در این مرحله بررسی این مسأله است که با توجه به ساختار داده‌ها و رابطهٔ بین متغیرهای مشاهده‌شده، آیا می‌توان مدل معتبری برای سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری مطابق با تقسیم‌بندی نظری ارائه‌شده در جدول ۴ پیشنهاد کرد؟ و در صورت امکان‌پذیری، اهمیت نسبی و ضریب تأثیر هریک از متغیرهای فوق به چه میزانی است؟

1. Varimax
2. Observed variables

- تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری

✓ مدل‌های اندازه‌گیری[1]: تحلیل عاملی تأییدی و سنجش اعتبار مقیاس‌ها

ابتدا هفت تحلیل عاملی تأییدی (CFA) یک عاملی برای ایجاد و سنجش اعتبار هفت مقیاس (پویایی اقتصادی و تعاملات اجتماعی، دسترسی، محیط‌زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معیّن گردشگری، خدمات عمومی شهری)؛ به‌عنوان مؤلفه‌های سنجش کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و یک مؤلفهٔ رضایتمندی برای سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری را در محیط نرم‌افزار Amos Graphics ترسیم و تحلیل شدند. نمودارهای مسیر این هشت مقیاس را براساس متغیرهای مشاهده‌شده؛ همراه با برآورد استاندارد ضرایب رگرسیونی، شاخص کای‌اسکوئر و سطح معنی‌داری آن نشان داد که «بارهای عاملی» مربوط به هریک از متغیرهای مؤلفه‌های هفت‌گانهٔ کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی در وضعیت مطلوبی قرار دارند. همان‌طور که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، وضعیت همهٔ معیارهای برآوردشده با مقادیر مطلوب (معیارهای پیشنهادی) همخوانی بالایی داشته و درمجموع می‌توان ادعا کرد که مدل‌های اندازه‌گیری ترسیم‌شده، شرایط و اعتبار لازم برای طراحی مدل نهایی پژوهش (اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی‌جاذبه‌های‌گردشگری بر میزان‌رضایتمندی‌گردشگران) را دارا هستند (جدول ۷).

جدول ۷. شاخص‌های برازش مدل‌های اندازه‌گیری زیرمقیاس‌های هفت‌گانهٔ کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی

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

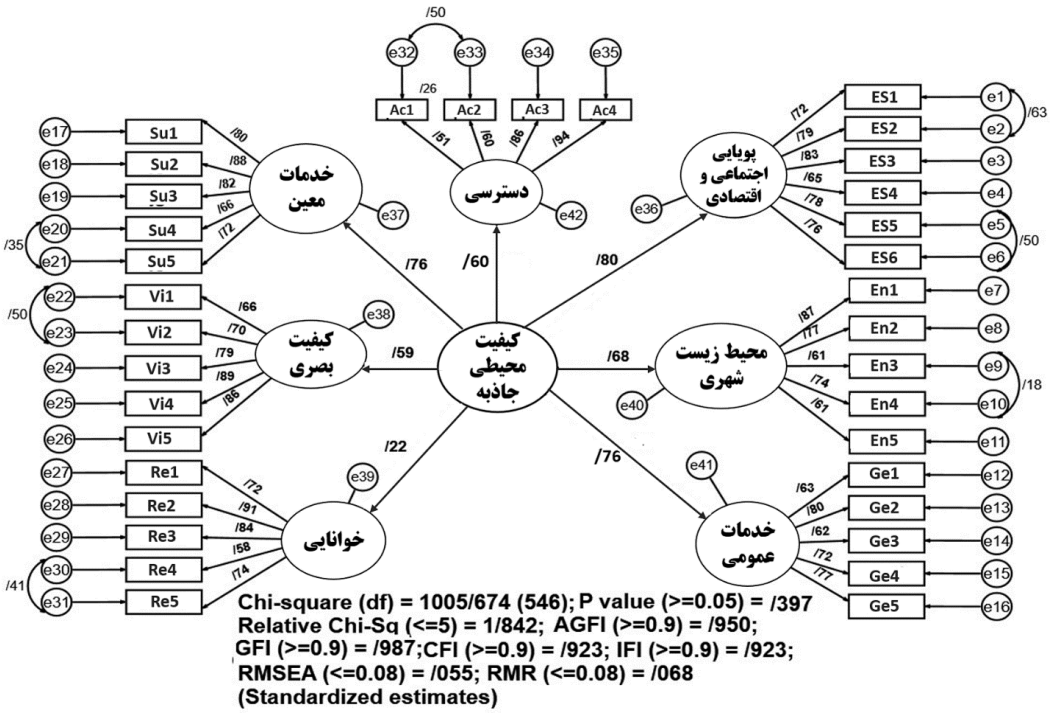
(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۱)

✓ مدل تحلیل عاملی تأییدی هفت‌عاملی مرتبهٔ دوم برای تحلیل متغیر پنهان کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری

پس از شناسایی نماگرها و شاخص‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری، ابتدا براساس مدل مفهومی پژوهش برمبنای شاخص‌های کیفیت محیطی از مدل عاملی مرتبهٔ دوم که خود نوعی از مدل‌های معادلات ساختاری هستند، استفاده شد. نتایج حاصل از آزمون مدل مرتبهٔ دوم نشان می‌دهد که شاخص‌های پویایی تعاملات اقتصادی و اجتماعی، دسترسی، محیط‌زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معیّن گردشگری و خدمات عمومی شهری قادرند کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری را اندازه‌گیری کنند. شکل ۷ بارهای عاملی (پارامترهای لامبدا) مدل کیفیت محیطی را در حالت استاندارد نشان می‌دهد که عامل پویایی اقتصادی و اجتماعی با امتیاز و اهمیت

[1]. 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 مرتبهٔ دوم برای برآورد و تحلیل سنجش کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری شهری محدودهٔ مورد مطالعه همراه با برآورد استاندارد

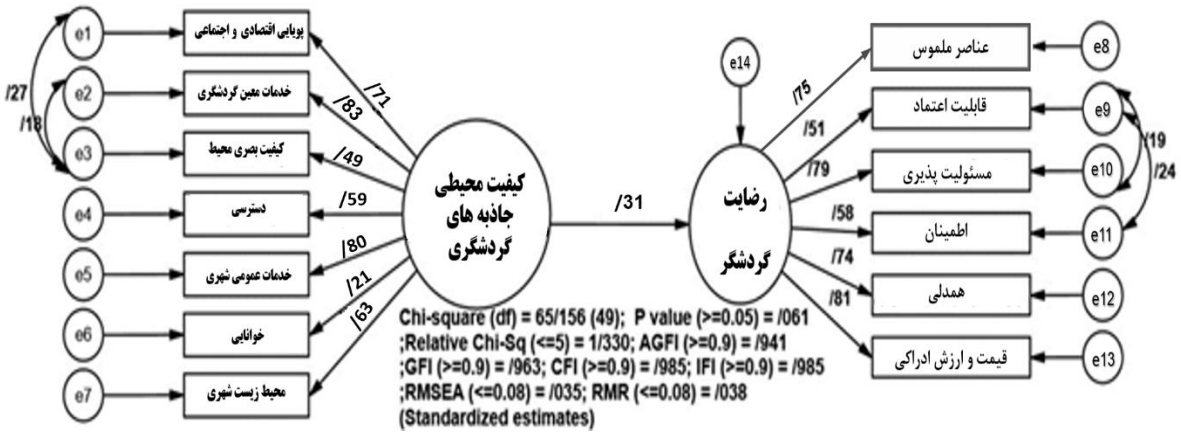
همان‌گونه که در شکل ۷ مشخص است، پس از برازش کلیت متغیر مستقل و وابستهٔ پژوهش در قالب مدل اندازه‌گیری در محیط Amos Graphics، مدل اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی ترسیم شده است. نتایج حاصل از شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهد که مدل دارای برازش مناسب و قابل‌قبول است، مقدار خی‌دو برابر با ۱/۸۴۲ کوچک‌تر از ۵ است که با توجه به مقدار p که ۰/۳۹۷ است، حاکی از عدم‌تفاوت بین مدل نظری و تجربی تحقیق دارد. همچنین دیگر شاخص‌های برازش 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 به‌ترتیب برابر است با ۰/۹۲۳ که نشان از برازش مدل مناسب پژوهش دارد. به‌طورکلی، 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 معیّن گردشگری ۰/۷۶ و خدمات عمومی شهری ۰/۷۶، محیط‌زیست شهری ۰/۶۸، دسترسی ۰/۶۰، کیفیت بصری محیط ۰/۵۹ و خوانایی با کمترین ضریب تأثیر و اهمیت نسبی به میزان ۰/۲۲»، به‌دست آمده است. مراجعه به برآوردهای استاندارد، نسبت‌های بحرانی و سطوح معنی‌داری نیز نشان می‌دهد که همهٔ این برآوردهای استاندارد در سطح معنی‌دار هستند. نهایتاً شاخص‌های برازش این مدل همراه با مقادیر معیار پیشنهادشده برای ارزیابی آن‌ها، در جدول ۸ آمده است.

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی مرتبهٔ 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 رابطهٔ میان کیفیت محیطی و رضایتمندی گردشگران، مدل ساختاری با همهٔ متغیرهای پنهان، مشاهده شده و خطا تشکیل شد. یافته‌ها شکل ۸ نشان می‌دهد که کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدودهٔ مورد مطالعه تأثیر ناچیزی با ضریب ۰/۳۱ بر رضایتمندی گردشگران دارند و در بین عامل‌های پنهان کیفیت محیطی، متغیر خدمات معیّن گردشگری با ۰/۸۳ بیشترین نقش را داشته است و عامل خدمات عمومی شهری با ضریب تأثیر ۰/۸۰ در مرتبهٔ دوم قرار دارد. براین‌اساس، شاخص‌های برازش این مدل همراه با مقادیر معیار پیشنهادشده 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	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 ادامهٔ 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. بالاتربودن نسبت بحرانی برآوردشده (۱/۹۴۳) نیز نشان‌دهندهٔ 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 درمجموع، مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری توانسته‌اند حدود ۳۱ درصد واریانس رضایتمندی گردشگران را تبیین کند و مؤلفه‌های خدمات معیّن گردشگری با ضریب ۰/۸۳ و خدمات عمومی شهری با ضریب ۰/۸۰ نقش بیشتری در رضایتمندی گردشگران محدودهٔ 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؛ ازاین‌رو 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 ویژهٔ آن‌ها بزرگ‌تر از ۱ باشد که هفت عامل شناسایی‌شده توانستند ۶۸ درصد واریانس اثرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین کنند؛ به‌طوری‌که کیفیت محیطی از هفت مؤلفهٔ اصلی، شامل: پویایی تعاملات اقتصادی و اجتماعی، دسترسی، محیط‌زیست شهری، کیفیت بصری محیط، خوانایی، خدمات معیّن گردشگری و خدمات عمومی شهری ساخته شد و مؤلفهٔ رضایتمندی شامل شش متغیر: عناصر ملموس، قابلیت اعتماد، مسئولیت‌پذیری، اطمینان، همدلی و قیمت و ارزش ادراک شده است.

در ادامهٔ پژوهش، پراکنش فضایی عناصر گردشگری نمایش داده شد و تحلیل فضایی محدوده نشان داد که جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان بیشتر در منطقهٔ یک و مرکز شهر استقرار دارند، اما مراکز اقامتی گردشگری محدودهٔ مورد مطالعه الگوی پراکنش فضایی تصادفی را به‌دلیل احداث اقامتگاه‌های جدید در ضلع شمالی و شرقی شهر را نشان می‌دهد؛ ازاین‌رو می‌توان نتیجه گرفت احداث اقامتگاه‌های جدید سمت شمال و شرق شهر در دههٔ اخیر به‌دلیل وجود جاذبهٔ گردشگری تفریحی گاوازنگ، نمایشگاه، مراکز دانشگاهی، مجتمع ادارات و... است. همچنین تعداد کمی از اقامتگاه‌ها به فناوری‌های نوین الکترونیک ازجمله سامانهٔ رزرو آنلاین متصل هستند که نیازمند برنامه‌ریزی‌منسجم و یکپارچهٔ 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 محدودهٔ 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 محدودهٔ مورد مطالعه آسیب‌شناسی و الگوی مناسب و نوین برای

برنامه‌ریزی اتخاذ کنند. نتیجهٔ این بخش از تحقیق با نتایج پـژوهش آزاده و وارثـی (۱۳۹۸) مبنـی بـر پـایین‌بـودن رضایت گردشگران از کیفیت فضاهای گردشگری شهر یـزد بـه میـزان ۲/۸۵ همخـوانی دارد، امـا متفـاوت از نتـایج پژوهش سوکی‌من و همکاران[1] (۲۰۱۳) مبنی بر موفقیت در جلب رضایت گردشگران ایالـت پاهانـگ[2] مـالزی اسـت. همچنین ضریب همبستگی بین متغیرهای مکنون و متغیرهای آشکار کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشـگری نشـان می‌دهد که عوامل و متغیرهای مکنون شناسایی‌شده مطرح شده در پژوهش توانسته‌انـد ۶۸ درصـد واریـانس اثـرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران را تبیین کنند و عامل پویـایی اقتصـادی و اجتماعی با اهمیت نسبی و ضریب تـأثیر ۰/۸۰ دارای بیشـترین بـار عـاملی اسـت. درنهایـت بـا مدلسـازی اثـرات مؤلفه‌های کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگران مشخص شـد کـه مـدل دارای بـرازش و قدرت تبیین‌کنندگی مناسب است و متغیرهای کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری محدودهٔ مورد مطالعه به میـزان اهمیت نسبی ۰/۳۱ بر رضایتمندی گردشگران تـأثیر دارنـد کـه وضـعیت ضـعیف را نمایـان مـی‌کنـد و از میـان ایـن متغیرهای مکنون مؤثر کیفیت محیطی در رضایت گردشگر؛ عامل خدمات معـیّن گردشـگری بـا میـزان تـأثیر ۰/۸۳ و عامل خدمات عمومی شهری با ۰/۸۰ بیشترین میزان تأثیر را داشته‌اند. نتایج ایـن بخـش بـا نتـایج پـژوهش قنبـری و همکاران (۱۳۹۸) مبنی بر شکاف عمیق بین انتظارات و ادراکـات گردشـگران از کیفیـت محیطـی مقاصـد گردشـگری خرم‌آباد همخوانی دارد و در این پژوهش نیز کیفیت خدمات معیّن گردشگری بیشـترین تـأثیر را در رضـایت گردشـگر دارد. از سوی دیگر با نتایج تحقیق دی‌بتا و آمنتا[3] (۲۰۱۳) که بیان می‌دارد فعالیت‌های گردشگری در ایتالیا به‌خوبی بـا بحث کیفیت محیطی پیوند نخورده است، همسویی دارد و متفاوت از نتایج پژوهش کرمی و زینعلی (۱۳۹۴) مبنـی بـر تأثیر معنی‌دار و مثبت رضایت گردشگر از کیفیت محیطی پارک ائـل‌گلـی تبریـز و نتـایج پـژوهش سـانگ[4] و همکـاران (۲۰۱۱) مبنی بر میزان رضایت قابل‌قبول از کیفیت محیطی مقاصد گردشگری در کشور هنگ‌کنگ است.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و بررسـی وضـعیت مؤلفـه‌هـا در رابطـه بـا کیفیـت محیطـی جاذبـه‌هـای گردشـگری پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

✓ با توجه به سطح پایین رضایت گردشگران از وضعیت کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشـگری و کیفیـت خـدمات ارائه‌شدهٔ اقامتگاه‌ها در شهر زنجان، نیاز به تغییر و تحول در روند تصمیم‌گیـری و نـوع برنامـه‌ریـزی گردشـگری بـه سمت‌وسوی رویکردهای نوین و بروز دنیاسـت؛ ازایـن‌رو بیشـترین اثرگـذاری از بـین مؤلفـه‌هـای کیفیـت محیطـی جاذبه‌های گردشگری بر رضایتمندی گردشگر متعلق به عامل «خدمات معیّن گردشـگری» اسـت؛ امـا ضـعف گویـهٔ «امکان رزرو آنلاین و استفاده از سامانه‌های هوشمند» در آن مشهود است و از آنجا که ارائـهٔ خـدمات الکترونیکـی و دیجیتال در اقامتگاه‌ها و جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان در وضع موجود فقط ۹ اقامتگـاه بـه سـامانهٔ رزرو آنلایـن متصل هستند (اکثراً حتی به سامانهٔ رزرو آنلاین نیز متصل نیستند)؛ مستلزم ارائهٔ سیاست‌های آموزشـی، تشـویقی-حمایتی در تجهیز و برخورداری امکانات و خدمات الکترونیک گردشگری است. همچنین تعریف یک نـرم‌افـزار بـرای دریافت نظرات و پیشنهادات شهروندان و اِعمال 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 به‌تبع 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؛ به‌عبارت‌دیگر، همپیوندی کالبدی-عملکردی ناکافی بین سیاست‌های ادارهٔ راه و شهرسازی و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهر زنجان دیده می‌شود؛ برای نمونه، ورودی و خروجی مجموعهٔ گردشگری رختشویخانه در یک فضای به‌هم‌ریخته و نه‌چندان مطلوب جلوه می‌کند که اصل دعوت‌کنندگی فضا را بسیار تضعیف کرده است (در برخی از ابنیهٔ تاریخی-فرهنگی شهر زنجان این مسئله به‌وضوح نمایان است) و می‌توان با رعایت اصل نفوذپذیری به‌واسطهٔ ساماندهی مسیرهای منتهی به جاذبه‌ها و شاخص‌کردن ورودی‌های محلات از خیابان‌های اصلی به داخل محله به‌واسطهٔ حذف چندین ابنیهٔ ناسازگار، جاذبهٔ گردشگری برای گردشگر خوانا بوده و حس دعوت‌کنندگی داشته باشد (شکل ۱۰).



شکل ۱۰. بیان نمونهٔ تصویری فضای مورد مطالعه (عدم‌هم‌پیوندی کالبدی-عملکردی حریم مجموعهٔ گردشگری با کاربری‌های مجاور)

✓ عامل «کیفیت بصری محیط» که بعد از عامل خوانایی اثر ناچیزی را در کیفیت محیطی محدودهٔ مورد مطالعه و به‌تبع 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 محدودهٔ مورد مطالعه و رضایت گردشگران، بعد از دو عامل کیفیت بصری محیط و خوانایی؛ علاوه‌بر ارتقای تنوع مسیرهای دسترسی و

راه‌های منتهی به جاذبه و ایمن‌بودن پیاده در مقابل سواره؛ توسعه و ارتقای پیاده‌راه‌ها به‌ویژه در محدودهٔ 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 به‌واسطهٔ آن حتی فستیوال‌ها یا تئاتر خیابانی (علاوه بر همایش باشکوه عزاداری حسینیه و زینبیه و همایش‌های کارخانه کبریت) به وجود بیاید که موجب کنش‌های انسانی شود و موجب خاطره‌سازی و القای حس مکان خوب شود.

به‌طورکلی با توجه به نتایج فوق می‌توان اذعان کرد که به‌دلیل غلبهٔ نگاه تکنوکرات محور و سازه‌گرا در قالب رهنمودهای برنامه‌های توسعهٔ اقتصادی-اجتماعی ۵ سالهٔ کشور و برنامه‌های توسعهٔ کالبدی، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان در حیطهٔ اختیارات و قدرت اجرایی خود به انجام فعالیت‌های توسعه‌ای ازجمله مرمت و بازسازی ابنیه و... می‌پردازد، اما کافی نیست؛ زیرا ارتقای عوامل کیفیت محیطی فقط دربرگیرندهٔ مداخله در محوطهٔ داخلی ابنیه نیست، بلکه نیازمند تدوین ضوابط اختصاصی در حریم جاذبه‌های گردشگری شهر زنجان، تعیین حریم فنی و اهمیت فرهنگی بناهای تاریخی، محدودهٔ مداخله و طراحی بناهای مجاور مطابق با ضوابط اختصاصی با هماهنگی و مشارکت همهٔ وزارتخانه‌ها و نهادهای ذی‌مدخل است. همچنین از آنجایی‌که 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 زمینهٔ آمادگی و آشنایی آن‌ها درجهت 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 (مطالعهٔ موردی: شهر یزد). نشریهٔ گردشگری شهری،دانشکده جغرافیا- دانشگاه تهران، دورهٔ ششم، شمارهٔ 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 کنگرهٔ بین‌المللی عمران، معماری و توسعهٔ شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران.

https://civilica.com/doc/735446

برزگر، صادق. (۱۳۹۷). سنجش میزان رضایتمندی از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری (مطالعهٔ موردی: شهر گرگان). نشریهٔ گردشگری شهری، دانشکده جغرافیا- دانشگاه تهران، دورهٔ پنجم، شمارهٔ ۴، صص ۱-۱۸.

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

بنت‌لی، ای ین؛ الکک، آلن؛ مورین، پال؛ مکگلین، سو؛ اسمیت، گراهام. (۱۳۸۶). محیط‌های پاسخده. ترجمهٔ 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 ، دورهٔ ششم، شمارهٔ ۱۶، صص ۱۴۲-۱۱۶.

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

رفیعیان، مجتبی؛ تقوایی، علی‌اکبر؛ خادمی، مسعود؛ علی‌پور، روجا. (۱۳۹۱). بررسی تطبیقی رویکردهای سنجش کیفیت در طراحی فضاهای عمومی شهری. انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، دورهٔ سوم، شمارهٔ ۱، صص ۴۳-۳۵.

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

شیخی، احمدرضا؛ کوثری، مرتضی. (۱۴۰۱). عوامل جاذبه و دافعهٔ مقاصد گردشگری با تأکید بر تجربهٔ گردشگران فرهنگی فرانسوی ورودی به ایران. برنامه‌ریزی فضایی، دانشگاه اصفهان ، دورهٔ دوازدهم، شمارهٔ ۱، صص ۱۷-۳۲.

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

علیمردانی، مسعود؛ مهدی‌نژاد، جمال‌الدین؛ افهمی، طلیعه. (۱۳۹۴). رشد کیفی فضای شهری به‌منظور ارتقای تعاملات اجتماعی (نمونهٔ موردی: خیابان احمدآباد مشهد). دوفصلنامهٔ هنرهای کاربردی، دانشگاه سمنان ، دورهٔ چهارم، شمارهٔ 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 (مطالعهٔ موردی: روستاهای دهستان سپیددشت، شهرستان خرم‌آباد، استان لرستان). مجلهٔ آمایش جغرافیایی فضا، دانشگاه گلستان ، دورهٔ نهم، شمارهٔ ۳۳، صص ۱۳۰-۱۱۵.

https:// doi.10.30488/gps.2019.91876

کرمی، فریبا؛ زینلی، بهرام. (۱۳۹۴). کیفیت محصول مقاصد گردشگری، رضایت گردشگر و آیندهٔ گردشگر (مطالعهٔ موردی: پارک ائل‌گلی تبریز). فصلنامهٔ فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، دورهٔ پانزدهم، شمارهٔ 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.

گلکار، کوروش. (۱۳۸۰). مؤلفه‌های سازندهٔ کیفیت در طراحی شهری. نشریهٔ صفه، دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی، دورهٔ یازدهم، شمارهٔ ۳۲، صص ۳۸-۶۵.

گلکار، کوروش. (۱۳۹۱). آفرینش مکان پایدار: تأملاتی در باب نظریهٔ طراحی شهری. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

گلکار، کورش. (۱۳۸۷). محیط بصری شهر؛ سیر تحول از رویکرد تزئینی تا رویکرد پایدار. فصلنامهٔ علوم محیطی، دانشگاه شهید بهشتی، دورهٔ پانزدهم، شمارهٔ ۴.

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

لینچ، کوین (۱۳۸۶). تئوری شکل شهر، ترجمهٔ سیدحسین بحرینی، چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

محمدی، علیرضا؛ عباسی، محمدجواد؛ نوری، آذر. (۱۴۰۱). ارزیابی و رتبه‌بندی کیفیت محیطی جاذبه‌های گردشگری (موردپژوهی: مناطق پنج‌گانهٔ شهر اردبیل). مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، دورهٔ هجدهم، شمارهٔ ۱، صص ۱۲۵-۱۳۸.

https://dorl.net/dor/20.1001.1.25385968.1402.18.1.9.6

نصیری هنده‌خاله، اسماعیل؛ گنجی، نسرین. (۱۳۹۷). سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات شهری با استفاده از مدل کانو (مطالعهٔ موردی: بوستان نهج‌البلاغه تهران). نشریهٔ گردشگری شهری، دانشکده جغرافیا- دانشگاه تهران، دورهٔ پنجم، شمارهٔ 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 Tadom 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

Butnaru, Gina Ionela., Ştefănică, 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

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 qualitiy 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/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

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

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

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