

Research Paper

Analysis of the Factors Affecting the Willingness of Tourists for Tour-based Rural Trips: A Case Study of Rural Tourists in Maragheh County

*Hojjat Varmazyari¹, Mohsen Babaei², Babak Imani²

1. Assistant Professor of agricultural development, Department of Agriculture Management and Development, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Tehran, Iran
 2. Msc. of Rural Development, Department of Agriculture Management and Development, Faculty of Agricultural Economics and Development, University of Tehran, Tehran, Iran.



Citation: Varmazyari, H., Babaei, M., & Imani, B. (2018). [Analysis of the Factors Affecting the Willingness of Tourists for Tour-based Rural Trips: A Case Study of Rural Tourists in Maragheh County (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 9(2), 236-249, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2017.228427.1070>

doi: <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2017.228427.1070>

Received: 23 Feb. 2017

Accepted: 11 Oct. 2017

ABSTRACT

The tourism industry is a complex issue which encompasses various components. Tour operating is one of these components which can play an important role in the development of tourism industry because of its connection with residential centers, restaurants, transportation as well as experiences and learnings on tourism destinations. This research aimed to identify the factors affecting the willingness of tourists for tour-based rural trips in Maragheh county. In this study, the data were collected using a questionnaire. The statistical population of the study included the tourists that had traveled to the villages with a high tourism capacity in Maragheh county in 2016. Of these, 200 people were selected using a convenience sampling method. The results of the exploratory factor analysis indicated that people's willingness for tour-centered rural trips is influenced by certain factors sequenced in terms of importance as follows: "a safe environment for family and proper nutrition", "entertainment and security during the trip", "discipline and explicit and appropriate travel plans", "appropriate vehicles and their on-time service", "incentives and privileges of the agency", "an environment for the unmarried". These six factors explained 65.17% of the variance of willingness of tourists for tour-centered rural trips.

Key words:

Rural tourism, Tour operation, Maragheh, Factor analysis, Tourist safety and security

Extended Abstract**1. Introduction**

One of the essential components of the tourism industry is tour management. Tour management is more important in certain branches of tourism, such as rural tourism. This is because rural tourism destinations are varied and have a wide geographical

distribution in the countries. Access to them is more difficult than to urban tourism destinations, and they are less recognized by the general public. In addition, with regard to the importance of rural tourism, studies ever done on tourism have not paid due attention to rural tourism. In other words, no study has provided insight into the factors affecting the interests of people toward tour-based rural trips. It is very important, therefore, to find a right answer to the question "what factors affect people's willingness for tour-based traveling to rural areas?". Thus the main

*** Corresponding Author:**

Hojjat Varmazyari, PhD

Address: Faculty of Agricultural Economics and Development, College of Agriculture & Natural Resources, University of Tehran, Karaj, Iran.

Tel: +98 (263) 2206825

E-mail: varmazyari@ut.ac.ir

purpose of this study is to analyze the factors affecting the willingness of tourists for tour-based rural trips with a focus on Maragheh county.

2. Methodology

The study population included the tourists that had traveled to the villages with high tourism capability in Maragheh county in the summer of 2016. The main research tool was a questionnaire. In order to examine the factors of effect on the willingness of tourists to take rural journeys on tours and their preference to take individual trips. Based on the scale of DAILYSERVE and SERQUAL, 35 items were used. In fact, 35 items were presented to the respondents to rate according to their importance in preference to travel individually or on tours. In this regard, the applied scale had ten scores from 1 to 10 (Table 3). In other words, each item was measured by 10 degrees. To determine the sample size, due to lack of a specific sampling frame, the available sampling method was used. Based on the factor analysis as done in other studies, the sample size was decided to be 10 to 20 people per variable. Totally, 200 tourists were studied. Prioritization of the affecting items was done by using the coefficient of variation, and the factors affecting preferences of taking tours or individual trips were analyzed through the exploratory factor analysis.

3. Results

The results showed that about 104 tourists (52%) who had traveled to tourism destinations possessed private cars, and 96 persons (48%) of them were without a car. Also, on rural tours, 175 tourists (87%) tended to travel by private car, and only 25 persons (13%) chose to take tours to travel. Perhaps, tourists feel comfortable when they use a private car. The data obtained from the coefficient of variation showed that tourists had a great consensus about the effect of the variables on a rural tour. The respondents sequenced the variables as follows: "observance of traffic rules by drivers", "vehicle safety", "order on the implementation of the travel plans" and "insurance and secure tourism in destination". They had the lowest consensus about the effect of the variables "the first-aid kit to help possible victims", "having heating and cooling facilities", "presence of a television in the vehicle for movie playback", and "granting freedom out of the norm and the people on the tour". The results of the exploratory factor analysis showed that people's willingness to take tours on rural trips is influenced by "family safe environment and proper nutrition", "entertainment during the trip", "orderly, transparent and fair travel plan", "good vehicle", "incentives and privileges agency" and "appropriate en-

vironment for the unmarried". These six factors explained 65/17% of the variance of intentions to travel on a tour.

4. Discussion

In examining the demographic characteristics of rural tourism in the county of Maragheh, it was found that only 13 percent ($n = 25$) of the studied tourists chose a tour to travel to rural tourism. As many as 87% of them believed traveling by private car is comfortable. In any case, the current situation may be a major obstacle for rural tourism to thrive in the country. Rural tourism can be a profitable industry because tour management is an essential component in generating income. The results of ranking the affecting variables in preference of tours for travel to rural tourism destinations showed that tourists consider it important to have safety of vehicle, discipline, and strict implementation of commitments made by tour presenters.

5. Conclusion

The results of the exploratory factor analysis indicated that people's willingness for tour-centered rural trips is influenced by certain factors sequenced in terms of importance as follows: "a safe environment for family and proper nutrition", "entertainment and security during the trip", "discipline and explicit and appropriate travel plans", "appropriate vehicles and their on-time service", "incentives and privileges of the agency", "an environment for the unmarried". These findings are in contrast with the findings of Wang et al. (2007) and Caber and Albayrak (2016). They have offered a more diverse structure. The reason for getting different results in different studies may be attributed to the differences in the substrates; previous empirical studies have evaluated quality of tours at the international level, while this research is the first one which did a survey on the quality of tours in the field of rural tourism. This study contributed to the current understanding of how tourists prefer tour-based rural trips to individual rural trips.

Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest

تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل گردشگران به سفرهای روستایی تور محور مورد مطالعه: گردشگران روستایی شهرستان مراغه

*حجت ورمزیاری^۱، محسن بابائی^۲، بابک ایمانی^۲

۱- استادیار گروه مدیریت و توسعه کشاورزی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی-پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

حکیده

تاریخ دریافت: ۰۵ اسفند ۱۳۹۵

تاریخ پذیرش: ۱۹ مهر ۱۳۹۶

گردشگری مقوله پیچیده‌ای است که در ساختار خود اجزای مختلفی را در برمی‌گیرد. یکی از این اجزاء تور گردانی است که به دلیل ارتباط با مراکز اقامتی، رستوران‌ها، حمل‌ونقل و همچنین برخورداری از تجارب و آشنایی بیشتر با مقاصد گردشگری، می‌تواند در توسعه صنعت گردشگری نقش مهمی ایفا کند. لذا تحقیق حاضر باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل گردشگران برای مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی از طریق تور در شهرستان مراغه انجام گردید. داده‌های این مطالعه به‌صورت پیمایشی و از طریق پرسشنامه گردآوری شد. جامعه آماری این مطالعه شامل گردشگرانی بود که در سال ۱۳۹۵ به روستاهای دارای ظرفیت بالای گردشگری شهرستان مراغه مسافرت کرده بودند. از این بین ۲۰۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب گردید. نتایج آزمون تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که تمایل افراد به سفرهای روستایی تور محور، به ترتیب تحت تأثیر عوامل «فضای ایمن خانوادگی و تغذیه مناسب»، «سرگرمی و امنیت خاطر در طول سفر»، «نظم و برنامه سفر شفاف و مناسب»، «وسایله نقلیه مناسب و حضور به‌موقع آن»، «مشوق‌ها و امتیازات آژانس»، «فضای تجربه» است و این شش عامل در مجموع ۶۵/۱۷ درصد واریانس تمایل به سفر روستایی تور محور را تبیین نمود.

کلیدواژه‌ها:

گردشگری روستایی، تور گردانی، مراغه، تحلیل عاملی، ایمنی گردشگر

(Harati fard, 2015)

مقدمه

تور گردانان نقش کلیدی در ایجاد تجربیات رضایت‌بخش‌تر در مقصد از طریق ارائه خدمات و محصولات گردشگری گروهی بازی می‌کنند (Räikkönen & Honkanen, 2013) و نقش میانجی و هدایت‌کننده را در تحقق توسعه پایدار می‌توانند داشته باشند (Selanniemi, 2003) فعالیت تور گردان‌ها به عنوان واسطه می‌توانند در تقویت آموزش مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان خدمات گردشگری نقش بسزایی داشته باشند.

سیگالا^۱ (۲۰۰۸) معتقد است که تور گردانی از طریق (۱) تأثیرگذاری بر میزان و جهت جریان گردشگری؛ (۲) تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و فعالیت‌های عرضه‌کنندگان و ذینفعان متعدد گردشگری؛ و (۳) شکل‌دهی به مقاصد گردشگری و جوامع

گردشگری نقش مهمی در اشتغال‌زایی و خلق ارزش‌افزوده دارد و کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، سعی در استفاده بهینه از این صنعت دارند. صنعت مذکور در ساختار خود اجزای مختلفی را در برمی‌گیرد و لازمه نقش‌آفرینی بهینه آن، کارکرد مؤثر اجزاء مذکور و برقراری ارتباط مناسب بین آن‌هاست. در غیر این صورت، گردشگری حتی می‌تواند سبب اثرات منفی اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی در سطح منطقه شود (Budeanu, 2009) یکی از اجزاء اساسی صنعت گردشگری، تور گردانی است که به دلیل ارتباط با مراکز اقامتی، رستوران‌ها و بخش حمل‌ونقل (Ranjbarian & Zahedi, 2005) و از طریق ارائه آموزش‌ها و اطلاعات لازم به گردشگران و جامعه میزبان، می‌تواند سبب بهبود کیفیت سفر و برقراری ارتباط فرهنگی دوستانه و سازنده میان گردشگران و جامعه میزبان گردد (Shffee sabet &

1. Sigala

* نویسنده مسئول:

دکتر حجت ورمزیاری

نشانی: کرج- چهارراه دانشکده- پردیس کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه تهران- دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی- گروه مدیریت و توسعه کشاورزی.

تلفن: ۲۲۰۶۸۲۵ (۲۶۳) ۹۸+

پست الکترونیکی: varmaziyari@ut.ac.ir

دهند و در این زمینه خلأ دانشی جدی وجود دارد. وانگ^۶ و همکاران (۲۰۰۰) نیز تصریح کرده‌اند، با وجود اینکه در بسیاری از کشورها تور گروهی برنامه‌ریزی شده، حالت اصلی مسافرت به مقاصد دوردست و خارجی است؛ ولی تلاش اندکی به‌منظور بهبود درک ویژگی‌های خدمات تور گروهی برنامه‌ریزی شده صورت گرفته است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که موضوع بازار گردشگری روستایی و به‌ویژه تورهای روستاگردی، در تحقیقات گردشگری روستایی مورد غفلت جدی قرار گرفته‌اند. برای نمونه تنها دو مطالعه داخلی در حوزه بازار گردشگری روستایی ایران منتشر شده است که البته آن‌ها نیز به موضوع تور گردانی نپرداخته‌اند. ورمزیاری و همکاران (۲۰۱۷) و علیقلی‌زاده و همکاران (۲۰۱۶) بر تحلیل انگیزه‌های گردشگران روستایی و انتظارات آن‌ها از مقصد تمرکز کرده‌اند. از این‌رو مطالعه‌ای به منظور شناخت کافی از عوامل مؤثر بر تمایلات گردشگران در ترجیح تور بر سفر انفرادی، برای مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی منتشر نشده است. در حال حاضر مشخص نیست که از دیدگاه گردشگران روستایی، چه عواملی در تمایل افراد به سفر تورمحور به نواحی روستایی مؤثر هستند؟ یافتن پاسخ مناسب به این سؤال بسیار مهم است، چرا که در حال حاضر، اغلب گردشگران کشور، از خودروی شخصی برای انجام سفر به نواحی روستایی استفاده می‌کنند.

در این راستا هدف اصلی پژوهش حاضر، تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل گردشگران به سفرهای روستایی تورمحور از دیدگاه گردشگران روستایی شهرستان مراغه است. یافته‌های این تحقیق می‌تواند در کمک به آژانس‌های تور گردان جهت سازمان‌دهی تورهای مناسب و مطابق انتظار گردشگران و در نتیجه، شکوفایی بیش از پیش صنعت گردشگری روستایی مؤثر باشد.

مروری بر ادبیات موضوع

یکی از مهم‌ترین موارد تأثیرگذار بر تمایل گردشگران به سفرهای تورمحور، کیفیت خدمات آن‌هاست. کیفیت خدمات به مفهوم قضاوت ذهنی مصرف‌کننده از خدمات ارائه‌شده، بر اساس ادراک واقعی از خدمات و انتظارات خود است (Liu & Yen, 2010). علاوه بر این، کیفیت خدمات را به عنوان «نگرش و یا قضاوت کلی مشتریان در رابطه با برتری یک خدمت» نیز تعریف کرده‌اند (Zeithaml and Bitner, 2003). به نقل از کوزه‌چیان و همکاران، (۲۰۱۲). ارزیابی کیفیت خدمات نیز انعکاسی از درجه و میزان اختلاف بین ادراکات و انتظارات مصرف‌کنندگان است (Parasuraman et al, 1988). طبق یک تعریف مصطلح، ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت گردشگری به میزان رضایت‌مندی و انتظارات گردشگران از خدمات ارائه‌شده اشاره دارد (Edvardsson, 1997).

6. Wang

محلی، نقش قابل توجهی در تغییر رفتار و نگرش‌های مسئولانه‌تر گردشگران دارد. تور گردان‌ها با تقویت روابط بین عرضه‌کنندگان محصولات و خدمات گردشگری و جامعه محلی و گردشگران، سبب افزایش درآمد مردم محلی و در نتیجه ارتقای سطح توسعه اقتصادی مقاصد گردشگری می‌شوند (Selanniemi, 2003). شفییعی ثابت و هراتی فرد (۲۰۱۵) نیز نشان داده‌اند که ظرفیت‌های تور گردان‌ها و عرضه‌کنندگان محلی در توسعه عملکرد گردشگری پاک و ارتقای سطح توسعه‌یافتگی سکونتگاه‌ها مؤثر است. تور گردانی می‌تواند سبب تقویت فعالیت‌های گردشگری مسئولانه شده و به توسعه پایدار منطقه نیز کمک نماید. تور گردان‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازمان‌های غیردولتی رابط میان گردشگر و مقاصد گردشگری، می‌توانند از طریق تأثیرگذاری مثبت بر روی جریان‌ها و حجم گردشگران، در جهت پایداری گردشگری سکونتگاه‌ها و توسعه آن‌ها اثرگذار باشند (Fredericks et al, 2008).

تاریخچه برگزاری تور برای اولین بار در جهان به سال ۱۸۴۱ برمی‌گردد که در آن سال، توماس کوک^۲ (پدر گردشگری گروهی نوین) اولین تور بزرگ گروهی را از طریق راه‌آهن در کشور انگلیس سازمان‌دهی کرد. این صنعت در دهه ۱۹۲۰ با ظهور کشتی‌های بخار از محبوبیت زیادی برخوردار شد. در دهه ۱۹۳۰ نیز کمپ‌های گردشگری بوتلین^۳ برای ارائه تجربه تعطیلات ارزان‌قیمت برای اکثر خانواده‌های طبقه کارگر در جزیره باری در انگلیس از تورهای گروهی استفاده کردند (Poon, 1988; Issa and Jayawardena, 2003). بعد از دهه ۱۹۵۰، مد کلاب^۴ مفهوم تور را از طریق راه‌اندازی یک روستای گردشگری در بالیریکس^۵ به‌عنوان پاسخی برای تقاضای گریز از مشکلات پس از جنگ در اروپا با صرف هزینه منطقی رواج داد (Issa and Jayawardena, 2003). دو دهه بعد یعنی در دهه ۱۹۷۰، با افزایش سطح تولید در اروپا و سراسر جهان (Inskoop, 1991) این صنعت به‌عنوان ابزاری برای گسترش گردشگری در سطح جهانی مورد توجه قرار گرفت (Anderson, 2008; Anderson et al., 2009). اما رشد صنعت تور گروهی در نیمه اول قرن بیستم به دلیل افزایش هزینه حمل‌ونقل و کاهش آسودگی خاطر مسافران محدود شد. هرچند با توجه به گسترده بودن مقاصد گردشگری، تور گردانان از طریق مسافرت‌های هوایی به کسب‌وکار خود رونق دوباره دادند (Sheldon, 1986).

با این وجود، مطالعات گردشگری نتوانسته‌اند متناسب با اهمیت تور گردانی، این مقوله را چه در حوزه کلان گردشگری و چه در حوزه تخصصی گردشگری روستایی مورد موشکافی و تحلیل قرار

2. Thomas Cook
3. Butline
4. Med Club
5. Balearics

وانگ و همکاران (۲۰۰۷) در تحقیقی به بررسی خدمات تور برنامه‌ریزی شده^{۱۰}، با استفاده از کارت نظرسنجی گردشگران در تورهای برنامه‌ریزی شده گروهی (GPTCCC)^{۱۱} پرداختند. نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی، بیانگر شش عامل مؤثر بر کیفیت تور شامل (۱) هتل؛ (۲) حمل‌ونقل؛ (۳) برنامه‌ریزی خرید؛ (۴) تور اختیاری؛ (۵) رهبر تور و (۶) راهنمای محلی بود. این عوامل در مجموع ۸۱/۰۲ درصد واریانس مربوطه را تبیین کردند. کابر و آلبیراک (۲۰۱۶)^{۱۲} نیز تحقیقی به منظور پیشنهاد مقیاسی برای ارزیابی کیفیت خدمات تورهای روزانه^{۱۳} انجام دادند. این تورها توسط تورگردانان میرا-دمری-ککوا^{۱۴} برای گردشگران روسی عرضه می‌شد. محققان با استفاده از نتایج برآمده از تحلیل عاملی اکتشافی، مقیاسی به نام DAILYSERVE پیشنهاد کردند. مقیاس پیشنهاد شده شامل ۲۲ گویه و شش مؤلفه تحت عناوین حمل‌ونقل؛ راهنمای تور؛ امکانات غذا و آشامیدنی؛ امکانات خرید؛ امکانات توقفگاه؛ و موزه‌ها و مکان‌ها بود که ۶۷/۶۲ درصد از واریانس مربوطه را تبیین نمودند. بررسی پیشینه تجربی نشان می‌دهد که اندک مطالعات انجام گرفته برای ارزیابی کیفیت خدمات تورگردانان، اغلب در حوزه تورهای بین‌المللی و هوایی متمرکز بوده است و توجه کمتری نسبت به ارزیابی کیفیت تورهای داخلی و زمینی به‌ویژه در مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی شده است. به طور کلی، بر اساس یافته‌های اندک مطالعات مشابه، می‌توان چارچوب زیر را به عنوان مبنای استخراج گویه‌های مربوط به بررسی خدمات مؤثر بر تمایل گردشگران به سفرهای روستایی تورمحور ارائه نمود (تصویر شماره ۱)

با توجه به فقدان مطالعات مربوط به عوامل مؤثر بر رونق صنعت تورگردانی در گردشگری روستایی، در تحقیق حاضر به منظور استخراج گویه‌های مناسب برای ارزیابی تمایل گردشگران به روستاگردی تورمحور، برخی از مقیاس‌های ارزیابی کیفیت خدمات بسته‌های تور، به عنوان مطالعات نسبتاً مشابه، موردبررسی قرار گرفت. هرچند مرور مطالعات داخلی و خارجی گردشگری نیز حاکی از کمبود پژوهش‌های میدانی در خصوص ارزیابی کیفیت تور است.

یکی از مقیاس‌های رایج برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات، مقیاس سرکوال^۷ است که اولین بار توسط پاراسورامان، زیتامل و بری^۸ (۱۹۸۸) طراحی شد. چاند و اشیش^۹ (۲۰۱۴) از این مقیاس برای ارزیابی کیفیت خدماتی که از طرف تورگردانان به گردشگران ارائه شده بود، استفاده کردند. این مقیاس شامل پنج ویژگی اصلی از کیفیت خدمات مطرح‌شده در ادبیات مربوطه است. اولین ویژگی، «ملموس بودن» است و نمایانگر خدمات با ویژگی‌های زیر است: (۱) جامعیت و کیفیت بالای خدمات؛ (۲) امکانات فیزیکی عالی برخوردار از جذابیت بصری؛ (۳) خدمات فاقد مشکل و دشواری (۴) خدماتی که از لحاظ بصری جذاب هستند. در حقیقت، ویژگی ملموس بودن شامل ابعاد عینی خدمات شامل تجهیزات فیزیکی، ظاهر جذاب پرسنل، ابزار و تجهیزات مورد استفاده برای تأمین خدمات است. ویژگی دوم «قابلیت اطمینان» شامل، (۱) کیفیت بسیار عالی خدمات؛ (۲) انجام تعهدات ارائه خدمات (خوش‌قولی)؛ (۳) نشان دادن علاقه حقیقی پرسنل در حل مشکلات؛ (۴) انجام صحیح خدمات نوین و (۵) تداوم خدمات عاری از اشتباه و خطا است. این ویژگی در حقیقت بر توان انجام خدمات به صورت قابل اعتماد، منسجم و دقیق دلالت دارد. ویژگی سوم، «پاسخگویی» شامل (۱) مشورت با مشتری در هنگام ارائه خدمات؛ (۲) ارائه خدمات فوری و (۳) آمادگی همیشگی برای کمک به مشتریان و عدم ازدحام کاری مانع شونده از پاسخگویی به موقع و مناسب به آنان است. این ویژگی نیز بر تمایل به کمک‌رسانی به مشتریان و فراهم‌سازی خدمات مناسب دلالت دارد. چهارمین ویژگی، «تضمین و تعهد» است که شامل (۱) اطمینان در عرضه خدمات؛ (۲) رفتار مؤدبانه و متواضعانه مداوم با گردشگران؛ (۳) دانش مجریان تور در پاسخگویی به سؤالات و (۴) احساس ایمنی در عرضه خدمات می‌باشد. در واقع، دانش و ادب و احترام پرسنل و توان آن‌ها برای انتقال اعتماد و اطمینان به گردشگران در این ویژگی مدنظر هستند. ویژگی پنجم، «همدلی» است که شامل (۱) توجه اختصاصی و ویژه به مشتریان؛ (۲) درک احتیاجات خاص و متمایز هر مشتری؛ (۳) رفتار همدلانه و (۴) ارائه خدمت از صمیم قلب به مشتری است.

۱۰. تور برنامه‌ریزی شده (Package tour) به توری گفته می‌شود که در آن، تورگردان با دریافت هزینه، حداقل دو مؤلفه وسیله حمل و نقل و محل اقامت را برای گردشگر، پیش‌بینی و ارائه نماید (مرکز مشاوره مشتری دانمارک، ۲۰۰۷) دستیابی در

<http://www.consumereurope.dk/Travel/When-you-travel/Package-tours/What-is-a-package-tour>

11. Group Package Tour Customer Comment Card

12. Caber and Albayrak

13. Daily tours

14. Myra-Demre-Kekova

۷. برگرفته از: Service Quality

8. Parasuraman, Zeithaml, and Berry

9. Chand and Ashish



تصویر ۱. عوامل مؤثر بر کیفیت تور

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

روش‌شناسی تحقیق

2004). البته گرسوچ^{۱۷} (۱۹۸۳) حداقل مطلق را پنج نفر به ازای هر متغیر پیشنهاد کرده است، با این شرط که حجم نمونه در هیچ حالتی کم‌تر از ۱۰۰ نفر نشود. در پژوهش حاضر با توجه به تعداد گویه‌ها و پیشنهاد گرساچ، در مجموع ۲۰۰ نفر گردشگر مورد مطالعه قرار گرفتند. تحلیل داده‌های تحقیق با استفاده از نرم‌افزار SPSS۲۱ انجام شد. اولویت‌بندی گویه‌های مؤثر بر ترجیح روستاگردی تور محور به روستاگردی انفرادی با استفاده از ضریب تغییرات و مؤلفه‌های مؤثر بر چنین ترجیحی، با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی واکاوی شد.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان مراغه از توابع استان آذربایجان شرقی است که در کنار رودخانه صوفیچای قرار دارد و از شمال به کوه‌های قشلاق و آشان، از جنوب به باغات ورجوی، از مشرق به باغات و مزارع و از مغرب به کوه معروف رصد محدود است. همچنین این شهرستان به‌عنوان دومین شهر استان از نظر جمعیتی، به دلیل قابلیت‌های فراوان توسعه و تأثیراتی که در حوزه منطقه‌ای جنوب غرب استان دارد، از اهمیت بالایی برخوردار است (Ashrafi & Malekzadeh, 2010). اغلب روستاهای این شهرستان به علت برخورداری از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و مذهبی متعدد دارای قابلیت فراوانی در زمینه جذب گردشگر هستند. از مهم‌ترین این روستاها که مورد مطالعه این تحقیق قرار گرفته است، می‌توان

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات، پیمایشی و از نظر روش تحلیل داده‌ها اکتشافی است. جامعه آماری این پژوهش شامل گردشگرانی بود که در فصل تابستان ۱۳۹۵ به روستاهای با قابلیت بالای گردشگری شهرستان مراغه سفر کرده بودند. ابزار اصلی تحقیق پرسشنامه‌ای بود که روایی آن توسط پانل متخصصان و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ (0.91) تأیید شد. به‌منظور بررسی خدمات مؤثر بر تمایل گردشگران به سفرهای روستایی تور محور و ترجیح این سفرها بر سفرهای انفرادی، ۳۵ گویه منتخب از مقیاس‌های دیلی سرو^{۱۵} و سرکوال^{۱۶} (Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1988; Chand and Ashish, 2014; Caber and Albayrak, 2016) مورد استفاده قرار گرفت. در واقع ۳۵ گویه به پاسخ‌دهندگان ارائه شد تا آن‌ها را بر اساس میزان اهمیتی که در ترجیح روستاگردی تور محور بر سفر انفرادی داشتند، بین ۱-۱۰ امتیازدهی کنند (جدول ۳). این گویه‌ها در چارچوب طیف لیکرت ۱۰ درجه‌ای اندازه‌گیری شدند. برای تعیین حجم نمونه، به دلیل فقدان چارچوب نمونه‌گیری مشخص، از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده گردید. حجم نمونه در مطالعات مبتنی بر تحلیل عاملی، ۱۰ الی ۲۰ نفر به ازای هر متغیر توصیه شده است (Thompson,

15. Dailyserve

16. Serqual

17. Gorsuch

مرد و ۶۴ نفر (۳۲ درصد) زن بودند. از نظر وضعیت تأهل، ۵۹ درصد (۱۱۸ نفر) متأهل و ۴۹ درصد (۸۲ نفر) مجرد بودند. میانگین سنی گردشگران روستایی مورد مطالعه ۲۹/۱۵ سال و بیشترین درصد پاسخگویان (۴۳/۵ درصد) مربوط به دامنه سنی ۱۴-۲۵ سال بود. همچنین بر اساس آمار به دست آمده، از مجموع ۲۰۰ نفر پاسخگو، ۵۸ نفر کارگر، ۴۳ نفر کارمند، ۳۴ نفر دانشجو و مابقی (۶۵ نفر) دارای شغل آزاد بودند. مشخصات تحصیلی گردشگران نیز نشان داد که فقط ۴۷ درصد حجم نمونه تحصیلات دانشگاهی داشتند. از نظر وضعیت درآمدی نیز ۹۹ نفر از گردشگران (۴۹/۵ درصد)، از سطح درآمدی پایین‌تر از ۱۵ میلیون ریال در ماه برخوردار بودند (جدول شماره ۱).

حدود ۱۰۴ نفر از گردشگرانی که به مقاصد گردشگری سفر کرده بودند (۵۲ درصد)، دارای خودروی شخصی و ۹۶ نفر (۴۸ درصد) از آن‌ها بدون خودرو بودند. همچنین ۸۷ درصد (۱۷۵ نفر) گردشگران، در روستاگردی تمایل به مسافرت با خودروی شخصی داشتند و فقط ۱۳ درصد (۲۵ نفر)، تور را جهت مسافرت ترجیح می‌دادند. شاید دلیل این امر، احساس راحتی گردشگران

به روستای ورجوی (به دلیل برخورداری از جاذبه‌هایی همچون چشمه ورجوی، شورشو و معبد مهر)، مردق یا مردوق (به دلیل وجود پل مردق، باغات میوه متنوع و طبیعت زیبا و دلنشین آن)، تازه‌کند علیا (به علت کوهستانی بودن منطقه و جاذبه کوه‌نوردی و همچنین غار هامپوئیل یا غار کبوتر)، علویان (به علت وجود دریاچه سد علویان و قابلیت شنا برای گردشگران)، روستاهای آشان و ازبک (به علت داشتن طبیعت و پوشش گیاهی بکر و دست‌نخورده و باغات سیب و انگور) و روستای چکان (به علت وجود جاذبه مذهبی امامزاده ابراهیم چکان) اشاره کرد. به طور کلی، شهرستان مراغه مستعد توسعه گردشگری روستایی بوده و به‌عنوان «باغ شهر ایران» امکان تبدیل به قطب گردشگری روستایی در منطقه را دارد.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گردشگران

یافته‌های تحقیق نشان داد، ۱۳۶ نفر از گردشگران (۶۸ درصد)

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان.

ویژگی‌ها	متغیر	فراوانی (%)	جمع
تأهل	مجرد	۸۲ (۴۱٪)	۲۰۰
	متأهل	۱۱۸ (۵۹٪)	
جنسیت	زن	۱۳۶ (۶۸٪)	۲۰۰
	مرد	۶۴ (۳۲٪)	
سن (میانگین: ۲۹/۱۵ سال)	۱۴-۲۵	۸۷ (۴۳/۵٪)	۲۰۰
	۲۶-۳۵	۷۴ (۳۷٪)	
	۳۶-۴۵	۲۶ (۱۳٪)	
	۴۶-۵۵	۱۰ (۵٪)	
	> ۵۶	۳ (۱/۵٪)	
وضعیت شغلی	کارمند	۴۳ (۲۱/۵٪)	۲۰۰
	کارگر	۵۸ (۲۹٪)	
	آزاد	۶۵ (۳۲/۵٪)	
	محصل	۳۴ (۱۷٪)	
سطح تحصیلات	بی‌سواد و ابتدایی	۱۴ (۷٪)	۲۰۰
	راهنمایی و پیش‌دانشگاهی	۹۲ (۴۶٪)	
	تحصیلات دانشگاهی	۹۴ (۴۷٪)	
درآمد ماهانه خانوادگی (میانگین: ۲۰۵۵۰۰۰ ریال)	پایین‌تر از ۱۵ میلیون ریال	۹۹ (۴۹/۵٪)	۲۰۰
	بین ۱۵ تا ۳۰ میلیون ریال	۷۴ (۳۷٪)	
	بیش از ۳۰ میلیون ریال	۲۷ (۱۳/۵٪)	

در این مطالعه، ۳۵ گویه‌ای که هر تور گردان می‌تواند به‌منظور جلب رضایت خاطر گردشگران روستایی به آن‌ها ارائه کند، در قالب پرسشنامه به پاسخ‌دهندگان ارائه شد تا آن‌ها را بر اساس میزان اهمیتی که در انتخاب تور به‌جای مسافرت با ماشین شخصی دارند، بین ۱-۱۰ امتیازدهی کنند. داده‌های به دست آمده، با استفاده از آماره ضریب تغییرات (CV) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج در جدول شماره ۳، نشان داده شده است.

در هنگام استفاده از ماشین شخصی باشد که ۸۷ درصد از کل افراد مورد مطالعه، همین موضوع را عنوان کرده بودند (جدول شماره ۲).

اولویت‌بندی خدمات مؤثر بر ترجیح روستاگردی تور محور به روستاگردی انفرادی

جدول ۲. توزیع فراوانی نحوه سفر به نواحی روستایی.

اولویت	ضریب تغییرات	گویه‌ها	اولویت	ضریب تغییرات	گویه‌ها
۲۰۰	۱۰۴ (٪۵۲)	بلی	۱	۰/۲۹۵	رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی توسط راننده
	۹۶ (٪۴۸)	خیر	۲	۰/۲۹۸	ایمنی وسیله نقلیه
۲۰۰	۲۵ (٪۱۲/۵)	بلی	۳	۰/۳۰۳	نظم در اجرای برنامه سفر
	۱۷۵ (٪۸۷/۵)	خیر	۴	۰/۳۱۹	بیمه و حفظ امنیت گردشگر در مقصد
۲۰۰	۱۷۳ (٪۸۷)	احساس راحتی بیشتر در ماشین شخصی	۵	۰/۳۲۰	اسکان گردشگران در اقامتگاه‌های مناسب (ایمن و بهداشتی)
	۲۷ (٪۱۳)	عدم تطابق برنامه زمانی تور با برنامه مسافرتی گردشگران	۶	۰/۳۲۳	رفتار مناسب سایر گردشگران

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۳. اولویت‌بندی متغیرهای مؤثر در ترجیح تور روستاگردی.

اولویت	ضریب تغییرات	گویه‌ها	اولویت	ضریب تغییرات	گویه‌ها
۱۹	۰/۳۹۱	در اختیار داشتن برنامه سفر به صورت مکتوب	۱۱	۰/۳۴۶	تدوین برنامه غذایی با غذاهای محلی و بهداشتی
۲۰	۰/۴۰۱	فراهم کردن امکان تفریح برای کودکان	۱۲	۰/۳۴۷	فراهم آوردن امکان استراحت و تغذیه بین‌راهی
۲۱	۰/۴۰۲	حضور به‌موقع وسیله نقلیه بر سر قرار	۱۳	۰/۳۴۸	پایبندی کامل به برنامه سفر اعلام شده
۲۲	۰/۴۰۵	تخفیف در هزینه‌های سفر در صورت مسافرت با تور	۱۴	۰/۳۵۵	برخورد راننده و همکاری وی با مسافران
۲۳	۰/۴۱۱	شناخته شده بودن و اعتبار آژانس گردشگری	۱۵	۰/۳۵۵	وجود راهنمای مطلع در تور جهت معرفی و تفسیر جاذبه‌ها
۲۴	۰/۴۲۳	وجود موارد تشویقی آژانس‌های تور گردان	۱۶	۰/۳۶۳	برخورداری وسیله نقلیه از صندلی‌های راحت
۲۵	۰/۴۲۶	رعایت شئون اخلاقی توسط گردشگران در تور	۱۷	۰/۳۷۲	داشتن تنوع برنامه غذایی متناسب با نظر گردشگران
۲۶	۰/۴۴۱	زیاد نبودن تعداد گردشگران حاضر در تور	۱۸	۰/۳۸۹	توقف به‌موقع وسیله نقلیه برای اقامه نماز
۲۷	۰/۴۵۷	وجود پزشک عمومی همراه مسافران			
۲۸	۰/۴۷۵	وجود برنامه سرگرم‌کننده در اتوبوس			
۲۹	۰/۵۱۷	آموزش نکات مناسب در مورد کشاورزی و پرورش گیاهان			
۳۰	۰/۵۹۳	بیشتر بودن تعداد جوانان مجرد در تور			
۳۱	۰/۶۰۱	فیلم‌برداری از ابتدا تا انتهای سفر توسط آژانس گردشگری			
۳۲	۰/۶۰۴	اعطای آزادی خارج از عرف و قانون به گردشگران در تور			
۳۳	۰/۶۲۳	وجود تلویزیون در وسیله نقلیه برای پخش فیلم			
۳۴	۰/۶۷۵	برخورداری وسیله نقلیه از امکانات گرمایشی و سرمایشی			
۳۵	۰/۷۵۶	وجود جعبه کمک‌های اولیه جهت کمک به آسیب‌دیدگان احتمالی			

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق

تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر ترجیح روستاگردی تور محور به روستاگردی انفرادی از دیدگاه گردشگران روستایی

در ادامه به منظور تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر ترجیح روستاگردی تور محور به روستاگردی انفرادی، ۳۵ گویه مربوطه با تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی مؤلفه‌های اصلی و چرخش از نوع واریماکس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. از بین ۳۵ متغیر، ۸ متغیر به دلیل این که بار عاملی قابل توجهی بر روی هیچ یک از مؤلفه‌ها نداشتند، از تحلیل کنار گذاشته شدند و تنها گویه‌هایی باقی ماندند که بار عاملی آن‌ها بالاتر از ۰/۴۰ به دست آمده بود. پس از حذف متغیرهای با بار عاملی پایین، مجدداً تحلیل عاملی مؤلفه‌های اصلی به کار گرفته شد. به منظور تعیین مناسب بودن داده‌های جمع‌آوری شده، از ضریب KMO و آماره بارتلت استفاده گردید که مقدار مناسب ضریب KMO (۰/۸۵۵) بر مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی و معنی‌داری آماره بارتلت (با مقدار ۲۴۳۷/۷۷) در سطح اطمینان ۹۹ درصد بر همبستگی درونی گویه‌ها جهت استخراج عوامل و تشکیل عوامل صحنه گذاشتند (جدول شماره ۴).

به منظور تلخیص داده‌ها و تعیین تعداد عوامل، پس از انجام تحلیل عاملی، عامل‌هایی که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از یک بود، انتخاب گردید. بر این اساس، طبق نتایج ماتریس عاملی متعامد چرخش یافته، شش عامل استخراج شده در مجموع ۶۵/۱۷ درصد از کل واریانس مؤلفه‌های مؤثر بر ترجیح تور برای مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی را تبیین کردند (جدول شماره ۵).

برحسب نتایج جدول شماره ۵، عامل «فضای ایمن خانوادگی و تغذیه مناسب» با ۱۷/۹۵ درصد، بیشترین سهم را در تبیین واریانس ترجیح روستاگردی تور محور به روستاگردی انفرادی داشت. این عامل بر اساس بار عاملی به ترتیب شامل گویه‌های وجود فضای خانوادگی مناسب در تور؛ اسکان گردشگران در اقامتگاه‌های مناسب؛ تدوین برنامه غذایی با غذاهای محلی و بهداشتی؛ داشتن تنوع برنامه غذایی متناسب با نظر گردشگران؛

جدول ۴. مقدار OMK و آزمون بارتلت

مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معناداری
۰/۸۵۵	۲۴۳۷/۷۷	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

توقف به موقع وسیله نقلیه برای اقامه نماز؛ برخورد راننده و همکاری وی با مسافران؛ رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی توسط راننده؛ بیمه و حفظ امنیت گردش در مقصد؛ رعایت شئون اخلاقی توسط گردشگران در تور و تدوین برنامه غذایی با غذاهای محلی و بهداشتی بود. عامل دوم با میزان تبیین واریانس ۱۱/۱۴ درصد به ترتیب شامل گویه‌های فیلم‌برداری از ابتدا تا انتهای سفر توسط آژانس گردشگری؛ وجود تلویزیون در وسیله نقلیه برای پخش فیلم؛ زیاد نبودن تعداد گردشگران حاضر در تور و وجود یک پزشک عمومی همراه مسافران است. لذا مطابق با گویه‌های بارگذاری شده در این عامل، می‌توان عنوان «سرگرمی و امنیت خاطر در طول سفر» را برای آن برگزید. عامل سوم تحت عنوان «نظم و برنامه سفر شفاف و مناسب» ۱۱/۰۹ درصد واریانس را تبیین کرده و به ترتیب اهمیت، شامل گویه‌های پایبندی کامل به برنامه سفر اعلام شده؛ در اختیار داشتن برنامه سفر به صورت مکتوب؛ نظم در اجرای برنامه سفر و رفتار مناسب سایر گردشگران بود.

عامل چهارم «وسيله نقلیه مناسب و حضور به موقع آن» نام داشت که ۹/۵۴ درصد از کل واریانس را تبیین کرد. این عامل به ترتیب گویه‌های ایمنی وسیله نقلیه؛ برخورداری وسیله نقلیه از صندلی‌های راحت؛ حضور به موقع وسیله نقلیه بر سر قرار و وجود جعبه کمک‌های اولیه جهت کمک به آسیب‌دیدگان احتمالی در برگرفت. عامل پنجم که ۸/۲۰ درصد واریانس را تبیین نمود، عامل «مشوق‌ها و امتیازات آژانس» نام‌گذاری شد و به ترتیب دربرگیرنده چهار گویه شامل ایمنی وسیله نقلیه؛ برخورداری وسیله نقلیه از صندلی‌های راحت؛ حضور به موقع وسیله نقلیه بر سر قرار؛ و وجود جعبه کمک‌های اولیه جهت کمک به آسیب‌دیدگان احتمالی بود. در نهایت عامل ششم با دربرداشتن گویه‌های اعطای آزادی خارج از عرف و قانون به گردشگران در تور و بیشتر بودن تعداد جوانان مجرد در تور، «فضای تجرد» نام گرفت که ۷/۲۳ درصد از کل واریانس مؤلفه‌های مؤثر بر ترجیح تور برای مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی را تبیین کرد.

جدول ۵. تحلیل مؤلفه‌های اثرگذار بر ترجیح روستاگردی تورمحور.

عوامل	متغیرها	بار عاملی	مقدار ویژه	درصد از واریانس کل
فضای ایمن خانوادگی و تغذیه مناسب	وجود فضای خانوادگی مناسب در تور	۰/۷۶۴	۴/۴۸	۱۷/۹۵
	اسکان گردشگران در اقامتگاه‌های مناسب (ایمن و بهداشتی)	۰/۷۵۶		
	تدوین برنامه غذایی با غذاهای محلی و بهداشتی	۰/۷۲۰		
	داشتن تنوع برنامه غذایی متناسب با نظر گردشگران	۰/۵۹۷		
	توقف به‌موقع وسیله نقلیه برای اقامه نماز	۰/۵۷۳		
	برخورد راننده و همکاری وی با مسافران	۰/۵۷۰		
	رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی توسط راننده	۰/۵۶۶		
سرگرمی و امنیت خاطر در طول سفر	بیمه و حفظ امنیت گردش در مقصد	۰/۵۶۴	۲/۷۸	۱۱/۱۴
	رعایت شئون اخلاقی توسط گردشگران در تور	۰/۵۴		
	فیلم‌برداری از ابتدا تا انتهای سفر توسط آژانس گردشگری	۰/۸۰۲		
	وجود تلویزیون در وسیله نقلیه	۰/۷۵۶		
نظم و برنامه سفر شفاف و مناسب	زیاد نبودن تعداد گردشگران حاضر در تور	۰/۵۷۰	۲/۷۷	۱۱/۰۹
	وجود پزشک عمومی همراه مسافران	۰/۵۵۳		
	پایبندی کامل به برنامه سفر اعلام شده	۰/۷۹۷		
	در اختیار داشتن برنامه سفر به صورت مکتوب	۰/۷۹۳		
وسيله نقلیه مناسب و حضور به‌موقع آن	نظم در اجرای برنامه سفر	۰/۶۶۳	۲/۴۸	۹/۵۴
	رفتار مناسب سایر گردشگران	۰/۵۵۵		
	ایمنی وسیله نقلیه	۰/۸۳۶		
مشوق‌ها و امتیازات آژانس	برخوردری وسیله نقلیه از صندلی‌های راحت	۰/۸۱۸	۲/۰۵	۸/۲۰
	حضور به‌موقع وسیله نقلیه بر سر قرار	۰/۶۹۵		
	وجود راهنمای مطلع در تور جهت معرفی و تفسیر جاذبه‌ها	۰/۷۸۵		
فضای تجرد	شناخته شده بودن و اعتبار آژانس گردشگری	۰/۷۰۱	۱/۸۰	۷/۲۳
	تخفیف در هزینه‌های سفر در صورت مسافرت با تور	۰/۵۲۷		
	انجام فعالیت‌های ناسازگار با جامعه محلی	۰/۷۷۴		
	بیشتر بودن تعداد جوانان مجرد در تور	۰/۶۹۲		

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

عدم سازمان‌دهی و رونق تورهای گردشگری روستایی مناسب و نیز عملکرد نامطلوب و کیفیت پایین برخی از بنگاه‌های تورگردان باشد. به هر حال، تمایل اندک افراد به سفرهای روستایی تورمحور، می‌تواند مانع عمده‌ای برای رونق گردشگری روستایی در کشور، به‌عنوان یک صنعت درآمدزا باشد، چراکه تورگردانی از اجزاء اساسی صنعت گردشگری به شمار می‌رود. لذا با توجه به تمایل اغلب افراد به استفاده از ماشین شخصی برای مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی، پیشنهاد می‌شود که سرمایه‌گذاری، فرهنگ‌سازی و تبلیغات مناسبی از سوی آژانس‌ها و سازمان‌های مربوطه در جهت آشنا کردن مردم با معایب و مشکلات حاصل از مسافرت با ماشین‌های شخصی به نواحی روستایی و نیز آشناسازی

مطالعه حاضر به‌منظور پر کردن شکاف دانشی در حوزه عوامل مؤثر بر ترجیح روستاگردی تورمحور و در نتیجه ارتقای بنیان‌های نظری سفر گروهی، به‌صورت اکتشافی در شهرستان مراغه انجام شد. در بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گردشگران روستایی شهرستان مراغه مشخص شد که فقط ۱۳ درصد (۲۵ نفر) از گردشگران مورد مطالعه، تور را جهت مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی ترجیح می‌دادند. در حالی که نزدیک به ۸۷ درصد گردشگران معتقد بودند، سفر با ماشین شخصی راحت‌تر از مسافرت گروهی با تور است. چنین رویکردی می‌تواند ناشی از

دقت لازم را داشته باشند تا اصول گردشگری پایدار خدشه‌دار نشود.

تشکر و قدردانی

این مقاله هیچ حامی مالی از هیچ ارگانی نداشته است.

آن‌ها با مزایای روستاگردی تورمحور انجام شود. همچنین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری باید برنامه خاصی را برای توانمندسازی آژانس‌های تور گردان در برگزاری تورهای روستایی جذاب، آموزنده و مفرح تدوین و اجرا نماید.

نتایج حاصل از رتبه‌بندی متغیرهای مؤثر در ترجیح تور برای مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی نشان داد که گردشگران به ایمن بودن وسیله نقلیه و رعایت نظم، اجرای دقیق تعهدات توسط مجریان تور و بیمه و حفظ امنیت گردشگر در مقصد، اهمیت وافری قائل بودند. دلیل اهمیت داشتن مؤلفه‌های مذکور از جانب گردشگران شاید به این خاطر باشد که آن‌ها به امید گذراندن اوقاتی خوش و به دور از هر گونه آسیب به سلامتی خود و ایجاد ناراحتی، به مسافرت به مقاصد گردشگری روستایی رضایت می‌دهند. بنابراین آژانس‌های تور گردان باید توجه جدی به این موارد داشته باشند و علاوه بر استفاده از وسایط نقلیه مجهز به تجهیزات ایمنی و به کارگیری رانندگان قانون‌مدار، باید سعی کنند جزئیات دقیق برنامه سفر را به صورت مکتوب و قبل از سفر، در اختیار گردشگران قرار دهند و نسبت به اجرای آن پایبند باشند تا با تأمین خواسته‌های گردشگران موجبات جذب روزافزون و رونق بخشی گردشگری روستایی در منطقه را فراهم آورند.

عوامل ساختاری تلخیص شده از آزمون تحلیل عاملی بیانگر شش عامل «وجود فضای خانوادگی و فضای ایمن در تور»، «سرگرمی و امنیت خاطر در طول سفر»، «نظم و برنامه سفر شفاف و مناسب»، «وسایله نقلیه مناسب و حضور به موقع آن»، «مشوق‌ها و امتیازات آژانس» و «فضای تجرد» بود. این یافته در مقایسه با یافته‌های وانگ و همکاران (۲۰۰۷) و کابر و آلبیراک (۲۰۱۶)، ساختار عاملی متنوع‌تری ارائه می‌دهد، به نحوی که مشابهت کمی با عوامل مستخرج از یافته‌های مذکور دارد. دلیل این امر می‌تواند ناشی از تفاوت در بسترهای مطالعه باشد؛ چرا که تحقیقات تجربی پیشین کیفیت تور را در سطح بین‌المللی ارزیابی کرده‌اند، در حالی که تحقیق پیش‌رو اولین مطالعه‌ای است که در زمینه کیفیت تور در حوزه گردشگری روستایی انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل تبیین‌کننده تمایل به سفرهای روستایی تورمحور، عامل «فضای ایمن خانوادگی و تغذیه مناسب» بود. لذا تور گردانان باید به‌ویژه از طریق پیش‌بینی تمهیدات مناسب برای بیمه، اسکان گردشگران و خانوارهای ایشان در اقامتگاه‌های مناسب و رعایت شئون، فضای مناسب و ایمن خانوادگی را پدید آورند. با توجه به اینکه نواحی روستایی دارای ارزش‌های اصیل فرهنگی خود هستند و علاوه بر آن، آسیب‌پذیری مزارع، باغات و به طور کلی، محیط‌زیست نواحی روستایی در برابر رفتارهای مخرب و نامسئولانه بالا می‌تواند باشد، لذا تورگردانان با توجه به عامل «فضای تجرد»، باید در انتخاب گردشگران روستایی و سازماندهی و هدایت تورهای روستایی

references

- Budeanu, A. (2009). Environmental supply chain management in tourism: The case of large tour operators. *Journal of Cleaner Production*, 17(16), 1385-1392.
- Aligholizadeh, N., Ramezanzadeh, M., & Esmaeeli, M. (2016). [Assessment of the Factors Influencing Motivation for Tourist Destination Choice with Emphasis on Rural Attractions in Desert Areas Case Study: Khur and Biabanak Rural District (Persian)]. *Geography*, (46), 301-321.
- Anderson, W. (2008). Analysis of all-inclusive travel mode: Demand and supply perspectives in the Balearic Islands. Unpublished PhD Thesis, University of the Balearic Islands, Palma de Mallorca.
- Anderson, W., Juaneda, C., & Sastre, F. (2009). Influences of pro-all-inclusive travel decisions. *Tourism Review*, 64(2), 4-18.
- Ashrafi, J., & Malekzadeh, A. (2010). Visioning participatory in strategic process urban development, Sample for study: Maraghe city. *Journal of Urban Management*, 8(25), 169-186.
- Caber, M., & Albayrak, T. (2016). Assessing daily tour service quality: A proposal for a DAILYSERV scale. *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Chand, M., & Ashish, D. (2014). The impact of service quality on tourist satisfaction and loyalty in Indian tour operation industry. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, 4(5), 1-14.
- Edvardsson, B. (1997). Quality in new service development: Key concepts and a frame of reference. *International Journal of Production Economics*, 52(1-2), 31-46.
- Liu, C. H., & Yen, L. C. (2010). The Effects of Service Quality, Tourism Impact, and Tourist Satisfaction on Tourist Choice of Leisure Farming Types. *African Journal of Business Management*. 4(8), 1529-1545.
- Fredericks, L., Garstea, R., & Monforte, S. (2008). Sustainable tourism destinations: A pathway for tour operators.: 1-81.
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor Analysis* (2nd Ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Issa, J. J., & Jayawardena, C. (2003). The "all-inclusive" concept in the Caribbean. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(3), 167-171.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Kozechian, H., Khatib zadeh, M & Honarvar, H. (2012). The role of sport tourism service quality dimensions in sport tourists' satisfaction. *Contemporary Studies on Sport Management*. 1(2), 19-32.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Poon, A. (1998). All-inclusive resorts. *Travel & Tourism Analyst*, (6), 62-77.
- Räikkönen, J., & Honkanen, A. (2013). Does satisfaction with package tours lead to successful vacation experiences?. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 108-117.
- Ranjbarian, B., Zahedi, M. (2005). *Tourism industry services*, Kankash publications, First printing.
- Selanniemi, T. (2003). *Sustainable tourism: The tour operator contribution*, Paris: 1-97.
- Sheldon, P. J. (1986). The tour operator industry: an analysis. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 349-365.
- Shfiiee sabet, N., harati fard, S. (2015). The Impact of Cooperation of Tour Operators in Sustainability and Development of Local Settlements (Case study: Tehran and Alborz Regions). *Tourism Planning and Development*. 4(13), 93-119.
- Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: the case of TUI. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1589-1599.
- Thompson, B. (2004). *Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications*. American Psychological Association.
- Varmazyari, H., Asadi, A., Rahimi, A., & Fageee, D. (2017). [Analysis of tourists' motivations in destination choice, agricultural tourism; A Case Study of East Alamut (Persian)], *Journal of Rural Studies*.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., & Huan, T. C. (2000). Critical service features in group package tour: An exploratory research. *Tourism Management*, 21(2), 177-189.
- Wang, K. C., Hsieh, A. T., Chou, S. H., & Lin, Y. S. (2007). GPTCCC: An instrument for measuring group package tour service. *Tourism Management*, 28(2), 361-376.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. New York: McGraw-Hill.