

ارزیابی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری مطالعه موردی: شهرهای ساحلی استان بوشهر^۱

حسین جمالی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
ژیلا سجادی^۲ - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
محمدتقی رضویان - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
جهانگیر حیدری - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

بذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۷/۲۳

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۲/۲۳

چکیده

گردشگری شهری از ترکیب ظرفیت‌های محیطی و ارائه خدمات مناسب در کسب رضایت گردشگران شکل می‌گیرد. بنابراین، شهرهایی از لحاظ گردشگری موفق هستند که از ظرفیت‌های لازم از جمله جاذبه‌های محیطی و زیرساخت‌های کافی برای توسعه برخوردار باشند. در واقع، ظرفیت‌های شهری زمینه‌ساز توسعه چرخه گردشگری به شمار می‌روند، اما آنچه این ظرفیت‌ها را اقتصادی و پایدار می‌سازد، رضایت مشتری (گردشگران) است. این امر نیازمند رویکردی نظام‌گرایانه نسبت به فعالیت گردشگری است تا از طریق ایجاد و تأمین تسهیلات موردنیاز زمینه توسعه آن را فراهم نماید. شهرهای ساحلی استان بوشهر پتانسیل بالایی برای گردشگری دارند و از جاذبه‌های گردشگری ساحلی در استان و منطقه محسوب می‌شوند. هدف این پژوهش ارزیابی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری در شهرهای ساحلی استان بوشهر است. روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی است که در آن گردآوری مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی گردشگران از مقاصد گردشگری از طریق پرسشنامه صورت گرفت. اندازه‌گیری میزان رابطه مؤلفه‌های تأثیرگذار با میزان رضایتمندی با استفاده از مدل تحلیل عاملی و آزمون همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر اساس نتایج آزمون همبستگی پیرسون، همبستگی بین کیفیت امکانات زیرساختی، کیفیت رفتار جامعه میزبان، کیفیت خدمات و کیفیت محیطی با میزان رضایت گردشگران، به ترتیب، ۰/۷۲۳، ۰/۶۸۴، ۰/۸۵۵ و ۰/۵۶۰ است. که به ترتیب مؤلفه‌های کیفیت خدمات، کیفیت امکانات زیرساختی، کیفیت رفتار جامعه میزبان و کیفیت محیطی بیشترین و کمترین میزان همبستگی را با عامل رضایتمندی گردشگران نشان می‌دهند. این امر نشان‌دهنده اهمیت قابل توجه این عوامل در جذب گردشگران در شهرهای ساحلی استان بوشهر بوده و می‌تواند مبنایی برای برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری ساحلی در استان بوشهر باشد.

واژه‌های کلیدی: ارزیابی رضایتمندی، توسعه پایدار، گردشگری ساحلی، استان بوشهر، تحلیل عاملی.

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری حسین جمالی در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری به راهنمایی نویسنده دوم و سوم و مشاوره نویسنده چهارم در دانشکده علوم زمین دانشگاه شهید بهشتی می‌باشد.

۲. نویسنده مسئول

مقدمه

امروزه رضایت مشتری را می‌توان به عنوان جوهره موفقیت در جهان رقابتی تجاری در نظر گرفت که اصلی‌ترین مسئله در رسیدن به این رضایت ارائه کالا یا خدمات با کیفیت مورد انتظار مشتریان است (زیویار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۷۴). با توجه به اهمیت و سهم روزافزون بخش گردشگری در اقتصاد نوین، برنامه‌ریزی در جهت تقویت زیرساخت‌های آن و ارتقای کیفیت خدمات و امکانات گردشگری، بیش‌ازپیش ضروری می‌نماید. زیرا اعتقاد بر این است که رضایت گردشگران 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 و به این ترتیب موجبات تداوم و پایداری گردشگری و رونق اقتصادی در منطقه موردنظر شود. گردشگری، دارای اشکال مختلفی است، برای مثال می‌توان از گردشگری تجاری، گردشگری درمانی، گردشگری ورزشی، گردشگری روستایی، اکو-گردشگری و غیره نام برد. باین حال، مقاله حاضر بر رشته خاصی از گردشگری، تحت عنوان گردشگری ساحلی، متمرکز می‌باشد. گردشگری ساحلی از بزرگ‌ترین فعالیت‌های گردشگری در جهان است که با رشد شتابنده خود به فعالیتی چندمنظوره مبدل گشته است. به طوری که توسعه گردشگری و تفریحات مربوط به آن از عوامل مؤثر در شکل‌دهی الگوی توسعه نواحی ساحلی بوده و تأمین‌کننده مزایای مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی بسیاری برای جامعه میزبان است. این نوع گردشگری از قدیمی‌ترین انواع گردشگری است. به طوری که سابقه برخی از تفرجگاه‌های ساحلی در جهان به قرن ۱۹ بازمی‌گردد. طی سال‌های اخیر نیز دامنه گردشگری، از میدان محصور مکان‌های باستانی به محیط طبیعی کشانیده شده است، در این بین نقش سواحل به عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری، اهمیتی روزافزون یافته است. سواحل واقع در نواحی شهری، فرصت مناسبی جهت توسعه اقتصادی، اجتماعی، و زیست‌محیطی را در شهرهای حاشیه دریا فراهم می‌کند. از این رو سواحل دریا مهم‌ترین عرصه دنیای طبیعی در فضای شهری است و محیطی جذاب و منعطف برای بسیاری از نیازهای انسان شهرنشین به حساب می‌آید (بهزادفر، ۱۳۹۰: ۳۹). استان بوشهر به دلیل استقرار در کرانه شمالی خلیج فارس و دارا بودن بیش از ۷۰۰ کیلومتر ساحل ظرفیت مناسبی در زمینه توسعه گردشگری ساحلی دارد. وجود آثار تاریخی متعدد در شهرها از جمله شهرهای بوشهر و سیراف، چشم‌اندازهای متنوعی از سواحل صخره‌ای در محل تلاقی زاگرس جنوبی و خلیج فارس تا شن‌های روشن جزایر خلیج فارس، دلتا و مصب، جنگل‌های مانگرو و یا حرا، تالاب‌ها، مرغزارهای دریایی و آب‌سنگ‌های مرجانی، صنایع دستی، صنایع عظیمی چون نفت، گاز، پتروشیمی و نیروگاه هسته‌ای، این منطقه را به پتانسیل مناسبی برای مقصد گردشگران داخلی و خارجی تبدیل نموده است. به طوری که در کنار فعالیت‌های تجاری و صید و صیادی، صنعتی، در شهرها، گردشگری ساحلی یکی از ظرفیت‌های بسیار خوب در آن‌ها به حساب می‌آید که می‌تواند با ایجاد تعامل بین فعالیت‌های موجود ظرفیتی کم‌نظیر و بسیار مناسب برای توسعه همه‌جانبه استان خصوصاً در شهرها محسوب شود. شهرهای ساحلی استان بوشهر به عنوان مقاصد گردشگری ساحلی گرچه سابقه چندانی در این خصوص ندارند اما می‌توان با برنامه‌ریزی صحیح و استفاده از ظرفیت‌های موجود برای جلب رضایت گردشگران و تأمین زیرساخت‌ها و امکانات لازم، بستر تحقق توسعه گردشگری را در آن‌ها فراهم نمود. آنچه در این تحقیق به عنوان یک مسئله مهم در منطقه مورد مطالعه ضروری به نظر می‌رسد، اعمال گردشگری پایدار و برنامه محور است که در آن به کیفیت زندگی جامعه میزبان، محیط‌زیست و ارزش‌های فرهنگی اهمیت خاصی قائل است. این امر مستلزم مشارکت افراد محلی و رعایت اصل عدالت‌پیشگی و تبیین اهمیت و جایگاه سواحل به عنوان یکی از مهم‌ترین و پرجاذبه‌ترین مکان‌های گردشگری شهری جهت توانمندسازی شهرهای ساحلی در زمینه کسب‌وکار و افزایش تعاملات فرهنگی و اجتماعی بین آن‌هاست که این خود می‌تواند لازمه رسیدن به توسعه پایدار آن‌ها باشد. در چهارچوب مباحث یادشده، هدف این پژوهش ارزیابی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری در شهرهای ساحلی استان بوشهر است. لذا با تأکید بر ارزیابی مؤلفه‌های رضایت گردشگران در (مقصد) سعی در شناخت عوامل مؤثر بر رضایتمندی

گردشگران ورودی به شهرهای ساحلی استان بوشهر در راستای فراهم آوردن زمینه‌های مناسب برای توسعه گردشگری و افزایش رضایتمندی داریم. شایان ذکر است در زمینه گردشگری و گردشگری ساحلی پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است، اما درباره ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران از گردشگری ساحلی به‌ویژه در شهرهای ساحلی استان بوشهر مطالعات محدودی صورت گرفته است. با توجه به اهمیت نقش رضایت گردشگران در توسعه گردشگری و همچنین پیامدها و اثراتی که این موضوع بر روی ساختار اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی زیست و کالبدی - محیطی جوامع شهری کشورها می‌گذارد، در این راستا تحقیقات و پژوهش‌های مختلفی از سوی محققین و دانشمندان داخلی و خارجی صورت گرفته است که نتایج این تحقیقات در جدول شماره ۱ نشان داده می‌شود.

جدول شماره ۱. پژوهش‌های صورت گرفته در راستای رضایتمندی گردشگران و نتایج کلیدی آن‌ها

پژوهشگر	موضوع	نتیجه
امان پور و همکاران ۱۳۹۳	سنجش میزان رضایتمندی گردشگران نوری از تسهیلات و خدمات رفاهی، تفریحی و توریستی شهرستان شوشتر	از نظر پرسش‌شوندگان، وضعیت تأسیسات و خدمات گردشگری شهر شوشتر در سطح مطلوبی قرار ندارد و میزان رضایت گردشگران از آن‌ها در سطح پایینی قرار دارد. علاوه بر این مشخص شد که بین رضایت گردشگران از وضعیت مکان‌های گردشگری و امکانات و خدمات گردشگری و همچنین بین حجم تبلیغات و تعداد گردشگران ورودی به شهر رابطه معناداری وجود دارد.
ابراهیم پور (۱۳۸۹)	عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران در استان اردبیل (مطالعه موردی منطقه گردشگری سرعین)	در نتیجه عوامل سازمانی و محیطی موجب افزایش رضایت گردشگران و به تبع آن افزایش وفاداری آن‌ها، به معنی بازگشت گردشگران و معرفی منطقه از سوی آن‌ها می‌شود.
فنی و همکاران ۱۳۹۱	سنجش میزان رضایتمندی گردشگران شهر گرگان	نتایج نشان می‌دهد که چهار عامل کیفیت خدمات، کیفیت محیطی، کیفیت رفتار جامعه میزبان و هزینه خدمات می‌توانند بیش از ۵۵ درصد واریانس کل متغیرهای موردبررسی را تبیین نمایند. همچنین بین عوامل مذکور و میزان رضایت گردشگران همبستگی معناداری مشاهده شد.
آقایی و همکاران (۱۳۹۴)	تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری (مورد پژوهی: گردشگران شهرستان قروه)	بالاترین سطح مربوط به شاخص کیفیت رفتار جامعه میزبان با میانگین ۴,۲۴ است. همچنین محاسبه آزمون پیرسون نشان داد که بین کیفیت خدمات و تسهیلات با رضایتمندی گردشگران همبستگی مثبتی و معناداری در تمامی شاخص‌ها برقرار است و در نهایت رابطه رضایتمندی و جذب گردشگران با ضریب ۰,۷۵۳ محاسبه شد
وثوق و همکاران (۱۳۹۰)	ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت در گردشگری زمستانی مورد مطالعه: دو مقصد زمستانی شمشک و دربند سر	گردشگران از مقاصد رضایت دارند اما این رضایت بیشتر از آنکه ناشی از عرضه مناسب باشد متأثر از ویژگی‌های منطقه و علاقه و انگیزه شخصی به ورزش اسکی است.
الکساندرو تیتو و گالینا (۲۰۰۳)	عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران داخلی از مقاصد (مورد مطالعه اقامتگاه‌های روسیه)	این مطالعه تجربی، مدلی را برای بررسی ارتباط میان رضایت، عوامل مؤثر و وفاداری مقصد گردشگران آزمایش کرد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که برخی عوامل مانند هدف سفر، منبع پرداخت برای سفر، انتخاب محل اقامت، حالت برگزاری جشن‌های ویژه گردشگران و هزینه‌های گردشگری بر سطح رضایتمندی تأثیر می‌گذارد که به نوبه خود بر اهداف گردشگران به منظور بازدید از آن مناطق تأثیرگذار است. به این ترتیب، این مطالعه شواهد تجربی را حاکم بر این فرضیه می‌داند که اگر گردشگران از تجربه سفر خود راضی باشند، بیشتر مایل به بازدید دوباره از یک مقصد هستند.
تی. پی. هانگ (۲۰۱۶)	عوامل مؤثر بر تصمیم انتخاب توریست‌های خارجی برای یک مقصد گردشگری مطالعه در شهر دایانگ، ویتنام	این مطالعه نشان می‌دهد که پنج عامل بر تصمیم‌گیری گردشگران خارجی به شهر دایانگ تأثیر می‌گذارد این عوامل به ترتیب عبارت‌اند از: استاندارد ذهنی، ارزش درک شده، استراتژی‌های اطلاع‌رسانی، استراتژی‌های بازاریابی و محیط گردشگری. پنج عامل فوق تأثیر مثبتی در تصمیم‌گیری از گردشگران خارجی به مقصد دایانگ داشته باشد و می‌تواند یک پایه‌ای و مهم برای ایجاد استراتژی مناسب گردشگری در آینده است.
مایور سیارلی و کلیلیا کاسلا. (۲۰۱۴)	رضایتمندی مشتریان از مکان‌های توریستی مطالعه موردی شهر ناپل ایتالیا.	در این تحقیق تأثیرات برخی از ویژگی‌های مقاصد توریستی برای ایجاد حس رضایتمندی در گردشگران موردبررسی قرار گرفته است. از این مطالعه می‌توان نتیجه گرفت که رضایت گردشگران به یک فرآیند پیچیده بستگی دارد که نقش هر یک از بازیگران بنیادین است که

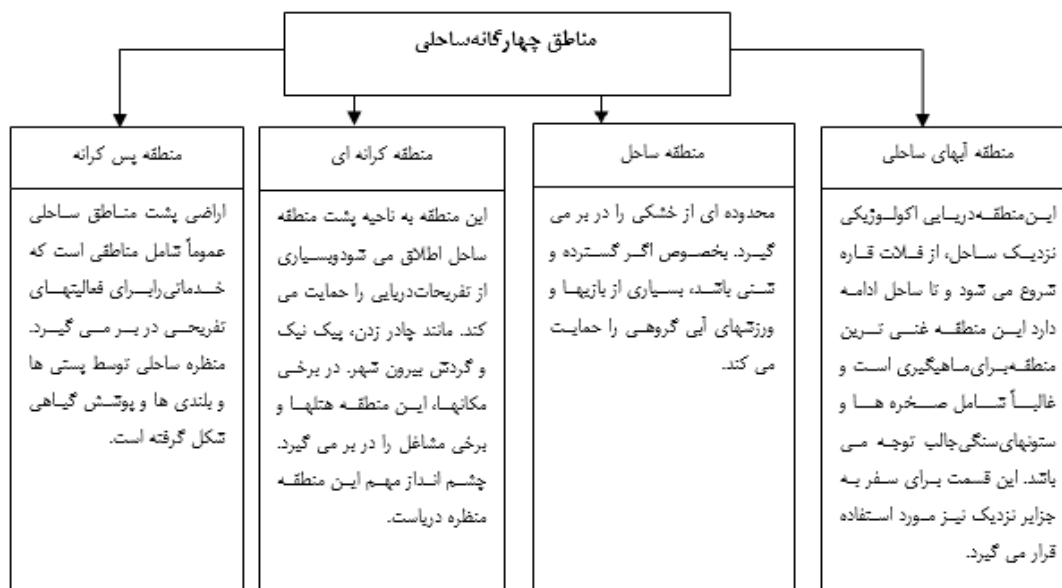
<p>باید با همدیگر هماهنگ باشد. بنابراین، از دیدگاه نظری، این مقاله بر رضایت مشتری و توجه خاص به صنایع خدماتی تمرکز دارد.</p>		
<p>هدف از این مقاله تعیین ابعاد و عواملی است که بر تصویر مقصد تأثیر می‌گذارد و به بررسی رابطه بین تصویر مقصد و رضایت گردشگری می‌پردازد نتایج تحقیق نشان داد که عناصری مانند منابع و محیط طبیعی، تفریح و فراغت گردشگری و همچنین عوامل اقتصادی و محیط اجتماعی و جو محیطی، به‌طور مثبت بر رضایت گردشگری تأثیر می‌گذارد.</p>	<p>تصویر مقصد و رضایت گردشگران. مطالعه موردی مقصد مدیترانه‌ای</p>	<p>باربارا. پو (۲۰۰۴)</p>
<p>از نظر گردشگران کشور تانزانیا، برای سرمایه‌گذاری در زمینه عواملی چون فرهنگ، حیات وحش، چشم‌اندازها و امکانات اقامتی نسبتاً خوب عمل کرده است. در واقع اگر گردشگران بین‌المللی در مورد برخی از ویژگی‌های گردشگری درک مطلوبی داشته باشند. این امر نباید باعث شود که دولت و سایر ذینفعان گردشگری از عملکردشان کاملاً خرسند باشند زیرا دولت باید اطمینان دهد که سیاست‌هایی برای هدایت توسعه گردشگری پایدار وجود دارد. وی در نهایت به این نتیجه می‌رسد که گردشگری پایدار باید با توجه به سه جنبه پایداری، به ترتیب تأثیرات مثبت گردشگری را به حداکثر و تأثیرات منفی گردشگری را به حداقل برساند. بیشتر نگرانی‌های گردشگران بین‌المللی بر روی شرایط مؤلفه‌های تأثیرگذار بر گردشگری (رستوران‌ها، زیرساخت‌ها، راهنماهای تور، امنیت) است که نیاز مبرم به تلاش‌های هماهنگ و سرمایه‌گذاری دارد تا گردشگران بین‌المللی را به خود جذب کند و انتظاراتشان را برآورده کند.</p>	<p>ارزیابی درک گردشگران و رضایت آن‌ها از مقصد گردشگری تانزانیا</p>	<p>جان. ام فیلی مون. (۲۰۱۵)</p>
<p>نزدیکی، زیبایی طبیعی، استراحت و آرامش دلایل اصلی برای انتخاب مردم محلی در آذربایجان به عنوان یک مقصد گردشگری است در بررسی عوامل تعیین‌کننده در انتخاب مقصد و تجزیه و تحلیل آن‌ها نشان داد که ۳ گروه از عوامل نقش مهمی بر تصمیم‌گیری گردشگران در انتخاب مقصد دارد: امکانات رفاهی و ویژگی‌های زیست‌محیطی، مقصد جاذبه‌ها و ویژگی‌های شخصی گردشگران و زیرساخت‌های گردشگری مقصد.</p>	<p>عوامل مؤثر بر انتخاب توریست‌های محلی - تصمیم‌گیری در مورد یک مقصد: مورد مطالعه آذربایجان</p>	<p>جاوید سیدوف و روما آدومایتینی (۲۰۱۶)</p>
<p>گرچه عواملی مانند محل اقامت، خدمات غذا، مغازه‌های خرده‌فروشی و سوغات و جاذبه‌های مقصد تأثیر زیادی بر رضایت گردشگران داخلی دارد اما در این مطالعه مشخص شده که بزرگ‌ترین عامل تأثیرگذار بر رضایت گردشگران اروپایی، دوستی و مهمان‌نوازی مردم محلی در شهر ناهارنگ بود.</p>	<p>عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران اروپایی در شهر ناهارنگ: درک کیفیت مقصد</p>	<p>کنگ چی لی، سد دونگ (۲۰۱۷)</p>

مبانی نظری

گردشگری ترکیب پیچیده‌ای از فعالیت‌های مختلفی است که از به هم پیوستن ویژگی‌های محیطی و میزان توانمندی و جاذبه‌های شهری در جذب بازدیدکنندگان و ارائه خدمات شکل می‌گیرد. این نوع گردشگری در کشورهای پیشرفته سودآورترین نوع گردشگری زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اکولوژیکی و غیره، تأثیرات انکارناپذیری بر فضاهای شهری دارد (Snaith, 1999:595). اما نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت‌های مناسب شهری، یکپارچگی همه سازمان‌های ذی‌ربط و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. از طرف دیگر تنسيق و آمایش جاذبه‌های شهر، استفاده پایدار از منابع گردشگری، ایجاد امکانات و تسهیلاتی است که دسترسی به جاذبه‌ها را تسهیل کند. رضایت خاطر بازدیدکنندگان و کنترل محلی، دومین شرط لازم در توسعه گردشگری است (دیناری، ۱۳۸۸: ۱۵). کشورهای مقصد برای موفقیت در جذب گردشگران بایستی با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و جغرافیایی خود نسبت به فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم و تبدیل شدن به مقصد گردشگران در حوزه خاص خود اقدام نمایند. این کار نیازمند رویکردی نظام‌گرا یا نه نسبت به بخش گردشگری است تا از طریق ایجاد و تأمین تسهیلات موردنیاز زمینه توسعه گردشگری را فراهم کنند. از آنجاکه وجود تسهیلات موردنیاز اولین گام در جذب و نگهداری گردشگران در معنی تقاضای مجدد آن‌ها است، شناخت وضعیت منطقه از حیث وجود سطحی از این عوامل، زمینه را برای آشنایی با وضعیت گردشگری منطقه و

آسیب‌شناسی و توسعه آن فراهم می‌آورد. تا با تأمین انتظارات و نیازهای گردشگران، رضایت و وفاداری آن‌ها را نسبت به مقصد ایجاد نمایند. انتظارات گردشگران از منطقه بر اساس تجربه سفرهای قبلی، تبلیغات، تشویق دیگران شکل می‌گیرد. کیفیت خدمات، و تسهیلات و ارزش‌های دریافت شده و ادراک شده تأثیر مستقیمی بر کیفیت سفر، تجربه گردشگری و سطح تقاضای آن‌ها در آینده دارد (یسال، ۲۰۰۳: ۸). از اواخر دهه ۱۹۹۱، توسعه گردشگری از توسعه اقتصادمحوری به سمت پایداری حرکت کرد. توسعه پایدار، نقطه ایده آل تلاش صنعت گردشگری در قرن ۲۱ است. صنعت گردشگری به این پارادایم با تغییر خودسامانی و شروع برنامه‌های داوطلبانه واکنش نشان می‌دهد. به عنوان نمونه، برنامه‌ها و سیاست‌های داوطلبانه بی‌شماری مانند جهان سبز ۲۱، مبارزه پرچم آبی اروپا، مسافر زیرک در اکوادور، برگ سبز تایلند و دستورالعمل ۲۱ برای صنعت سفر و گردشگری تنظیم شده است (Jayawardena et al., 2008: 256). تحقق توسعه پایدار گردشگری در گرو سه رویکرد همه‌جانبه نگر، کل گرا، آینده‌نگر و مساوات گرا است. نگرش اول بر این باور است که توسعه هنگامی پایدار است که در بستر سیاسی، اقتصادی و اکولوژیک ملاحظه گردد. در رویکرد دوم، برآورد احتیاجات کنونی گردشگران، جامعه میزبان و به موازات آن محافظت از محیط‌زیست و حفظ فرصت‌های برابر برای آیندگان مطرح است. در رویکرد سوم، مساوات درون نسلی و فرا نسلی در استفاده از امکانات، داده‌ها و منابع موردنظر است (تولایی، ۱۳۸۶: ۱۴۲). از این رو دستور کار ۲۱، سازمان‌های بین‌المللی گردشگری، نیاز به رسمیت شناختن نقش گردشگری در فرایند توسعه مناسب را گوشزد کردند تا سازمان‌های گردشگری در راستای تحقق اصول گردشگری پایدار، طرح اجرایی نقش گردشگری را مورد توجه قرار دهند (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۷۵). گردشگری در مفهوم پایدار، دربرگیرنده معنایی خاص است، ظهور این مفهوم در ادبیات گردشگری حاصل تلاش در دستیابی به توسعه پایدار در تمامی زمینه‌های توسعه است. رویکرد زیربنایی منابع گردشگری که هم‌اکنون در برنامه‌ریزی صنعت گردشگری و در سایر انواع توسعه به کار می‌رود، رویکرد رسیدن به توسعه پایدار است. بر اساس روش توسعه پایدار، باید منابع طبیعی، فرهنگی و سایر منابع گردشگری برای استفاده مداوم در آینده حفظ شوند و در عین حال، برای جامعه کنونی سودمند و مفید باشد (لومسدن، ۱۳۸۰: ۳۷۲). امروزه گردشگری ساحلی، سریع‌ترین نوع در حال رشد انواع گردشگری است و طیف کاملی از گردشگری، فراغت و فعالیت‌های تفریحی در نواحی ساحلی را در برمی‌گیرد که باتدبیر و اندیشه علمی و همراه با برنامه‌ریزی می‌توان از پتانسیل‌های ناشناخته صنعت در توسعه پایدار نواحی استفاده نمود. این نوع گردشگری از قدیمی‌ترین انواع گردشگری است، به طوری که سابقه برخی از تفرجگاه‌های ساحلی به قرن ۱۹ بازمی‌گردد. در ابتدا این فضاها، مختص افرادی بود که تنها برای دیدار از سواحل دریا مراجعه می‌کردند، اما در دهه‌های اخیر، بازار گردشگری ساحلی ترکیبات متنوعی از انواع اقامت و استفاده گردشگران متناسب با موقعیت جغرافیایی را تقاضا کرده و با رقابتی فزاینده خواستار سرمایه‌گذاری عمده در زمینه زیرساخت‌ها و ایجاد تسهیلات و حفاظت منابع طبیعی اعم از دریا، سواحل و سایر میراث طبیعی و فرهنگی در مناطق ساحلی است. در حقیقت، زمان مطلوب گردشگری ساحلی، تنها با عواملی چون خورشید، دریا و ماسه سپری شده و گردشگر مدرن امروزی در جستجوی فعالیت‌ها و تجربیات متفاوتی است که در مناطق ساحلی انجام می‌گیرند (سجادی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲۵). گردشگری ساحلی بر پایه ترکیب منابع منحصر به فردی است که به واسطه زمین و دریا، امکانات رفاهی از قبیل آب، سواحل، منظره زیبا و زیرساخت‌های مناسب به وجود می‌آیند. فعالیت‌های متنوعی که هم در منطقه ساحلی و هم در آب‌های ساحلی قرار دارند و شامل توسعه ظرفیت‌های گردشگری (هتل‌ها، اقامتگاه تفریحی، خانه‌های دوم، رستوران‌ها، و غیره) و زیرساخت‌های پشتیبانی (بندرها، اسکله، ماهیگیری و غواصی و دیگر امکانات) می‌شوند. فعالیت‌های تفریحی ساحلی، هم در حجم و هم در تعداد گردشگر در طول دهه گذشته افزایش داشته است. این گونه فعالیت‌ها در مناطق ساحلی به دو نوع اصلی مصرفی و غیرمصرفی. قابل تقسیم می‌باشند.

فعالیت‌هایی مانند ماهیگیری، پوست کندن ماهی و غیره به طبقه مصرفی تعلق دارند درحالی‌که فعالیت‌های غیرمصرفی شامل شنا، غواصی، قایقرانی، گشت‌وگذار، موج‌سواری، جت اسکی، تماشای پرند و غیره می‌باشد. گردشگری ساحلی به طبیعت (آب‌هوا، چشم‌انداز، اکوسیستم) و فرهنگ (میراث تاریخی و فرهنگی، هنری و صنایع‌دستی، سنت‌ها، و غیره) وابسته است. این موارد شامل فعالیت‌هایی است که فقط در مناطق و شرایط خاص می‌تواند انجام شود (Unep, 2009: 10). سواحل دریا با دارا بودن آب و سرگرمی‌های آبی، پوشش گیاهی، زمین‌شناسی و خاک، اقلیم، صنعت و تأسیسات فرصت مناسبی را جهت جذب گردشگر فراهم می‌آورد که نظر شکل و نوع استفاده از آن برای گردشگران می‌توان به چهار منطقه به شکل شماره ۱ تقسیم نمود (Ketchum, 1987: 87-127).

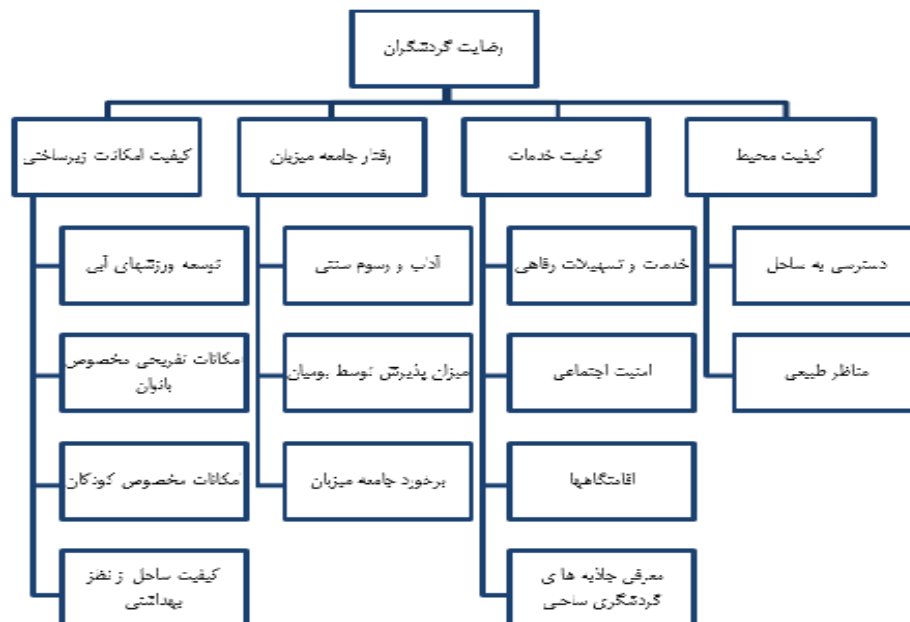


شکل شماره ۱. چهار منطقه گردشگری در ساحل

رضایتمندی گردشگران

مطالعات نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که به رضایت مشتریان توجه نموده‌اند در زمینه افزایش کارایی فرایندهای تولید، رشد سریع شرکت، افزایش دانش در مورد مشتریان و افزایش ارزش تولیدات خود موفق بوده‌اند. رضایت مشتریان عامل تعیین‌کننده‌ای در وفاداری مشتری است که باعث حفظ مشتری می‌شود. ایجاد رضایتمندی در مشتریان مفهومی است که در تجارت و کسب‌وکار امروزی به این دلیل که مشتریان وفادار عامل اصلی موفقیت سازمانی هستند، مورد توجه بیش‌ازپیش قرار گرفته است. رضایتمندی به معنی افزایش مشتری برای انجام معامله با سازمان خاص و خرید مجدد و مکرر کالا و خدمات آن سازمان می‌باشد (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۴). اگرچه تعاریف زیادی در مورد رضایت ارائه شده است ولی رضایت عموماً به‌وسیله میزان رضایت یا ناراضی‌تی یک مشتری از خرید قبلی از محصول یا خدمت مشخص می‌شود. در مورد مسافرت موتینهو (۱۹۸۷) عنوان کرد که رضایت یا ناراضی‌تی از سفر قبلی به تجربه آن مربوط می‌شود. پیزام، نیومن و ریچل (۱۹۸۷) بیان کردند که رضایت گردشگر به مقایسه بین تجربه یک گردشگر از مقصدی که از آن بازدید کرده و انتظاری که در مورد آن مقصد داشته، مربوط می‌شود (فوستر و ترونک، ۲۰۰۵: ۶۵). بر اساس مطالعات انجام‌شده رضایت از زندگی به رضایت فردی از سلامتی، شغل، خانواده و تفریح بستگی دارد (بوتی و همکاران، ۲۰۰۸: ۵۹۵). رضایتمندی مشتریان نقش کلیدی در موفقیت استراتژی کسب‌وکارها دارد. در این بین رضایتمندی گردشگران یکی از مهم‌ترین عوامل رقابتی و بهترین شاخص برای تضمین رشد سودهای آتی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از مراکز، ارگان‌ها و

سازمان‌ها، میزان رضایت گردشگران را معیاری مهم برای سنجش کیفیت کار خود قلمداد می‌کنند و این روند همچنان در حال افزایش است. رضایت گردشگر زمانی به دست می‌آید که فرآیندهای مناسب به‌گونه‌ای طراحی شوند که خدمات ارائه‌شده توقعات و انتظارات گردشگر را برآورده نمایند (قلی پور سلیمانی و رشیدی، ۱۳۸۷: ۳). بنابراین، ضروری است هنگام ارزیابی نقاط قوت و ضعف سازمان‌های مرتبط با گردشگری، مقوله رضایتمندی گردشگران مورد توجه ویژه‌ای قرار گیرد و این بحث در کانون بازاریابی و برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری قرار گیرد (Tsotsou & Vasioti, 2006: 72). در این رویکرد، موفقیت هر پروژه گردشگری مستلزم شناخت و درک کیفیت حمایت جامعه میزبان است. اساساً گردشگری یک فعالیت پایه است و به جاذبه‌ها و خدمات وابسته است، اما در عین حال توسعه موفقیت‌آمیز آن مستلزم میهمان‌نوازی و استقبال از طرف جامعه میزبان نیز می‌باشد. به طوری که بدرفتاری، بی‌علاقگی و سوءظن جامعه محلی، نهایتاً به گردشگران منتقل خواهد شد و احتمالاً عدم تمایل گردشگران به بازدید مجدد از مقصدهای مذکور، را در پی خواهد داشت. بدین‌سان درک واکنش جامعه محلی بر روی این طرز تفکر تأثیر می‌گذارد (Gursoy al et, 2002: 80). با توجه به عنوان و مسئله پژوهش، پیشینه پژوهش و مباحث مطرح‌شده در مبانی نظری، مدل مفهومی به صورت نمودار شماره ۲ ارائه می‌گردد.



شکل شماره ۲. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه هدف، از نوع کاربردی و از نظر روش تحقیق اسنادی - پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها به صورت مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای بوده است. با توجه به نامشخص بودن تعداد گردشگران (جامعه آماری) از نمونه‌گیری تصادفی قابل‌دسترس استفاده گردید. تعداد ۳۵۰ نفر با توجه به موقعیت جغرافیایی جامعه آماری و وجود ۱۳ شهر پرتردد گردشگران به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. پرسشنامه این پژوهش ۱۴ گویه دارد. برای بررسی روایی پرسشنامه از نظرات کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری و استادان رشته‌های جغرافیا، گردشگری و علوم اجتماعی استفاده شده است. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۱۲ محاسبه شده است. سؤالات به دو صورت سؤالات باز و سؤالات بسته طراحی شدند. در سؤالات باز، سؤالات از قبیل مبدأ گردشگران، سن، جنس، تحصیلات، و نحوه اطلاع از جاذبه‌های گردشگری شهرهای ساحلی بوشهر مطرح‌شده و در سؤالات بسته نیز از طیف لیکرت استفاده شده است. این طیف از پنج قسمت مساوی که میزان رضایت و نارضایتی گردشگران را از تسهیلات و

خدمات گردشگری در سطح شهرهای ساحلی استان بوشهر تشکیل شده و در نهایت به کمک نرم افزار SPSS به استخراج داده‌های موجود از پرسشنامه اقدام نموده و در نهایت بر اساس روش تحلیل عاملی و آزمون‌های همبستگی پیرسون و t تک نمونه‌ای تحلیل شده‌اند.

محدوده مورد مطالعه

استان بوشهر با ۲۳۱۹۷ کیلومتر مربع وسعت (هفدهمین استان کشور از نظر مساحت) در جنوب غرب ایران، واقع شده است. این استان از سمت شمال به استان‌های خوزستان و قسمتی از کهگیلویه و بویر احمد، از جنوب به خلیج فارس و قسمتی از استان هرمزگان، از شرق به استان فارس و از مغرب به خلیج فارس محدود شده و دارای مرز آبی به طول ۶۲۵ و با احتساب خورها ۷۰۰ کیلومتر با خلیج فارس می‌باشد. محدوده مورد مطالعه این تحقیق، شهرهای ساحلی استان بوشهر از بندر دیلم در شمال تا بندر عسلویه در جنوب شامل ۱۳ شهر با جمعیتی ۴۴۸۱۰۶ نفر می‌باشد. (شکل ۳) شهرهای ساحلی برحسب میزان و نحوه عرضه خدمات و منابع گردشگری، به طور متفاوت از بازارهای گردشگری متأثر شده‌اند، وجود آثار تاریخی متعدد، چشم‌اندازهای متنوع از سواحل باتلاقی زاگرس جنوبی و خلیج فارس، جنگل‌های مانگرو، تالاب‌ها، مرغزارهای دریایی و آب‌سنگ‌های مرجانی، صنایع دستی، صنایع عظیمی چون نفت، گاز، پتروشیمی و نیروگاه هسته‌ای، این منطقه را به مقصد گردشگران داخلی و خارجی تبدیل نموده است. جاذبه‌های فرهنگی، تجاری و ... از دیگر ظرفیت‌های جذب گردشگر استان می‌باشد. این استان از لحاظ اقلیمی، (شرایط نسبتاً مساعد آب و هوایی در شش ماه) باعث سیل گردشگران داخلی به این استان می‌شود.



شکل شماره ۳. موقعیت شهرهای ساحلی استان بوشهر

بحث و یافته‌ها

پس از استخراج آمار و داده‌ها، نتایج توصیفی متغیرها و پارامترهای مهم به شرح زیر ارائه می‌گردد. از تعداد کل گردشگران ۷۴/۳ درصد مرد و ۲۵/۷ درصد زن بودند. بنابراین اکثر پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه از جنس مرد بوده‌اند. از نظر سنی نیز ۳۹/۴ درصد گردشگران در گروه سنی ۲۰ - ۳۵ ساله، ۶/۹ درصد در گروه سنی کمتر از ۲۰ سال، ۲۳/۱ درصد در گروه سنی ۳۶-۴۵ سال ۳۰/۶ درصد در گروه سنی بیش از ۴۶ سال قرار دارند. همچنین از نظر وضعیت تحصیلی گردشگران، سطح تحصیلات ۲۳/۴ درصد گردشگران سیکل و پایین‌تر، ۳۰/۹ درصد دیپلم، ۹/۷ درصد فوق دیپلم، ۳۶ درصد لیسانس و بالاتر هستند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، گردشگران در سنین متوسط، میزان تحصیلات مناسب دارند. مطابق با آمار جدول شماره ۲، مبدأ مسافرت گردشگران از نظر توزیع استانی، استان فارس با ۳۴/۹ درصد، اصفهان با ۱۵/۴ درصد، خوزستان با ۸/۹ درصد و تهران با ۸/۳ درصد به ترتیب بیشترین و کمترین درصد پاسخ‌دهندگان را تشکیل می‌دهند.

جدول شماره ۲. مبدأ مسافرت گردشگران از نظر توزیع استانی

استان	تعداد	درصد	استان	تعداد	درصد	استان	تعداد	درصد
فارس	۱۲	۳/۴	خوزستان	۳۱	۸/۹	خراسان شمالی	۴	۱/۱
اصفهان	۵۴	۱/۵	مازندران	۵	۱/۴	خراسان رضوی	۸	۲/۳
اردبیل	۱	۰/۳	همدان	۸	۲/۳	خراسان جنوبی	۲	۰/۶
تهران	۲۹	۸/۳	کرمان	۱۲	۳/۴	کرمانشاه	۲	۰/۶
زنجان	۱	۰/۳	لرستان	۸	۲/۳	سایر شهرهای بوشهر	۹	۲/۶
فروین	۴	۱/۱	سمنان	۲	۰/۶	آذربایجان غربی	۶	۱/۷
هرمزگان	۵	۱/۴	یزد	۶	۱/۷	کهگیلویه و بویراحمد	۸	۲/۳
گلستان	۱	۰/۳	مرکزی	۲	۰/۶	آذربایجان غربی	۶	۱/۷
کردستان	۲	۰/۶	قم	۵	۱/۴	سیستان و بلوچستان	۶	۱/۷
گیلان	۱	۰/۳						

به منظور بررسی عوامل تأثیرگذار بر رضایتمندی گردشگران ورودی به شهرهای ساحلی استان بوشهر از مدل تحلیل عاملی استفاده شده است. این مدل با استفاده از روش مؤلفه‌های اصلی^۱، چرخش واریماکس^۲ و نرمال‌سازی کاریزر^۳ صورت گرفت، که نتایج آن در جدول شماره ۴ تا ۹ نشان داده شده است. با توجه به تعدد شاخص‌ها، به منظور کاهش تعداد شاخص‌های معرفی شده و خلاصه نمودن اطلاعات حاوی آن‌ها در تعداد محدودتری از عامل‌ها، برای استفاده مفیدتر در تحلیل‌های بعدی و سادگی تفسیر نتایج حاصل از آن‌ها، هر کدام از شاخص‌های ارائه شده به منظور سنجش رضایتمندی گردشگران از مقاصد گردشگری ساحلی در استان بوشهر چهارده گویه در مقیاس لیکرت طراحی و سپس میانگین آن‌ها به صورت شاخص رضایتمندی تعیین شده و وارد مدل تحلیل عاملی شدند. نتایج حاصله از اجرای مدل فوق در نرم‌افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته و در جدول شماره ۴ تحت عنوان عامل‌های استخراج شده (بارگذاری عامل‌ها)، به صورت مقادیر ویژه، درصد تبیین، واریانس هر کدام از مجموعه متغیری‌های پژوهش ارائه شدند.

1. Principal component
2. Varimax Rotation
3. Kaiser Normalitation

جدول شماره ۴. عامل‌های استخراج‌شده، مقادیر ویژه و درصد تبیین واریانس آن‌ها از مجموعه شاخص‌های رضایتمندی گردشگری در شهرهای ساحلی استان بوشهر

عامل‌ها	مقدار ویژه			مجموع ضرایب چرخش داده نشده			مجموع ضرایب چرخش داده شده		
	مجموع	درصد تبیین واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد تبیین واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد تبیین واریانس	درصد تجمعی
۱	۴/۲۶	۳۰/۴۵	۳۰/۴۵۳	۴/۲۶	۳۰/۴۵	۳۰/۴۵	۲/۳۴	۱۶/۷۲	۱۶/۷۲
۲	۱/۵۴	۱۱/۰۲	۴۱/۴۸۲	۱/۵۴	۱۱/۰۲	۴۱/۴۸۲	۲/۲۸	۱۶/۲۸	۳۳/۰۱
۳	۱/۲۹	۹/۲۵	۵۰/۷۲۵	۱/۲۹	۹/۲۵	۵۰/۷۲۵	۲/۰۱	۱۴/۳۹	۴۷/۴۱۱
۴	۱/۱۸۱	۸/۴۳۸	۵۹/۱۷۳	۱/۱۸۱	۸/۴۳۸	۵۹/۱۷۳	۱/۶۴۷	۱۱/۷۶۲	۵۹/۱۷۳
۵	۰/۹۰۰	۶/۴۲۶	۶۵/۵۹۸	-	-	-	-	-	-
۶	۰/۷۸۲	۵/۵۸۸	۷۱/۱۸۶	-	-	-	-	-	-
۷	۰/۷۲۵	۵/۱۸۱	۷۶/۳۶۷	-	-	-	-	-	-
۸	۰/۶۴۷	۴/۶۲۲	۸۰/۹۸۹	-	-	-	-	-	-
۹	۰/۵۹۳	۴/۲۳۹	۸۵/۲۲۸	-	-	-	-	-	-
۱۰	۰/۵۵۹	۳/۹۹۳	۸۹/۲۲۱	-	-	-	-	-	-
۱۱	۰/۴۴۰	۳/۱۳۹	۹۲/۳۶۰	-	-	-	-	-	-
۱۲	۰/۴۱۶	۲/۹۷۱	۹۵/۳۳۲	-	-	-	-	-	-
۱۳	۰/۳۶۳	۲/۵۹۴	۹۷/۹۲۶	-	-	-	-	-	-
۱۴	۰/۲۹۰	۲/۰۷۴	۱۰۰	-	-	-	-	-	-

برای نشان دادن همبستگی‌های موجود بین داده‌ها از آزمون kmo استفاده شد که مقدار آن برای داده‌های تحقیق حاضر ۰/۷۸۷ به دست آمده است. با توجه به اینکه مقدار آن همواره بین ۰ تا ۱ در نوسان است، این مقدار نشان می‌دهد که همبستگی‌های موجود بین داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود. همچنین برای اطمینان از مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی‌های که پایه تحلیل عاملی قرار می‌گیرد در جامعه برابر صفر نیست از آزمون بارتلت^۱ استفاده شده است. طبق محاسبه صورت گرفته برای داده‌های پژوهش، آزمون فوق معنادار بوده است. یعنی متغیرها همبسته هستند. (جدول شماره ۵)

جدول شماره ۵. مقادیر آزمون‌های kmo و بارتلت

کایزر - مایر	۰/۷۸۷
بارتلت	۱۳۲۲/۴۰۷
درجه آزادی	۹۱
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰

پس از بررسی نتایج آزمون‌های kmo و بارتلت^۲ برای تحلیل مؤلفه‌های اصلی و نتایج عامل‌های استخراج‌شده و مقادیر ویژه و درصد تبیین واریانس (جدول شماره ۴). از تحلیل عاملی مجموعه چهارده‌گانه شاخص‌های رضایتمندی گردشگران پژوهش حاضر، چهار عامل اول دارای مقادیر ویژه بزرگ‌تر از واحد بوده و جمعاً بیش از ۵۹ درصد تجمعی از واریانس این مجموعه را تبیین می‌کنند که درصد نسبتاً بالایی به حساب می‌آید. لازم به ذکر است نحوه بارگذاری عامل‌ها از متغیرها از ساختار صریح و ساده‌ای برخوردار نمی‌باشد و نمی‌توان به راحتی آن را تفسیر نمود، لذا از تکنیک چرخش عامل‌ها (Factor Rotation) برای دستیابی به وضوح بیشتری در ساختار عاملی آن‌ها استفاده می‌شود. با توجه به داده‌های جدول شماره ۶، از ۱۴ متغیر اصلی پژوهش، ۱ متغیر به دلیل وزن کم (زیر ۰/۵). حذف و در نهایت بارگذاری بر روی ۱۳ متغیر باقیمانده انجام شد. بارهای عاملی متغیرهای مورد مطالعه روی چهار عامل به طور مشخص قرار گرفته‌اند به گونه‌ای که بیشترین بار عاملی به ترتیب به عوامل اول و دوم اختصاص یافته است. پس از ارزیابی همه عامل‌ها و با توجه به

1. Bartlett's Test

میزان بارگذاری آن‌ها روی هر عامل، نام‌گذاری مناسب برای عوامل صورت گرفت. عوامل استخراج‌شده همراه با توصیف مختصری راجع به هر یک از آن‌ها در جدول شماره‌مذکور ذکر شده است

جدول شماره ۶. بارگذاری عامل‌های استخراجی از شاخص‌های رضایتمندی گردشگری شهری
(ماتریس عوامل چرخش یافته)

عامل	۱	۲	۳	۴
X1	۰/۳۲۳	۰/۰۷۱	۰/۶۸۹	-۰/۱۱۱
X2	۰/۰۵۰	۰/۰۳۳	۰/۶۳۱	۰/۴۲۷
X3	۰/۰۸۱	۰/۰۶۶	۰/۱۰۵	۰/۷۷۲
X4	۰/۴۷۸	-۰/۰۹۲	۰/۳۰۶	۰/۴۰۳
X5	۰/۲۰۷	۰/۲۱۰	۰/۰۹۸	۰/۷۱۹
X6	۰/۷۴۰	۰/۰۷۲	۰/۱۹۲	۰/۱۱۶
X7	۰/۷۶۵	-۰/۰۳۶	۰/۰۸۹	۰/۰۹۷
X8	۰/۵۱۳	۰/۳۹۵	-۰/۰۰۴	۰/۱۴۹
X9	۰/۶۲۹	۰/۳۸۶	۰/۲۱۵	۰/۰۳۶
X10	۰/۲۵۱	۰/۸۰۲	۰/۰۱۴	۰/۰۸۰
X11	۰/۰۶۴	۰/۸۳۵	۰/۱۴۱	۰/۰۲۱
X12	-۰/۰۲۳	۰/۴۶۲	۰/۵۷۵	۰/۲۷۷
X13	۰/۳۰۵	۰/۲۱۱	۰/۶۶۹	-۰/۱۲۶
X14	۰/۰۶۶	۰/۵۵۵	۰/۳۷۴	۰/۱۷۳

سپس نتایج تحلیل عاملی که با استفاده از روش مؤلفه‌های اصلی و نرمال‌سازی چرخش واریماکس صورت گرفت، عوامل استخراج‌شده همراه با توصیف مختصر راجع به هر کدام در جدول شماره‌شماره ۷ نشان داده شده است. با توجه به جدول شماره‌مذکور ماتریس عوامل دوران یافته، به علت صریح و روشن بودن ساختار عامل‌ها و بارگیری از متغیرها، به نام‌گذاری عامل‌ها پرداخته شد. به این ترتیب عامل‌های چهارگانه شاخص‌های رضایتمندی گردشگران ورودی به شهرهای ساحلی استان بوشهر را به شرح جدول شماره‌زیر نام‌گذاری کرده و در تحلیل‌های بعدی مورد استفاده قرار می‌دهیم:

جدول شماره ۷: نام‌گذاری عامل‌های چهارگانه پژوهش

عامل	نام	توضیح
۱	کیفیت امکانات زیرساختی	توسعه ورزش‌های آبی و شنا در ساحل، امکانات و خدمات تفریحی مخصوص بانوان، امکانات و خدمات تفریحی مخصوص کودکان، کیفیت ساحل را از نظر زیست‌محیطی و بهداشت
۲	کیفیت رفتار جامعه میزبان	آداب‌ورسوم و سنت‌های بومی، میزان پذیرش گردشگران توسط افراد بومی و محلی و برخورد جامعه میزبان با گردشگران
۳	کیفیت خدمات	کیفیت خدمات و تسهیلات رفاهی، کیفیت اقامتگاه‌ها، امنیت اجتماعی و ایستگاه‌های پلیس، موردنیاز گردشگران در سواحل و معرفی جاذبه‌های گردشگری ساحلی و ایستگاه‌های راهنمای گردشگران
۴	کیفیت محیطی	مناظر طبیعی سواحل و نحوه دسترسی و حمل‌ونقل به ساحل

کایزر یکی از ویژگی‌های مهم تحلیل عاملی را استخراج و مشخص کردن عامل‌های مهم و تأثیرگذار می‌داند. به طوری که استخراج عامل‌ها بر اساس واریانس هر متغیر، صورت می‌گیرد. اما تفسیر این عامل‌ها بدون چرخش، بسیار دشوار است. پس از چرخش بارهای عاملی، چهار عاملی که بیشترین تأثیرگذاری را در میزان رضایتمندی گردشگران داشته‌اند، مشخص شده‌اند و در جدول شماره‌شماره ۸ ذکر شده است.

جدول شماره ۸: عامل‌های استخراج‌شده و سهم درصدی آن‌ها از تبیین واریانس نگرش گردشگران به توسعه گردشگری ساحلی

شماره عامل	نام عامل	مجموع مجذورات بارهای عاملی چرخش یافته	درصد مقدار واریانس	درصد مقدار واریانس تجمعی
۱	کیفیت امکانات زیرساختی	۲/۳۴۲	۱۶/۷۲۸	۱۶/۷۲۸
۲	کیفیت رفتار جامعه میزبان	۲/۲۸۰	۱۶/۲۸۹	۳۳/۰۱۶
۳	کیفیت خدمات ارائه‌شده در	۲/۰۱۵	۱۴/۳۹۵	۴۷/۴۱۱
۴	کیفیت محیطی	۱/۶۴۷	۱۱/۷۶۲	۵۹/۱۷۳

مطابق با اطلاعات مندرج در جدول شماره ۸ مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ساحلی در شهرهای استان بوشهر به ترتیب، کیفیت امکانات زیرساختی (راه، آب، برق)، کیفیت رفتار جامعه میزبان، کیفیت خدمات ارائه‌شده در ساحل (هتل، رستوران، خدمات رفاهی و تفریحی و ورزشی) و کیفیت محیطی (شکل سواحل، پاکیزگی و غیره...) با مقدار ویژه واریانس می‌باشد که سهم درصدی عامل‌ها به ترتیب ۱۶/۷۲۸، ۱۶/۲۸۹، ۱۴/۳۹۵ و ۱۱/۷۶۲ درصد می‌باشد. نکته قابل ذکر در خصوص تحلیل‌های انجام‌گرفته این است که اگر مقدار واریانس هر یک از عوامل، کمتر از ۱۰ درصد باشد، آن عامل، اعتبار کمتری دارد چهار عامل فوق بالاتر از ۵۹ درصد مقدار واریانس را به خود اختصاص داده‌اند. به این ترتیب باوجود تعداد زیاد متغیرهای مورد مطالعه، عوامل شناسایی شده می‌توانند تصویر نسبتاً روشنی از دیدگاه‌ها و میزان رضایت گردشگران ورودی به شهرهای ساحلی استان را ارائه دهند. پس از شناسایی عامل‌ها به روش تحلیل عاملی به منظور سنجش میزان همبستگی بین متغیرهای اصلی پژوهش (عوامل اصلی رضایتمندی) از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده که در نتایج آن در قالب جدول شماره ۹ ارائه شده است.

جدول شماره ۹. نتایج آزمون همبستگی دوبه‌دوی متغیرهای پژوهش

رضایتمندی	کیفیت محیطی	کیفیت خدمات	کیفیت رفتار جامعه میزبان	کیفیت امکانات و خدمات زیرساختی	آزمون	
					همبستگی پیرسون	کیفیت امکانات و خدمات زیرساختی
۰/۷۲۳	۰/۳۱۷	۰/۴۶۶	۰/۳۷۵	۱	همبستگی پیرسون	کیفیت امکانات و خدمات زیرساختی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	تعداد	
۰/۶۸۴	۰/۲۵۱	۰/۴۳۸	۱	۰/۳۷۵	همبستگی پیرسون	کیفیت رفتار جامعه میزبان
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	تعداد	
۰/۸۵۵	۰/۲۵۵	۱	۰/۴۳۸	۰/۴۶۶	همبستگی پیرسون	کیفیت خدمات
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	تعداد	
۰/۵۶۰	۱	۰/۲۵۵	۰/۲۵۱	۰/۳۱۷	همبستگی پیرسون	کیفیت محیطی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	تعداد	
۱	۰/۵۶۰	۰/۸۵۵	۰/۶۸۴	۰/۷۲۳	همبستگی پیرسون	رضایتمندی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	۳۵۰	تعداد	

همان طوری که در جدول شماره ۹ مشاهده می‌شود، همبستگی میان متغیرهای پژوهش به عنوان متغیرهای تأثیرگذار در رضایتمندی گردشگران به عنوان متغیر وابسته همگی معنادار و مثبت بوده‌اند. به طوری که همبستگی بین کیفیت امکانات زیرساختی، کیفیت رفتار جامعه میزبان، کیفیت خدمات و کیفیت محیطی با میزان رضایت گردشگران، به ترتیب، ۰/۷۲۳، ۰/۶۸۴، ۰/۸۵۵ و ۰/۵۶۰ به دست آمده است، که به ترتیب مؤلفه‌های کیفیت خدمات، کیفیت امکانات زیرساختی، کیفیت رفتار جامعه میزبان و کیفیت محیطی بیشترین همبستگی را با عامل رضایتمندی گردشگران نشان می‌دهند. این امر نشان‌دهنده اهمیت و جایگاه قابل توجه این عوامل در جذب و نگهداری گردشگران در شهرهای ساحلی استان بوشهر است. در نهایت با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای و مقایسه میانگین‌ها، همه گویه‌ها معنی‌دار شده و رضایتمندی گردشگران از مقاصد گردشگری ساحلی سنجیده شد. و نتایج حاصل از آن در جدول شماره ۱۰ آمده است.

جدول شماره ۱۰: سنجش نگرش گردشگران (جامعه میهمان) به توسعه پایدار گردشگری ساحلی در شهرهای استان بوشهر

مؤلفه	گویه	مقیاس					میانگین	آزمون t	سطح معنی‌داری
		کمی	ح	متوسط	زیاد	خیلی زیاد			
کیفیت خدمات	خدمات و تسهیلات رفاهی	۱۱/۷	۳۸/۳	۲۰/۹	۲۴/۶	۳/۴۹	۸/۲۱۲	۰/۰۰۰	
	اقامتگاه‌های مناسب و ارزان قیمت	۹/۷	۲۳/۴	۲۵/۴	۳۵/۷	۳/۷۶	۱۱/۸۰۶	۰/۰۰۰	
	امنیت اجتماعی مورد نیاز گردشگران در سواحل	۳/۱	۴/۶	۱۸/۹	۳۶/۶	۳/۹۹	۱۸/۳۶۶	۰/۰۰۰	
	معرفی جاذبه‌های گردشگری ساحلی	۸/۶	۱۰	۳۰/۹	۲۷/۱	۲۳/۴	۷/۳۱۵	۰/۰۰۰	
کیفیت محیطی	مناظر طبیعی سواحل	۱/۴	۴	۱۶	۳۵/۱	۴/۱۵	۲۳/۱۹۶	۰/۰۰۰	
	نحوه دسترسی به ساحل	۳/۱	۶/۳	۲۹/۴	۳۲/۳	۳/۷۷	۱۴/۰۰۹	۰/۰۰۰	
امکانات زیرساختی	امکانات تفریحی و ورزشی (قایقرانی، جت اسکی، سرگرمی‌ها)	۴	۱۱/۱	۳۶/۳	۲۷/۴	۲/۵۱	۸/۸۶۵	۰/۰۰۰	
	امکانات و خدمات تفریحی مخصوص بانوان	۲۶	۲۴/۳	۲۲/۹	۱۶/۳	۱۰/۶	-۵/۵۳۹	۰/۰۰۰	
	امکانات و خدمات تفریحی مخصوص کودکان	۱۱/۱	۱۸/۹	۲۸/۹	۲۷/۷	۱۳/۴	۲/۰۹۷	۰/۰۳۷	
	کیفیت لبه ساحل از نظر زیست محیطی و بهداشت	۷/۷	۸	۳۶/۳	۲۷/۱	۲۰/۹	۷/۴۷۳۸	۰/۰۰۰	
کیفیت رفتار جامعه میزبان	ورزش‌های آبی و شنا برای مردان در ساحل	۶/۹	۱۳/۷	۳۴/۳	۲۵/۴	۱۹/۷	۶/۰۹۹	۰/۰۰۰	
	میزان پذیرش گردشگران توسط افراد بومی	۴/۹	۱۰/۳	۳۴	۲۷/۱	۲۳/۷	۹/۲۳۲	۰/۰۰۰	
	برخورد محلی‌ها با گردشگران	۲	۵/۷	۲۴/۶	۳۱/۴	۳/۹۴	۱۴/۴۹۳	۰/۰۰۰	
	آداب و رسوم و سنت‌های بومی	۳/۴	۵/۴	۱۸/۹	۳۱/۱	۴/۰۱	۱۷/۸۱۰	۰/۰۰۰	

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر باهدف بررسی و ارزیابی دیدگاه‌ها و نظرات گردشگران و عوامل تأثیرگذار بر رضایتمندی آن‌ها از ورود به شهرهای ساحلی استان بوشهر طرح‌ریزی و انجام گرفت. ابتدا با روش تحلیل عاملی داده‌های تحقیق که هرکدام از آن‌ها بارهای مربوط به سؤالاتی از پرسشنامه را به خود اختصاص داده‌اند، به عنوان مؤلفه‌های اصلی که بیشترین میزان واریانس را در عامل‌ها تبیین می‌کند، به چهار گروه اصلی به شرح زیر استخراج شدند.

۱- کیفیت خدمات ۲- امکانات زیرساختی ۳- کیفیت رفتار جامعه میزبان ۴- کیفیت محیطی

در بررسی‌های صورت گرفته از مؤلفه‌های تعریف‌شده برای ارزیابی میزان رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری با استفاده از آزمون‌های همبستگی پیرسون و t تک نمونه‌ای و مقایسه میانگین‌ها، در هر کدام از مؤلفه‌های فوق مشخص گردید که:

در مؤلفه کیفیت خدمات، گویه امنیت اجتماعی موردنیاز گردشگران در سواحل با میانگین $3/99$ و گویه معرفی جاذبه‌های گردشگری ساحلی با میانگین $3/47$ به ترتیب دارای بیشترین و کمترین میزان رضایتمندی بوده است. در مؤلفه امکانات زیرساختی نیز بیشترین رضایت مربوط به گویه کیفیت ساحل از نظر زیست‌محیطی و بهداشت با میانگین $3/45$ و کمترین میزان مربوط به گویه امکانات و خدمات تفریحی مخصوص بانوان با میانگین $2/61$ است. گردشگران از این عامل کمتر از بقیه عوامل رضایت داشته‌اند. هرچند ذکر این نکته حائز اهمیت است که در مجموع متغیرها و عوامل اصلی این پژوهش تفاوت چندانی از نظر میزان رضایت گردشگران با یکدیگر نداشته‌اند. در مؤلفه کیفیت رفتار جامعه میزبان بیشترین میزان رضایتمندی به گویه آداب‌ورسوم و سنت‌های بومی با میانگین $4/01$ و کمترین میزان به گویه میزان پذیرش گردشگران توسط افراد بومی با میانگین $3/55$ اختصاص داشته است. در مؤلفه کیفیت محیطی نیز گویه مناظر طبیعی سواحل با میانگین $4/15$ شرایط مناسبی از رضایت گردشگران را نشان می‌دهد. در مجموع بیشترین میزان رضایت از مؤلفه‌ها، به کیفیت محیطی و کیفیت رفتار جامعه میزبان و کمترین میزان رضایت از امکانات زیرساختی مشاهده می‌شود. بدین جهت، برای افزایش تعداد گردشگران، رضایتمندی و احتمال بازدید مجدد آن‌ها امکانات و تسهیلات زیرساختی، از جمله امکانات تفریحی و ورزشی (قایقرانی، شنا، سرگرمی‌ها) امکانات و خدمات تفریحی مخصوص بانوان امکانات و خدمات تفریحی مخصوص کودکان ورزش‌های آبی و شنا برای مردان در ساحل باید برنامه‌ها و طرح‌هایی دائمی برای بهبود و توسعه آن‌ها داشته باشد. دیدگاه اساسی این است که دو عامل امکانات زیرساختی و کیفیت رفتار جامعه میزبان که بیش از $33/7$ درصد واریانس کل پاسخ‌ها را تبیین نموده‌اند، بیشترین و مهم‌ترین نقش را در تحلیل میزان رضایت گردشگران وارد شده به شهرهای ساحلی استان ایفا می‌نمایند. نتایج پژوهش حاکی از میزان رضایت گردشگران از عامل دوم (کیفیت محیطی) شهرهای ساحلی یعنی دسترسی به ساحل، و مناظر طبیعی و تمیزی آن می‌باشد. بر مبنای مقایسه بین نتایج تحقیقات اولیه صورت گرفته در خصوص پژوهش و تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته در این پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که کیفیت امکانات و خدمات زیرساختی و کیفیت رفتار جامعه میزبان از مهم‌ترین عوامل رضایتمندی گردشگران بشمار می‌آید. این موضوع در مطالعاتی که قبلاً در این زمینه صورت گرفته نیز به عنوان نتیجه کار مطرح شده است. از جمله این مطالعات می‌توان به مطالعات فنی و همکاران (۱۳۹۱) در داخل و جاوید سیدوف (۲۰۱۶) در کشور آذربایجان اشاره نمود. از دیگر عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران، دوستی و مهمان‌نوازی مردم محلی، استراتژی‌های اطلاع‌رسانی، و توجه به نیاز گردشگران است که در اغلب مطالعات قبلی نیز به اهمیت آن‌ها پرداخته شده است. بنابراین توجه به علایق و نظرات گردشگران می‌تواند مبنایی برای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری ساحلی و ایجاد و گسترش زیرساخت‌های مرتبط با آن قلمداد شود. زیرا رضایتمندی گردشگران، نقش مهمی در تداوم گردشگری ساحلی و توسعه پایدار آن ایفا می‌کند و گردشگران راضی، تمایل به انتقال تجربه مثبت خود به دیگران و تکرار مسافرت به محل را دارند. ضمن آنکه باید از سیاست‌های دولت و بخش خصوصی برای هدایت توسعه پایدار گردشگری ساحلی اطمینان حاصل نمود.

با توجه به نتایج تحقیق، پیشنهادت زیر ارائه می‌شوند:

- ارتقای کمی و کیفی زیرساخت‌های اصلی گردشگری ساحلی، از جمله امکانات اقامت، حمل‌ونقل، پلاژها، ورزش‌های ساحلی و دریایی و غیره.
- ایجاد مشوق‌های لازم توسط مدیریت شهری برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و معرفی گردشگری ساحلی.

- از طریق تبلیغات منظم و مؤثر جاذبه‌های آن در شهرهای ساحلی.
- آموزش و اطلاع‌رسانی در راستای ارتقای رفتار جامعه میزبان در پذیرش گردشگران.
- نظارت مستمر بر کمیّت و کیفیت خدمات ارائه‌شده به گردشگران، شامل هتل‌ها، رستوران‌ها، امکانات تفریحی و سرگرمی.

منابع

- (۱) آقایی، پرویز؛ رضویان، محمدتقی؛ سعیدی راد، مجید؛ خزایی، مصطفی (۱۳۹۴) تحلیل مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رضایتمندی از مقاصد گردشگری (مورد پژوهی: گردشگران شهرستان قروه)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، بهار ۱۳۹۴، دوره ۴، شماره ۴، صص. ۹۷-۱۱۳.
- (۲) ابراهیم پور، حبیب؛ نقوی، سید علی؛ یعقوبی، نور محمد (۱۳۸۹) عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران در استان اردبیل (مطالعه موردی: منطقه گردشگری سرعین)، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، زمستان ۱۳۸۹، دوره ۵، شماره ۱۴، صص. ۶۹-۹۲.
- (۳) ابراهیم‌زاده، عیسی؛ یاری، یاسمن؛ یاری، منیر (۱۳۹۲) شناسایی و اولویت‌بندی الزامات رضایتمندی گردشگری شهری با استفاده از مدل کانو (مطالعه موردی: گردشگران شهر بروجرد)، فصلنامه آمایش جغرافیایی فضا، پاییز ۱۳۹۲، دوره ۳، شماره ۹، صص. ۱۵۰-۱۲۷.
- (۴) پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۸۶) گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، چاپ نهم، تهران: انتشارات سمت.
- (۵) پورمحمدی، محمدرضا؛ خلیلی، رضا؛ کرمی، مرتضی؛ پورکریم، سمیرا (۱۳۹۴) شناسایی و اولویت‌بندی الزامات رضایتمندی گردشگران شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز)، فصلنامه فضای گردشگری، زمستان ۱۳۹۴، سال ۵، شماره ۱۷، صص. ۲۳-۱.
- (۶) پروازی، مهناز (۱۳۸۹) راهکارهای بهینه زیست‌محیطی در گردشگری ساحلی خلیج فارس و توسعه پایدار آن، ششمین همایش ملی فرهنگی گردشگری خلیج فارس، ۹ و ۱۰ اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۹، مرکز گردشگری علمی فرهنگی دانشجویان ایران، صص. ۶۸-۷۲.
- (۷) تولایی، سیمین (۱۳۸۶) مروری بر صنعت گردشگری، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت‌معلم.
- (۸) سجادی، ژیللا؛ سالاری سردری، فرضعلی؛ بیرانوند زاده، مریم؛ بوچانی، محمدحسین (۱۳۹۲) ظرفیت سنجی گردشگری ساحلی پایدار (مطالعه موردی: شهرستان کنگان)، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، زمستان ۱۳۹۲، دوره ۱، شماره ۲، صص. ۱۴۶-۱۲۳.
- (۹) حاجی نژاد، علی و احمدی، علی (۱۳۸۹) بررسی میزان رضایت گردشگران از تسهیلات و خدمات گردشگری رفاهی و اقامتی شهر بانه، چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام، ۲۵ فروردین ۱۳۸۹، دانشگاه سیستان و بلوچستان، صص. ۴۰-۲۲.
- (۱۰) خانی، فضیله؛ قرنچیک، عبدالمجید؛ قنبری نسب، علی‌اکبر؛ سامانی، ناهید (۱۳۹۱) نقش گردشگری در توسعه اقتصادی بازارچه ساحلی شهرستان ترکمن، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، زمستان ۱۳۹۱، دوره ۴۴، شماره ۴، صص. ۱۲۸-۱۱۱.
- (۱۱) خانی، فضیله و غریب زاده، قاسم (۱۳۸۹) به‌کارگیری مدل ریاضی در سنجش میزان موفقیت گردشگری در مناطق جغرافیایی (مطالعه موردی شهر بوشهر)، فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، تابستان ۱۳۸۹، دوره ۲، شماره ۴، صص. ۶۳-۴۹.
- (۱۲) رنجبریان، بهرام و زاهدی، بهرام (۱۳۸۶) بررسی اثرات تکرار سفر به اصفهان بر میزان رضایت گردشگران خارجی، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، پاییز و زمستان ۱۳۸۶، دوره ۵، شماره ۹، صص. ۶۵-۷۸.
- (۱۳) زیویار، فرزاد؛ ضیایی، محمدصادق؛ نرگسیان، جواد (۱۳۹۱) بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان با استفاده از مدل سروکوال، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، پاییز ۱۳۹۱، سال ۲، شماره ۳، صص. ۱۸۶-۱۷۳.
- (۱۴) لومسدون، لس (۱۳۹۰) بازاریابی گردشگری، ترجمه محمدابراهیم گوهریان، چاپ سوم، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- (۱۵) طالقانی، محمد و فتاحی، سیده سارا (۱۳۸۴) کیفیت خدمات گردشگری و اهمیت آن در جلب رضایت گردشگر، دوماهنامه مدیریت، مرداد و شهریور ۱۳۸۴، سال ۱۴، شماره ۹۹ و ۱۰۰، صص. ۶۳-۵۶.

- ۱۶) کاظمی، مهدی (۱۳۸۷) تحلیل ادراک شهروندان زاهدان در توسعه گردشگری چابهار، فصلنامه جغرافیا و توسعه، پاییز و زمستان ۱۳۷۸، دوره ۶، شماره ۱۲، صص. ۸۱-۱۰۰.
- ۱۷) کرمانشاهی، کامران (۱۳۸۲) رضایت مشتری رمز بقا در بازار رقابتی، ماهنامه نفت پارس، شهریور ۱۳۸۲، سال ۱، شماره ۳، صص. ۱۷-۲۰.
- ۱۸) کرمی، فریبا و زینلی، بهرام (۱۳۹۴) کیفیت محصول مقاصد گردشگری، رضایت گردشگر و آینده گردشگر (مطالعه موردی: پارک ائل گلی تبریز)، فصلنامه فضای جغرافیایی، پاییز ۱۳۹۴، سال ۵۱، شماره ۵۱، صص. ۹۷-۱۲۰.
- ۱۹) فنی، زهره؛ برگمدی، مجتبی؛ سلیمانی، منصور؛ اسکندر پور، مجید (۱۳۹۱) سنجش میزان رضایتمندی گردشگران شهر گرگان، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، زمستان ۱۳۹۱، دوره ۷، شماره ۲۰، صص. ۳۱-۴۸.
- ۲۰) وثوقی، لیلا؛ دادور خانی، فضیله؛ مطیعی، سید حسن؛ رهنمایی، محمدتقی (۱۳۹۰) ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایت در گردشگری زمستانی (مطالعه موردی: دو مقصد زمستانی شمشک و دربند سر)، فصلنامه مطالعات گردشگری، بهار و تابستان ۱۳۹۰، سال ۷، شماره ۱۵، صص. ۱-۲۷.
- 21) Cong, Chi Le & Dam, Xuan Dong. (2017) Factors affecting European tourists' satisfaction in Nha Trang city (perceptions of destination quality), *International Journal of Tourism Cities*, Vol.3, No.4, pp.350-362.
- 22) Della Corte, Valentina. & Sciarelli, Mauro. & Cascella, Clelia. & Del Gaudio, Giovanna. (2015) Customer satisfaction in tourist destination (The case oftourism offer in the city of Naples), *Journal of Investment and Management*, Vol.4, No.1, pp.39-50.
- 23) Diane, Ha'stead. & Thomas, j.page.jr. (1992) the effects of satisfaction and complaining behavior on consumer repurgaseintentions, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol.5, pp.1-11.
- 24) Grigoroudis, E. & Siskos, Y. (2004) A survey of customer satisfaction barometers: some results from the transportation communications sector, *European Journal of Operational Research*, Vol.152, No.2, pp.334-353.
- 25) Javid, Seyidov. & Roma, Adomaitienė. (2016) factors influencing local tourists decision-making on choosing a destination (case study: of Azarbaijan), *journal ekonomika*, Vol.95, No.3, pp.111-127.
- 26) JohnR.M, Philemon. (2015) assessment of tourists, perception and satisfaction of tanzania destination, *European Scientific Journal University of Dar-es-salaam Business School*, Vol.11, No.13, pp.107-119.
- 27) Ketchum, Bostwick.H. (1972) The Waters Edge: Critical Problems Of The Coastal Zone, The institute of Ecology and Woods Hole oceanographic Institution, *Mit press journal*, Vol.5, pp.87- 127.
- 28) Laurent, Botti. & Nicolas, Peypoch. & Bernardin, Solonandrasana. (2008) Time and tourism attraction, *Tourism Management journal*, Vol.29, No.3, pp. 594-596.
- 29) Mohammad Mehedy, Hassan. (2014) Measuring Tourist Service Satisfaction at Destination (A Case Study: Cox's Bazar Sea Beach, Bangladesh), *American Journal of Tourism Management*, Vol.3, No.1, pp. 32-43.
- 30) Puh, Barbara. (2014) Destination Image and Tourism Satisfaction (The Case of a Mediterranean Destination), *Mediterranean Journal of Social Sciences, Rome-Italy*, Vol.5, No.13, pp.538-544
- 31) Song, Haiyan & Gang, li. & jasonl, chen. (2011) Assessing mainland chines tourists' satisfaction with Hong Kong using tourist satisfaction index, *International Journal of Tourism Research*, Vol.13, No.1, pp. 82-96.
- 32) Tran phi, Hoang. & ha trong, quang. & nguyen, nguyen Phuong. (2016) factors affecting the decision of the selection of foreign tourists for A tourist destination (case study in da nang city, Vietnam), *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol.4, No.10, pp.86 – 97.
- 33) Vajčnerová, Ida. & Žiaran, Pavel. & Ryglová, Kateřina. & Andráško, Ivan. (2014) Quality management of the tourist destination in the context of visitors satisfaction, *Procedia Economics and Finance journal*, Vol.12, pp.718-724.
- 34) Vetitnev, Alexandr. & Romanova, Galina. & Matushenko, Natalia. (2013) Factors Affecting Domestic Tourists DestNation Satisfacton (The Case of Russia Resorts), *World Applied Sciences Journal*, Vol.22, No.8, pp.1162-1173.