

علوم و تکنولوژی محیط زیست، دوره بیست و دوم، شماره سه، خرداد ماه ۹۹

## بررسی مولفه های موثر بر حس مکان در توسعه طبیعت گردی ساحلی جزایر

جنوبی ایران (مطالعه موردی: جزیره هندورابی)

محمد محمدقلیان<sup>۱</sup>

حسین مدی<sup>\*</sup>

[medihosseini@yahoo.com](mailto:medihosseini@yahoo.com)

تاریخ پذیرش: ۹۷/۸/۹

تاریخ دریافت: ۹۷/۱/۱۸

### چکیده

**زمینه و هدف:** پتانسیل گردشگری در جزایر جنوبی ایران، کیش و قشم و اخیراً هندورابی، باعث افزایش محبوبیت در بین گردشگران و توجه بیشتر سرمایه گذاران شده است. جزایر مرجانی ایران، به استثنای کیش و قشم، توسعه کافی نیافته اند و با این حال با دو مشکل تغییرات اقلیمی و میل به حضور گردشگران مواجه هستند. فقدان برنامه ریزی مناسب، مدیریت ناکارآمد و عدم آگاهی کافی از اکوسیستم مناطق ساحلی، به این میراث طبیعی جهانی به شدت آسیب رسانده است. این مطالعه با هدف تعیین مولفه های موثر بر حس مکان در توسعه طبیعت گردی ساحلی جزایر جنوبی ایران، نمونه موردی: جزیره هندورابی انجام گرفته است.

**روش بررسی:** این مقاله از طریق یک پژوهش کیفی با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، بر مبنای مطالعات کتابخانه ای و بررسی میدانی، به بررسی مولفه های موثر بر حس مکان گردشگران (عینی-ذهنی) متشکل از سه مولفه کالبدی، ادراکی و عملکردی بر توسعه اکوتوریسم در جزیره هندورابی پرداخته است. جامعه آماری شامل ۱۵۰ نفر از گردشگران جزیره کیش است که علاقمند سفر به جزیره هندورابی بوده اند و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. اطلاعات جمع آوری شده در نرم افزار SPSS و با استفاده از آزمون های آماری تک نمونه ای T و آزمون فریدمن تحلیل شده است.

**یافته ها:** با استفاده از روش تحلیل عاملی و شاخص های برازش مدل از طریق نرم افزار AMOS، مؤلفه دسترسی به تسهیلات و خدمات با ضریب ۰/۷۵۹، کیفیت زیست محیطی با ضریب ۰/۶۵۹ و ملاحظات اقلیمی با ضریب ۰/۶۹۳ که هر سه جزء شاخص های عینی محسوب می شود، بیشترین بار عاملی را داراست و همچنین طبق مدل تحلیلی بیشترین واریانس تبیین شده را دارد.

**بحث و نتیجه گیری:** نتایج نشان داد که عوامل عینی نسبت به عوامل ذهنی از تاثیرگذاری بیشتری در توسعه اکوتوریسم ساحلی جزیره هندورابی برخوردار است. در نهایت براساس نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای، در تمامی مؤلفه های حس مکان گردشگران معناداری

۱- دکتری، گروه معماری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

۲- استاد مدعو، گروه معماری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران. \* (مسئول مکاتبات)

متناظر با آزمون T در همه مؤلفه‌ها معنادار بوده است. در نتیجه می‌توان گفت رضایت‌مندی گردشگران از مجموعه اقامتی هندورابی به طرز معناداری بالاتر از متوسط بوده است.

**واژه های کلیدی:** طبیعت گردی، حس مکان ، عوامل کالبدی، عوامل ادراکی، عوامل عملکردی، هندورابی.

## Development of Coastal Ecotourism in Southern Islands of Iran (Case Study: Hendurabi Island)

Mohammad Mohammadgholian<sup>1</sup>

Hosein medi<sup>2\*</sup>

[medihosseini@yahoo.com](mailto:medihosseini@yahoo.com)

Admission Date: October 31, 2018

Date Received: April 7, 2018

### Abstract

**Background and Objective:** The attractive potential for tourism in the southern islands of Iran, Kish and Qeshm and recently Hendurabi, are becoming more and more popular and object of increased attention from the investors. The Iranian coral reef islands, with the exception of Kish and Qeshm, have not undergone sufficient development. The southern islands of Iran have faced two problems with climate change and the desire for the presence of tourists. The lack of proper planning, inefficient management, and lack of adequate knowledge of ecosystems of offshore regions have severely damaged the world natural heritage. This study was carried out to investigate the relationship between tourism in coastal ecotourism development and the factors affecting the sense of place.

**Method:** Through qualitative research, this paper was used of library studies and field studies and surveying to study the tourists' sense of place (objective-subjective) of ecotourism development in Honduran Island. Using SPSS software and descriptive-analytical method was shown the results. The survey was conducted with the participation of 150 tourists on Kish islands, who were chosen at random and who expressed their desire to travel to Hendurabi Island. Information was gathered using SPSS software and unic statistical T test and Friedman test.

**Findings:** Using factor analysis method and model fitting indexes through AMOS software, Accessibility Facility and Services factor with coefficient 0.759 and environmental quality with coefficient 0.695 and and Climate considerations with coefficient 0.693 which all three components are considered as objective indicators, It has the most factor load and also has the most explained variance according to the analytical model.

**Discussion and Conclusion:** the results show that objective factors have a greater impact on the development of coastal ecotourism in Hendurabi Island than subjective factors. Finally, based on the results of a single sample T test, in all components of tourists' sense of place, significance of T-test in all components was significant and as a result, it can be said that the satisfaction of tourists from the Hendurabi Resident's Set has been significantly higher than the average.

**Keywords:** Ecotourism, Functional Factor, Hedurabi, Perceptual Factors, Physical Factor, Sense of Place

---

1- P.H.D. Department of Architecture, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran

2- Assistant Professor, Department of Architecture, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

\*(Corresponding Authors)

## مقدمه

گردشگری در جهان کنونی به عنوان صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا، پر رونق و رو به توسعه پس از صنایع نفت و خودرو سازی، توجه بسیاری از کشورهای را به خود جلب کرده است (۱). بنابراین گزارش سالیانه سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۶، رشد بخش گردشگری بیش از ۴٪ بوده است که این میزان از سال ۱۹۶۰ تاکنون بی سابقه می باشد. بیشترین میزان رشد گردشگری در این دوره مربوط به خاورمیانه و افریقا بوده است (۲). گردشگری بزرگترین عامل اشتغال زایی در دنیاست که حدود ۱۰٪ از مشاغل و ۱۰٪ از رشد ناخالص اقتصاد جهان به این صنعت تعلق دارد (۳).

کشور ایران علیرغم برخورداری از قابلیت های بالا از نظر جذب گردشگر، در میان کشورهای جهان از جایگاه هشتم برخوردار است. چنان که سهم ایران از درآمد این بخش حدود ۱/۷ میلیارد دلار، کمتر از یک هشتم کشور ترکیه و به طور میانگین چهارصدم درصد از کل دنیا می باشد (۴).

## فرضیه ها

به نظر میرسد، بین رضایتمندی گردشگران در جزایر مرجانی و حفظ حرایم زیست محیطی و افزایش قابلیت چشم اندازی رابطه معنا داری وجود دارد.

به نظر میرسد، وزن دهی به عوامل موثر در طراحی مجموعه های گردشگری به هماهنگی در طراحی یکپارچه مینجامد و باعث ایجاد یک فرآیند یکپارچه میشود.

به نظر میرسد، در میان مولفه های اثرگذار بر حس مکان از دیدگاه گردشگران در جزیره هندورابی فاکتورهای دسترسی به خدمات و آسایش اقلیمی در بین مولفه های عینی و فاکتورهای آرامش، امنیت و لذت بصری به ترتیب بیشترین تاثیر را در بین مولفه های ذهنی بر میزان رضایتمندی گردشگران دارند.

## روش بررسی

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی و روش تحقیق پیمایش است. روش گردآوری اطلاعات به دو صورت مطالعات کتابخانه ای و تحقیق میدانی صورت پذیرفته است. جامعه آماری این پژوهش گردشگران جزیره کیش که برای بازدید از جزیره هندورابی ثبت نام نموده بودند میباشد. برای رسیدن به هدف تحقیق و پاسخ دادن به سوال مهم آن، از روش تحقیق کیفی بر اساس تحلیل توصیفی در منابع کتابخانه ای و تحقیق همبستگی براساس نظر سنجی از گردشگران، برای تعیین میزان گرایش و تاثیر متقابل عوامل محیطی- انسانی استفاده شده است. بنابر این از فیش برداری در بخش مطالعات اولیه و از پرسشنامه برای مطالعات آماری بهره گیری شده است. پیش فرض در تحلیل های آماری رعایت الویت های اقلیمی در

در پی اعلام جهانی توسعه پایدار و اهمیت حفظ محیط زیست، طبیعت گردی محیط گرا یا اکوتوریسم به عنوان یکی از ارکان مهم صنعت گردشگری در دهه ۱۹۹۰ مطرح گردید و در ابتدای قرن بیست و یکم در اغلب کشورهای پیشرفته در سر لوجه سیاست گذاری ها قرار گرفت (۵). اگرچه در دو دهه اخیر بیشترین رشد در بخش گردشگری محیط گرا به وقوع پیوسته و رشدی بین ۱۰ تا ۳۰٪ را تجربه کرده است، اما همچنان - در بسیاری از کشورهای غالباً در حال توسعه- مدیریت مناسبی برای برنامه ریزی و اجرای روش های بلند مدت وجود ندارد (۶). در نظر گرفتن برخی سیاست ها در راستای توسعه طبیعت گردی مانند سیاست گردشگری پایدار باعث شده تا گردشگری از لحاظ بوم شناسی در طولانی مدت قابل قبول و از لحاظ مالی خودکفا و از دیدگاه اجتماعی و اخلاقی برای جوامع محلی مفید و نوید بخش باشد (۷). ازین رو سازمان گردشگری جهانی سال ۲۰۱۷ را بنام " سال جهانی

1-World Tourism Organization (WTO)

حاشیه خلیج فارس به دلیل مسائل ژئوپلیتیک و بی توجهی دولتمردان وقت، تنها پایانه ای برای فروش نفت و ورود کالا بوده و توسعه انسانی مهمی را تجربه نکرده اند. شیرانی و دیگران (۱۳) در پژوهش خود نشان دادند که توجه گردشگران به سواحل مجاور جنوبی خلیج فارس و مدیریت قابل قبول در بهره برداری از منابع طبیعی در آن کشورها و همین طور سود سرشار آنها از سیاست گذاری ها، در موضوع توسعه جزایری مانند کیش، قشم و هندورابی انعکاس یافته است. این جزایر، به دلیل طبیعت متفاوت و سواحل مرجانی زیبا، مورد استقبال گردشگران ساحلی و سرمایه گذاران برای توسعه قرار دارند. در کنار این موضوع، تعجیل در جبران عقب ماندگی و جذب هرچه بیشتر و سریعتر سرمایه گذاری بخش خصوصی، موجب غفلت از ایجاد زیر ساخت های مورد نیاز این جزایر برای کاهش آلاینده های محیطی، بهینه سازی روش های ساخت مطابق با اقلیم و کاهش هزینه ها گردیده است.

در ادامه این رویکرد، هیئت دولت در سال ۱۳۸۹، جزیره هندورابی را به منطقه آزاد کیش الحاق نمود تا رویکرد اکوتوریسم در توسعه این جزیره مورد توجه قرار گرفته و بهره برداری اقتصادی از این ظرفیت ارزشمند به شکل پایدار و همه جانبه تحقق یابد. شیرانی و همکاران (۱۴)، در مطالعه خود در مورد فرصت و چالش های طبیعت گردی در جزیره کیش به این نتیجه رسیدند که چالش دائمی در تمامی مناطق گردشگری و نیز در مورد جزایر ایران وجود دارد. چنان که با ایجاد زیر ساخت ها از جمله تامین منابع حیاتی در کنار بازیافت زباله و فاضلاب، رعایت حفظ حریم های زیست محیطی جانوران و پوشش گیاهی، می توان با کمترین هزینه ممکن به منافع پایدار آن دست یافت.

توجه به کیفیت مناسب و رعایت تمامی اصول استاندارد جهانی برای امنیت و رفاه ساکنان جزیره و گردشگران در قالب طرح های ساختمانی و محوطه سازی نیز دارای اهمیت است، چنان که رضایتمندی و ایجاد تصویر ذهنی مثبت از آن، محور اصلی طرح توسعه کالبدی جزیره قرار گیرد. اتکینسون (۱۵)، در پژوهشی در خصوص عوامل تاثیر گذار بر توسعه گردشگری

طراحی ساختمان ها و رعایت حرائم زیستی در جزیره بوده است.

### سوابق موضوع

گردشگری ساحلی و تفریح دریامبنا، یکی از انواع طبیعت گردی می باشد (۸) که از دیرباز با اشکال خاص خود به منظور تامین نیازهای روانی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی انسان ها وجود داشته است. قراخو (۹) در تحقیق خود اعلام کرد که مناطق ساحلی به عنوان یکی از سریع ترین نواحی در حال رشد در صنعت گردشگری به شمار می آید. مطالعات نجف آبادی و دیگران (۱۰) نشان داد، عوامل مختلفی می توانند در رشد و توسعه طبیعت گردی موثر باشند که از جمله آنها، عوامل اقتصادی، نحوه سیاست گذاری، عوامل فرهنگی- اجتماعی، عوامل جغرافیایی- طبیعی، عوامل آموزشی و ترویجی و عوامل کالبدی - زیرساختی برشمرده می شوند. در این میان عوامل زیرساختی و کالبدی به عنوان دومین عامل مهم در توسعه طبیعت گردی تلقی شده اند. داوده (۱۱) در پژوهش خود با عنوان معماری محیط های گردشگری، میزان درک گردشگران را از محیط پیرامون مجموعه های اقامتی و گردشگری به عنوان مکان گردشگری مورد آزمون قرارداد. مطالعات وی نشان داد که برای موفقیت و ارتقای میزان رضایت مندی چهار خصوصیت ۱- ادراک فرد از محیط، ۲- تصویر ذهنی و راحتی محیط، ۳- ارتباطات و دسترسی ها، ۴- فعالیت ها و کاربری ها و روابط اجتماعی می باشد. موحدی و دیگران (۱۲)، در پژوهش خود اشاره می کنند که در نقاط بسیاری از ایران که جاذبه های طبیعی مناسب برای توسعه طبیعت گردی وجود دارد، به دلیل عدم تامین امکانات زیربنایی و رفاهی رشد مناسبی نیافته و اغتشاشات شدید زیست محیطی نیز ایجاد شده است. لذا در صورت انجام آموزش، توسعه زیرساخت و ارتقای کیفیت تاسیسات زیربنایی گردشگری، می توان به رشد گردشگری و رونق اقتصادی محلی امیدوار بود. اگرچه تمامی مناطق طبیعی و پر جاذبه ایران با چنین چالشی مواجه هستند، اما مناطق ساحلی- به واسطه حساسیت زیست محیطی شان- بیشتر دچار تخریب شده اند. از این میان، نوار ساحلی جنوب ایران و جزایر

ایجاد کرده است. بدیهی است طراحی بر اساس هماهنگی جزء و کل در مقیاس کلان امری دشوار و برای هر مداخله ای منحصر به فرد است.

در مطالعات مدیریت نوار ساحلی جزیره هندورابی (۲۲)، پژوهشگران نشان دادند که در حوزه طراحی معماری مجموعه های گردشگری در توسعه های یکپارچه نیازمند آزمون های متعدد برای نیل به شرایط مطلوب است. داوده (۱۱) در کتاب خود در مورد عوامل موثر در طراحی مجتمع های گردشگری عنوان می کند که توجه به ملاحظات محیط طبیعی از جمله ویژگی های خُرد اقلیم، منابع در دسترس و ظرفیت پذیرش محدود سواحل و استفاده از انرژی های کم آلاینده و تجدید پذیر از سویی و نیز مدنظر قراردادن الزامات اجتماعی از جمله توجه به جامعه محلی و افزایش رضایتمندی گردشگران از سوی دیگر نیازمند پژوهش است. از جمله عوامل موثر بر رضایت گردشگران، کیفیت تسهیلات و امکانات اقامتی، تصویر به جامانده در ذهن گردشگران را ایجاد می نماید.

#### محدوده مورد مطالعه

هندورابی، جزیره ای است مرجانی، بکر و دست نخورده به وسعت ۲۱/۹۵ کیلومترمربع، که یکی از جزایر سواحل شمالی خلیج فارس و جزء جزایر اقماری کیش در استان هرمزگان است. فرم کلی جزیره به شکل بیضی نزدیک است (۲۳). قطر بزرگ آن حدود ۷/۵ کیلومتر و قطر کوچک آن ۳ کیلومتر طول دارد. از نظر وضعیت ناهمواری ها و عوارض طبیعی، جزیره تقریباً هموار بوده و از مرکز جزیره با شیب ملایمی به دریا منتهی می شود، از این رو مرتفع ترین نقطه آن از سطح دریا تنها ۱۱/۲۱ متر ارتفاع دارد. در جزیره هندرابی روستایی به همین نام وجود دارد که در حال حاضر حدود ۹۰ نفر سکنه داشته و به ماهیگیری اشتغال دارند. امروزه ویرانه هایی از دهکده پرتغالی نشین و یک دژ در نزدیک روستای کنونی جزیره نیز دیده می شود. فاصله هندرابی تا بندر چپرویه در سرزمین اصلی ۹ کیلومتر و تا جزیره کیش ۲۸ کیلومتر است (۲۴).

نشان داد که ایمنی و هزینه اقامت در هتل از مهم ترین عوامل انتخاب هتل می باشد. پاپلی یزدی (۱۶)، خدمات ارائه شده هتل و امکانات آن را جزء عوامل اصلی انتخاب کردن یا انتخاب نکردن یک هتل از سوی گردشگران می داند. آنانت و دیگران (۱۷)، در سال ۱۹۹۲ با بررسی دیدگاه های ۵۱۰ مسافر، به طبقه بندی ۵۷ معیار برای انتخاب هتل پرداختند. نتایج نشان داده است که بهاء و کیفیت مهم ترین عوامل مورد نظر مسافران هستند. ایمنی و موقعیت مکانی هتل در رده های بعدی اهمیت قرار دارند. از سوی دیگر مک کلیری و دیگران (۱۸) در سال ۱۹۹۳، موقعیت مکانی هتل را مهمترین عامل برای مسافران کاری اعلام کردند. گردشگران تفریحی، اهمیت بیشتری به هزینه اقامت می دهند. سجادیان و پیروی (۱۹) در پژوهشی با عنوان "بررسی عوامل فضایی موثر در تقاضا جاذبه های گردشگری شهری" سه عامل دسترسی، زیرساخت و جاذبه ها را مورد بررسی میدانی قراردادند و نتیجه تحقیق نشان داد که استفاده از نوع معماری بومی و یا تبدیل خانه های بومی به اماکن پذیرایی در مقاصد گردشگری و نیز تقویت زیرساخت ها و دسترسی، نقش موثری در رضایتمندی و افزایش تقاضا خواهد داشت. بصیری و عمویی (۲۰)، با مطالعه بر روی تاثیر الگوی معماری سبز بر افزایش تقاضا و مدت ماندگاری گردشگر در مجموعه های گردشگری نشان دادند که استفاده از شیوه های نوین کاهش مصرف انرژی نظیر معماری سبز و نیز الگوهای معماری همساز با طبیعت در افزایش تقاضای گردشگران و نیز مدت اقامت آنها تاثیر دارد. از سوی دیگر راهکارهای معماری سبز باعث کاهش هزینه ها و در نتیجه افزایش مخاطبان خواهد شد.

امرابی (۲۱) در تحقیقی که بر روی طراحی اکولوژیک مجتمع های گردشگری انجام داد، نتیجه گرفت که روش های طراحی در حوزه معماری در هر منطقه زیست بومی، منحصر بفرد است و نیازمند مطالعه و کشف همبستگی های کمی و کیفی متغیرهای مستقل و مداخله گراست. هماهنگی با این متغیرها در ساخت مجموعه های اقامتی و گردشگری می تواند تعادل در سکونتگاه و تداوم گونه های زیستی را میسر نماید. موضوعی که چالش های بزرگ جهانی را در عرصه های پژوهشی و اجرائی



تصویر ۱- تصویر هوایی جزیره هندورابی  
Picture 1. Aerial view of Honduras Island

جدید است. از آنجا که محصول گردشگری در مکان جغرافیایی با ویژگی های طبیعی - با تمام روابط آشکار و پنهان گونه های زیستی - تولید می شود تبعاً کنش اجتماعی در تولید محصول در مکان شکل می گیرد که همراه با ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی از یک سو و تغییرات فرهنگی و اختلال در زیست بوم منطقه از سوی دیگر است (۲۴). اما موضوع مهمی که امروزه در برنامه ریزی گردشگری بسیار اهمیت دارد، ارتقای کیفیت محیط گردشگری و ایجاد حس مثبت از حضور در اماکن تفریحی اقامتی است که در کنار تامین تمامی نیازهای گردشگران و ایجاد تجربه های جدید و مناظر بدیع، از آسیب رسانی به منابع محیطی و حیاتی خودداری شود (۲۵). این کیفیت محیطی زمینه ساز شکل گیری حس مثبت نسبت به مقصد های گردشگری و نهایتاً توسعه گردشگری است (۲۶). تداوم حس و تصویر ادراکی - ذهنی مثبت نسبت به مقصد در میان مدت و بلند مدت می تواند اثرات مفیدی بر جنبه های مختلف توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی مکان ها با توان گردشگری داشته باشد. همچنین، امکان خاطره سازی در گردشگران نسبت به محیط میزبان با در نظر داشتن رویکرد هم افزایی منجر به حس مباحثات و افتخار جامعه محلی و زمینه ساز رشد اقتصادی منطقه ای نیز می گردد.

زمانی که ارتباط انسان و محیط مبتنی بر تجربه ای برای انسان باشد، محیط به مکان تبدیل می شود (۲۷). مکان یک بخشی از تجربه محیطی است که عوامل عینی و ذهنی - ادراکی در شکل - گیری حس خاطر انگیز از مکان و یا به تعبیر دیگر ایجاد حس مکان برای گردشگر تشکیل میدهد. بنابراین، شکل گیری حس

آب و هوای جزیره هندورابی در طبقه بندی اقلیمی در ناحیه گرم و مرطوب و بر اساس پهنه بندی اقلیمی ایران در زیر گروه ۳-۸ واقع شده است. بیشترین میزان بارندگی مربوط به ماه های آذر تا ابتدای فروردین است و در این میان دی ماه (با ۳۷/۸ میلی متر) و سپس آذر ماه (با ۳۷/۳ میلی متر) بیشترین بارش را دارند. میانگین حداکثر دمای سالانه ۳۱ درجه سانتیگراد و میانگین حداقل دما ۲۲/۸ درجه سانتیگراد است. از فروردین ماه تا پایان مهر، دمای هوا به طور معمول بالای ۳۰ درجه است و از این جهت ترکیب این دما با رطوبت بالای منطقه، موجب شرحی شدن هوا می شود. با این حال به دلیل تغییر در زاویه تابش آفتاب از مهرماه تا اوسط بهار و جریانات مدیترانه ای، هوای جزیره در پاییز و زمستان مطلوب و حدود ۱۵ تا ۲۰ درجه سانتیگراد است. بیشترین میزان بازندگی در هندورابی نیز مربوط به ماه های آذر تا اسفند است.<sup>۱</sup>

بررسی معماری بومی جزایر جنوبی ایران نشان دهنده نقش عوامل آب و هوایی در تعیین ساخت و ساز در این جزیره بوده است. بنابراین، همانند تمامی شهرها و روستاهای ساحلی خلیج فارس، بافت پراکنده می تواند جوابی منطقی به کاهش رطوبت و دفع گرما به وسیله جریان باد باشد (۲۳).

#### مولفه های حس مکان در توسعه طبیعت گردی

یک تعبیر قدیمی و اقتصادی از موضوع گردشگری این است که آن را یک محصول یا کالای اقتصادی در نظر بگیریم. محصولی که هدف نهایی آن برای گردشگر، ایجاد رضایت خاطر و تجارب

1 <http://hendourabi.kish.ir/fa/page/wefa>

داری<sup>۱</sup> یا حس کالبدی و علقه یا حس اجتماعی. بعدها، سایر محققان نیز این دو بعد از حس مکان را مورد تأیید قرار دادند و به دو بعد یا جنبه از حس مکان نایل شدند: یکی از آنها منشأ و روابط (معادل با پیوندهای کالبدی) و دیگری علقه‌های محلی (معادل با دل‌بستگی اجتماعی)، هر چند مورد اخیر دربرگیرنده سایر انواع متغیرها مانند طول مدت سکونت می‌شود. هرچند این نتایج به اندازه کافی در شکل‌گیری حس مکان قاطع نیستند تا وزن بیشتری به بعد اجتماعی داده شود. بنابراین، حدود دل‌بستگی به سه سطح یا محدوده (خانه، محله و شهر) و دو بعد (کالبدی و اجتماعی) و تحلیل تفاوت‌های بین آنها بایستی مورد ارزیابی قرار بگیرد و اینکه آیا انواع دل‌بستگی به مکان‌های متفاوت با توجه به ویژگی‌های جمعیتی و اجتماعی مانند سن، جنسیت و طبقه اجتماعی تغییر می‌کند (۲۸). با در نظر گرفتن انسان، فرایندهای روان‌شناختی و ابعاد مکانی، چارچوب سه گانه‌ای از حس مکان به تصویر کشیده می‌شود که حس مکان را به عنوان مفهومی چندبعدی (PPP)<sup>۲</sup> پیشنهاد می‌دهد. اولین بعد، عامل کنشگر (فاعل) است: چه کسی مورد دل‌بستگی قرار می‌گیرد؟ تا چه حد دل‌بستگی براساس عوامل فردی و جمعی، معنا را به تصویر می‌کشد؟ در واقع بعد فردی حس مکان به معانی و مفاهیم تعیین شده فردی یا جمعی برمی‌گردد. بعد دوم فرایند روان‌شناختی است: چگونه احساسات، شناخت و رفتار در دل‌بستگی آشکار می‌شوند؟ بعد روان‌شناختی، عناصر عاطفی (احساسی)، شناختی و رفتاری دل‌بستگی را شامل می‌شود. بعد سوم مفعول دل‌بستگی است که شامل مکان و ویژگی‌های آن می‌شود: به چیز [انسان] دل‌بسته می‌شود و ماهیت این مکان چیست؟ بعد مکان، بر ویژگی‌های مکان شامل سطح فضایی، خصوصیات ویژه و برجستگی عناصر فیزیکی یا اجتماعی تأکید دارد. آگاهی در مورد هر یک از سطوح این ابعاد، درکی جامع از دل‌بستگی به مکان را شکل می‌دهد.

مکان اساساً منتج از ارتباط افراد با یک مکان، معنی یا (معانی) شکل گرفته و مشخصه‌های مربوط می‌باشد. در این مورد، هیدالگو و هرناندز (۲۸) آن را به عنوان آرمانی که احساس ویژه‌ای را به یک مکان خاص ایجاد می‌کند با ابعاد زیر تعریف نموده‌اند:

- وابستگی کالبدی: ریشه داشتن که اشاره به قدمت مکان و زمان آشنایی دارد؛
- وابستگی اجتماعی: قید و بندهای بومی و محلی یا همان وابستگی‌های اجتماعی افراد و گروه‌ها در فضا
- آلمن و لو (۲۹)، ابعاد دل‌بستگی به مکان را مبتنی بر موارد زیر توصیف می‌نمایند:

۱- نوع خاص مکان! یعنی اهمیت معنایی مکان به لحاظ اجتماعی که در عین حال موجد دل‌بستگی عاطفی به آن است

۲- هویت مکان<sup>۳</sup>

۳- در درون بودن مکانی<sup>۴</sup> (۳۰)

۴- گونه مکان<sup>۵</sup>

۵- ریشه داشتن در مکان<sup>۶</sup>

۶- تجسم محیطی<sup>۷</sup>

۷- احساس جمعی<sup>۸</sup>

۸- این همانی با نام<sup>۹</sup>

ترنتلمن<sup>۹</sup> (۳۱) با بررسی جمعی از رشته‌های مختلف مکان، سه بعد اصلی زیر را در نظر می‌گیرد:

- ۱- ابعاد اجتماعی- فرهنگی مکان مانند حس اجتماع محلی
  - ۲- ابعاد بیوفیزیکی مکان با تأکید بر محیط
  - ۳- تلفیق ابعاد فرهنگی- اجتماعی و محیط بیوفیزیکی
- ریگر و لوراکس<sup>۱۰</sup> (۳۲) با استفاده از روش تحلیل عاملی، دو بعد یا دو نوع از دل‌بستگی به محله را مشخص کرده‌اند: ریشه

- 1- Topophilia
- 2- Place Identity
- 3- Insideness
- 4- Genres of place
- 5- Rootedness
- 6- Environmental embeddedness
- 7- Community sentiment
- 8- Identify to name a few
- 9- Trentelman

|                            |   |
|----------------------------|---|
| 1 - Riger and Lavrakas     | 0 |
| 1 - rootedness             | 1 |
| 1 - Person, Place, Process | 2 |



گویه (جذابیت سوویت ها در داخل آب، لذت بردن از طبیعت دریایی، محدودیت استفاده از طبیعت)

#### ب) عوامل ادراکی:

۱- آرامش مجموعه اقامتی با یک گویه (آرامش در هتل محل اقامت) ۲- لذت بصری با دو گویه (حس شادی و سرزندگی در محیط اقامت، زیبایی بصری مجموعه اقامت گاه ها) ۳- هویت مکانی با یک گویه (ارزیابی هویت مکانی در هتل محل اقامت)

#### ج) عوامل عملکردی:

۱- دسترسی به تسهیلات و خدمات با ۶ گویه (دسترسی به امکانات خدماتی هتل، محل استقرار پارکینگ ها، دسترسی به فضای سرویس دهی، میزان مراجعه به دیگر نقاط شهری، نور و روشنایی در شب، امکان استفاده از تهویه طبیعی-کوران) ۲- امنیت مجموعه اقامتی با دو گویه (محرمیت و عدم دید مزاحم سوویت ها، ایمنی از حوادث طبیعی در ساحل).

از نظر نوربرگ شولتز (۳۳) عوامل تشکیل دهنده حس مکان دو گروه هستند: ۱- عوامل ادراکی و شناختی ۲- عوامل کالبدی عوامل کالبدی شامل متغیرهایی نظیر محصوریت، زیبایی و چشم انداز مطلوب، قابلیت دسترسی، امکانات جانبی و نیز احساس آرامش، امنیت، هویت مکان می باشد (۳۴). براساس آن چه گفته شد به طور کلی مولفه های موثر بر حس مکان در مجتمع های گردشگری شامل عوامل کالبدی، عوامل ادراکی و عوامل عملکردی می باشد.

یافته های تحقیق در این پژوهش برای کمی سازی و تهیه پرسشنامه هریک از مولفه های بالا به گویه های قابل سنجش تبدیل شدند.

#### الف) عوامل کالبدی:

۱- کیفیت فضا و محوطه با دو گویه (رضایتمندی از فضای داخلی ساختمان، کیفیت اتاق ها از نظر اندازه و ارتفاع) ۲- ملاحظات اقلیمی با دو گویه (سرمایش و گرمایش، وجود سایه در روزهای آفتابی) ۳- کیفیت زیست محیطی با سه

### جدول ۱- مولفه های موثر بر حس مکان در مجتمع های گردشگری

Table 2. Distribution of respondents based on gender

| عوامل کالبدی  | کیفیت فضا و محوطه         | ملاحظات اقلیمی      | کیفیت زیست محیطی |
|---------------|---------------------------|---------------------|------------------|
| عوامل ادراکی  | آرامش مجموعه اقامتی       | لذت بصری            | هویت مکانی       |
| عوامل عملکردی | دسترسی به تسهیلات و خدمات | امنیت مجموعه اقامتی |                  |

#### ۱- سیمای پاسخگویان

آزاد، ۲۱/۲٪ کارمند، ۷/۵٪ خانه دار، ۱۷/۱٪ موارد دیگر و ۳،۴٪ بیکار هستند.

- ۴۰٪، درآمد کمتر از ۵ میلیون، ۳۰٪ بین ۵ میلیون تا ۱۰ میلیون، ۹/۲٪ بین ۱۰ میلیون تا ۱۵ میلیون، ۸/۳٪ بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون و ۱۲/۵٪ بیشتر از ۲۰ میلیون تومان درآمد دارند
- ۴۵/۸٪ کمتر از ۵ میلیون تومان، ۳۷/۷٪ بین ۵ میلیون تا ۱۰ میلیون تومان، ۱۰٪ بین ۱۰ میلیون تا ۱۵ میلیون تومان، ۵/۸٪ بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون تومان و ۱/۷٪ بیشتر از ۲۰ میلیون تومان هزینه ماهیانه دارند.
- ۳۸٪ علت انتخاب محل اقامت خود را خلوت گزینی و

- ۵۷٪ پاسخگویان مرد و ۴۳٪ زن بوده اند.
- ۳۱/۳٪ پاسخگویان ۱۳ تا ۲۹ سال سن دارند. ۵۷،۱٪ بین ۳۰ تا ۴۹ سال و ۱۱/۶٪ بالای ۵۰ سال سن دارند. میانگین سنی پاسخگویان حدود ۳۶ سال است.
- ۷۳/۲٪ پاسخگویان متأهل و ۲۶،۸٪ مجرد بوده اند.
- ۴۵/۶٪ از پاسخگویان، فوق لیسانس یا بالاتر، ۲۲/۴٪ لیسانس، ۱۲/۹٪ فوق دیپلم، ۱۷٪ تحصیلات دیپلم و ۲٪ تحصیلات زیر دیپلم دارند.
- ۲۴٪ از پاسخگویان متخصص (شامل پزشک، هیئت علمی، محقق، قاضی و غیره) هستند، ۲۶/۷٪ دارای شغل

پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۷۵/۱ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

#### ۲-۲- ارزیابی از کیفیت فضا و محوطه

این مؤلفه با ۲ گویه سنجیده شده که نتایج آن در زیر آمده است.

۳/۸۰٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «کیفیت فضا و محوطه» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۶/۱۵٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب، ۴/۳٪ متوسط و ۷/۰٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۸۸/۳ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

#### ۲-۳- ارزیابی از آرامش مجموعه اقامتی

این مؤلفه با ۱ گویه سنجیده شده که نتایج آن در جدول ۲ مشاهده می‌شود.

آرامش، ۵۲٪ دید و منظر به دریا، ۴/۱٪ دوری از هوای شهر و ۵/۸٪ لمس کردن و شنیدن صدای آب می‌دانند.

#### ۲- یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای تحقیق

در این قسمت یافته‌های توصیفی مربوط به رضایت گردشگران از مجموعه اقامتی به تفکیک مؤلفه‌های مربوطه ارائه می‌شود.

#### ۲-۱- ارزیابی از دسترسی به تسهیلات و خدمات

این مؤلفه با ۶ گویه سنجیده شده که نتایج آن در زیر مشاهده می‌شود. از جمع ۶ گویه یادشده، شاخص ارزیابی از دسترسی به تسهیلات و خدمات ساخته شده است که نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است.

۱/۵۳٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «دسترسى به تسهیلات و خدمات» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۴/۳۵٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب، ۲/۱۰٪ متوسط و ۴/۱۱٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی

#### جدول ۲- توزیع پاسخگویان بر حسب ارزیابی از آرامش

Table 2. Distribution of respondents according to the assessment of relaxation

| انحراف معیار | میانگین (۰-۱۰۰) | درصد معتبر | درصد  | فراوانی |           |
|--------------|-----------------|------------|-------|---------|-----------|
| ۱۹/۷۱۸       | ۸۹/۹۵           | ۰/۷        | ۰/۷   | ۱       | نامناسب   |
|              |                 | ۴/۸        | ۴/۷   | ۷       | متوسط     |
|              |                 | ۱۸/۵       | ۱۸/۰  | ۲۷      | خوب       |
|              |                 | ۷۶/۰       | ۷۴/۰  | ۱۱۱     | خیلی خوب  |
|              |                 | -          | ۲/۷   | ۴       | بدون پاسخ |
|              |                 | ۱۰۰/۰      | ۱۰۰/۰ | ۱۵۰     | جمع       |

۹/۷۷٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «لذت بصری» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۹/۱۵٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب، ۵/۵٪ متوسط و ۷/۰٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۸۸/۸۲ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

۶/۷۴٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «آرامش» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۵/۱۸٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب، ۸/۴٪ متوسط و ۷/۰٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۸۹/۹۵ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

#### ۲-۴- ارزیابی از لذت بصری

این مؤلفه با ۲ گویه سنجیده شده که نتایج آن در ذیل آمده است.

## ۲-۵- ارزیابی از ملاحظات اقلیمی

این مؤلفه با ۲ گویه سنجیده شده که نتایج آن در ذیل آمده است.

۴۱/۱٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «ملاحظات اقلیمی» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۳۰/۸٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب، ۲۳/۳٪ متوسط و ۴/۸٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۶۸,۳۸ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

## ۲-۶- ارزیابی از امنیت مجموعه اقامتی

این مؤلفه با ۲ گویه سنجیده شده که نتایج آن در ذیل آمده است.

۸۴/۲٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «امنیت» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۱۵/۱٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب و ۰/۷٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۸۹/۳۸ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

## ۲-۷- ارزیابی از کیفیت زیست محیطی

این مؤلفه با ۳ گویه سنجیده شده که نتایج آن در ذیل آمده است.

۷۸/۱٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «کیفیت زیست محیطی» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۱۶/۴٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب، ۴/۸٪ متوسط و ۰/۷٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی

پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۸۳,۲۲ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

## ۲-۸- ارزیابی از هویت مکانی

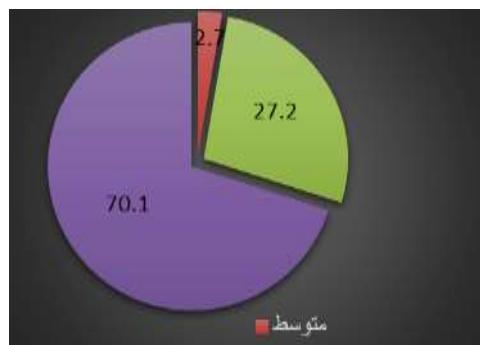
این مؤلفه با یک گویه سنجیده شده که نتایج آن در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود.

۴۳,۷٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از نظر «هویت مکانی» خیلی خوب ارزیابی کرده‌اند. ۳۵/۲٪ پاسخگویان هتل محل اقامت خود را از این نظر خوب، ۱۶/۲٪ متوسط و ۴/۹٪ نامناسب ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۷۲/۵۴ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.

## ۲-۹- ارزیابی حس گردشگران از مجموعه اقامتی

متغیر حس مکان گردشگران از مجموعه اقامتی به عنوان متغیر وابسته با ۸ متغیر مستقل و ۱۹ گویه سنجیده شده که گویه‌های آن در صفحات قبل تشریح شد و در ادامه شاخص حس مکان گردشگران از مجموعه اقامتی ارائه می‌شود.

۷۰/۱٪ پاسخگویان در مجموع نسبت به هتل محل اقامت خود حس خیلی زیاد داشته‌اند. ۲۷/۲٪ حس زیاد و ۲/۷٪ حس متوسط داشته‌اند. حس هیچ‌کدام از پاسخگویان کم نبوده است. میانگین حس مکان پاسخگویان بر روی طیف ۰ تا ۱۰۰ برابر با ۸۰/۴۲ است که از نقطه وسط طیف بیشتر است.



نمودار ۱- نمایش پاسخگویان بر حسب حس مکان از مجموعه اقامتی

Figure 1. Showing respondents in terms of sense of place with the accommodation complex

## ۱- تحلیل داده ها

بخش بسیار مهمی از فعالیت‌های گردشگری در دنیا مبتنی بر بهره مند شدن از طبیعت است و مناطقی که دارای توان‌های طبیعی با ارزش تری باشند در این زمینه بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. عوامل متعددی بر حس مکان در توسعه طبیعت گردی ساحلی نقش ایفاء می‌کنند که عوامل کالبدی (عینی) از مهم ترین آنهاست. صاحب‌نظران، عوامل کالبدی را به عوامل عینی و ذهنی تقسیم کرده اند اما این دو مفهوم، بسیار در هم تنیده و مرتبطند و گاه مرزهای بین این دو بسیار باریک است. در واقع عوامل ذهنی مانند هویت مکان، ادراک<sup>۲</sup> زیبایی و لذت بصری، احساس امنیت و آرامش، بازتابی از ظاهر بنا، فرم ساختمان، نوع معماری و سایر عوامل عینی و بلکه منبعث از آن است. در واقع ویژگی‌های کالبدی، هر یک به شکل گیری ابعاد ذهنی و درونی گردشگران و کسب تجربیات درون گرایانه در آنان به رضایت‌مندی گردشگران می انجامند. در واقع این عوامل کالبدی است که شاخص‌های ذهنی گردشگر را می-سازد و همین شاخص‌ها مبنای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در سفر یک گردشگر را فراهم می آورند.

در این پژوهش عوامل کالبدی در برگیرنده مولفه هایی همچون کیفیت فضا و محوطه، کیفیت زیست محیطی، آسایش اقلیمی؛

عوامل ادراکی (ذهنی) شامل آرامش مجموعه اقامتی، لذت بصری (زیبایی و چشم انداز)، هویت مکانی و عوامل عملکردی شامل دسترسی به تسهیلات و خدمات (عینی) و امنیت مجموعه اقامتی (ذهنی) می‌باشد.

## ۳-۱- میزان حس مکان گردشگران از مجموعه اقامتی به چه میزان است.

برای پاسخ به این سؤال از آزمون t تک نمونه ای استفاده شده است. این آزمون میانگین مؤلفه را با میانگین معیار (در اینجا عدد ۵۰ به عنوان نقطه وسط طیف) مقایسه کرده و معناداری یا عدم معناداری آن را بررسی می‌کند. ر تمامی مؤلفه‌های حس مکان گردشگران و در خود این متغیر، میانگین حاصل از میانگین معیار به طرز معناداری بالاتر بوده در نتیجه می‌توان گفت حس مکان گردشگران از مجموعه اقامتی به طرز معناداری بالاتر از متوسط بوده است.

## ۳-۲- رتبه‌بندی مؤلفه‌های حس مکان گردشگران از مجموعه اقامتی

در این قسمت با استفاده از آزمون فریدمن مؤلفه های حس مکان گردشگران رتبه‌بندی می‌شود (جدول ۳).

## جدول ۳- نتایج آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی مؤلفه‌های حس مکان گردشگران

Table 3. Friedman test results to rank the tourists' sense of place components

| میانگین رتبه از ۸ | مؤلفه‌های رضایتمندی گردشگران |
|-------------------|------------------------------|
| ۵/۷۲              | آرامش                        |
| ۵/۳۸              | امنیت                        |
| ۵/۳۰              | کیفیت فضا و محوطه            |
| ۵/۲۷              | لذت بصری                     |
| ۴/۶۷              | کیفیت محیطی                  |
| ۳/۸۹              | هویت مکانی                   |
| ۳/۱۲              | دسترسی به تسهیلات و خدمات    |
| ۲/۶۵              | ملاحظات اقلیمی               |
| ۲۶۸/۱۶۰           | مقدار آزمون                  |
| ۰/۰۰۰             | معناداری                     |

۳-۳- آیا مؤلفه های در نظر گرفته شده برای حس مکان گردشگران این مفهوم را منعکس می کنند؟  
 برای پاسخ به این سؤال از تحلیل عامل تأییدی با استفاده از نرم افزار AMOS استفاده شده است. جدول ۸ آمار های مربوط به برازش مدل را نشان می دهد.

مطابق نتایج آزمون فریدمن بیشترین حس مکان گردشگران از آرامش هتل با میانگین رتبه ۵/۷۲ از ۸ می باشد. پس از آن مؤلفه های امنیت، کیفیت فضا و محوطه و لذت بصری قرار گرفته است.

#### جدول ۴. شاخص های برازش مدل<sup>۱</sup>

Table 4. Model fit indices

| RMSEA | CFI   | IFI   | خی دو   |            |              |
|-------|-------|-------|---------|------------|--------------|
|       |       |       | CMIN/df | درجه آزادی | CMIN (خی دو) |
| ۰/۱۰۱ | ۰/۹۰۷ | ۰/۹۱۱ | ۲/۵۲    | ۲۰         | ۵۰/۴۶۴       |

۱- CMIN/DF (خی دو تقسیم بر درجه آزادی)؛ NFI (شاخص برازش تعدیل شده)؛ CFI (شاخص برازش مقایسه ای)؛ IFI (شاخص برازش افزایشی)؛ RMSEA (ریشه میانگین مجذور خطای برآورد).

های مورد نظر هستند. همان طور که مشاهده می شود مؤلفه دسترسی به تسهیلات و خدمات، کیفیت محیطی و ملاحظات اقلیمی که هر سه جزو شاخص های عینی محسوب می شود بیشترین بار عاملی را داراست و همچنین طبق مدل تحلیلی بیشترین واریانس تبیین شده را دارد. همانطور که مشاهده می شود معناداری متناظر با آزمون T در همه مؤلفه ها معنادار بوده است. این ضرایب به این معناست که معرف های در نظر گرفته شده برای حس مکان گردشگران منعکس کننده این مفهوم می باشد.

لازم به ذکر است حاصل CMIN/DF هر چه کوچکتر باشد بیانگر برازش بهتر است و معمولاً عدد ۵ را به عنوان نقطه برش مد نظر قرار می دهند. شاخص RMSEA نیز هر چه به صفر نزدیکتر باشد بیانگر برازش بهتر است. معمولاً عددی بین ۰/۰۵ تا ۰/۱۰ به عنوان نقطه برش مد نظر قرار می گیرد. سایر شاخص ها (CFI و IFI) هر چه به یک نزدیکتر باشد (با نقطه برش ۰/۹۰) بیانگر برازش بهتر است.

همان طور که مشاهده می شود حاصل تقسیم مقدار  $\chi^2$  بر درجه آزادی برابر با ۲/۵۲ است. همچنین مقدار IFI برابر با ۰/۹۱۱، مقدار CFI برابر با ۰/۹۰۷ و مقدار RMSEA برابر با ۰/۱۰۱ است. در مجموع همه شاخص های برازش مدل در حد ایده ال قرار دارد. در نتیجه می توان گفت مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

در جدول زیر ضرایب لامبدا برای هر کدام از مؤلفه های حس مکان گردشگران مشاهده می شود. این ضریب حکایت از مقدار ارتباط هر سازه (متغیر مکنون) با معرف هایش (متغیرهای آشکار) دارد. وقتی این ضرایب لامبدا معنادار باشند، شاهدهی بر اعتبار متغیرهای آشکار تحقیق محسوب می شوند بدین معنا که تأیید می کنند معرف های مورد استفاده منعکس کننده سازه-

#### جدول ۵- ضرایب لامبدا برای مؤلفه های حس مکان گردشگران

Table 5. Lambda coefficients for tourists' sense of place components

| معناداری | (T) C.R | ضریب لامبدا | مؤلفه                                  |
|----------|---------|-------------|--|
| -        | -       | ۰/۷۵۹       | دسترسی به تسهیلات و خدمات <sup>۱</sup> |
| ۰/۰۰۰    | ۷/۵۰۸   | ۰/۶۶۰       | کیفیت فضا و محوطه                      |
| ۰/۰۰۰    | ۵/۷۳۴   | ۰/۵۰۹       | آرامش                                  |
| ۰/۰۰۰    | ۷/۷۳۳   | ۰/۶۸۲       | لذت بصری                               |
| ۰/۰۰۰    | ۷/۸۶۹   | ۰/۶۹۳       | ملاحظات اقلیمی                         |
| ۰/۰۰۰    | ۴/۷۹۶   | ۰/۴۲۷       | امنیت                                  |
| ۰/۰۰۰    | ۷/۸۹۳   | ۰/۶۹۵       | کیفیت محیطی                            |
| ۰/۰۰۰    | ۵/۱۱۶   | ۰/۴۶۰       | هویت مکانی                             |

۱- در معادلات ساختاری مسیر متغیر اصلی به یکی از مؤلفه ها با عدد ۱ ثابت می شود. این عمل برای رفع مشکل عدم تعیین واحد اندازه گیری متغیر مکنون انجام می شود. از آنجایی که واحد اندازه گیری متغیر مکنون در مدل یابی معادلات ساختاری معلوم نیست با ثابت کردن یکی از مسیرها با عدد ۱ موجب استاندارد شدن واحد اندازه گیری متغیر مکنون می شویم.

## نتایج تحقیق

نتایج تحقیقات نشان داد که در بین عوامل عینی، رضایتمندی گردشگران از عامل "دسترسی به تسهیلات و خدمات" با ضریب میانگین ۰/۷۵۹ بالاترین و پس از آن عامل "آسایش اقلیمی" و "کیفیت زیست محیطی" به ترتیب اثر گذاری در مرتبه های بعدی قرار دارند.

درخصوص مولفه های حس مکان گردشگران از مجموعه اقامتی با استفاده از آزمون فریدمن، مولفه های حس مکان گردشگران رتبه بندی شد که براساس آن در بین عوامل ادراکی موثر در افزایش رضایتمندی، عامل "آرامش" با میانگین ۵/۷۲ از ۸ بالاترین رتبه و پس از آن "فاکتور امنیت"، "کیفیت فضا و محوطه" و "لذت بصری" در رتبه های بعدی دسته بندی شدند. در نهایت براساس نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای، در تمامی مؤلفه های حس مکان گردشگران معناداری متناظر با آزمون T در همه مؤلفه ها معنادار بوده است در نتیجه می-توان گفت رضایتمندی گردشگران از مجموعه اقامتی هندورابی به طرز معناداری بالاتر از متوسط بوده است. لذا از آنجائی که اولاً رقابت شدیدی بین کشورها و در دورن کشورهای مختلف در توریست ها با زمینه جذب و حفظ گردشگر وجود دارد و ثانیاً هدف اولیه تفریح و استراحت به محل های مختلف مراجعت می نمایند، بایستی زیربنایی ترین امکانات فراهم گردد. در غیر این صورت سبب سرخوردگی آنها می شود. بنابراین، به عنوان راهکارهای زیربنایی در زمینه توسعه طبیعت گردی در منطقه مورد مطالعه، بایستی نسبت به فراهم نمودن امکانات زیرساختی از جمله حمل و نقل، مراکز فروش، اقامتی و رفاهی، تفریحی، بهداشتی درمانی و رستوران ها اقدامات لازم صورت پذیرد:

- فراهم نمودن امکانات مناسب حمل و نقل به عنوان یکی از اصلی ترین عوامل زیرساختی موثر در زمینه جذب گردشگر می باشد. البته نکته مهم در این زمینه فراهم نمودن شیوه های حمل و نقل متنوع و بسنده نکردن به یک شیوه؛ توسعه رستوران ها، مراکز فروش، مراکز تفریحی و ورزشی، امکانات بهداشتی و درمانی در منطقه می باشد، زیرا در کنار بهره گیری

از امکانات طبیعی، وجود این امکانات ضروری بوده و در جذب گردشگر تاثیر مستقیم دارد؛

- ایجاد و توسعه مراکز اقامتی و رفاهی مناسب در منطقه و رعایت نمودن استانداردهای مناسب ملی و بین المللی در زمینه هر یک از شاخص های یادشده در این زمینه در جهت جذب سرمایه بخش خصوصی می تواند بسیار تاثیرگذار باشد که بایستی با ایجاد جذابیت، دادن تسهیلات مناسب و تبلیغات زمینه حضور این بخش فراهم شود؛

- بازرسی و نظارت مستمر بر نحوه عملکرد هر یک از واحدهای ارائه دهنده خدمات و برخورد با واحدهای متخلف  
- برنامه ریزی به منظور شناسایی فرصت های کارآفرینی در منطقه به منظور ایجاد اشتغال مولد در منطقه و برای مردم بومی و جذب سرمایه گذار خارجی و گردشگر؛  
- توسعه دفاتر خدمات مسافرتی؛ و توسعه دفاتر خدمات مالی و بیمه ای .

## References

1. Kazemi, AH., Zanganeh, M., Sahami, M., 2016. the role of tourism capabilities in sustainable development, a case study of Hesar touristic village, Third National Conference on the Development Perspective of Torbat Heydarieh Region in the 2025 Horizon. (In Persian)
2. UNWTO Annual Report., 2016. Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. First printing: 2017 all rights reserved.
3. Duha Buchsbaum, B., 2004. Ecotourism and Sustainable Development ic Costa Rica.
4. Sadr Mosavi, M., Dakhili Kohansoeei, J., 2009. Estimation of the status of tourism facilities in East Azarbaijan Province from the viewpoint of tourists, Quarterly journal

11. Dvoode, hadise., 2017. Architectural environments for tourism and environmental psychology, AROON Publications.
12. Movahed, A & Kahzadi, S., 2010. Analysis of Factors Affecting the Development of Tourism in Kurdistan Province Using Swat Model, Journal of Urban Planning and Research 2010, No.2. (In Persian)
13. Shirani, M., Halbian, AM., Safarnezhad Boroujeni, M., 2014. The Environmental Impacts of Coastal Tourism on Sustainable Tourism, Case Study of Kish Island, The First National Conference on Geography, Tourism, Natural Resources And Sustainable Development Tehran. (In Persian)
14. Shirani, M., Safarnezhad Boroujeni, M., 2014. The role of Ecotourism in Sustainable Tourism, Opportunities and Threats, Case Study of Kish Island, Mashhad
15. Atkinson, A., 1988. Answering the Eternal Question: What Does the Customer Want? The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 29, No. 2, PP. 12-1
16. Papeli Yazdi, MH., 2007. Tourism (concepts and nature), SAMT Publications. (In Persian)
17. Ananth, M., DeMicco, F. J., Moreo, P. J., & Howey, R. M., 1992. Marketplace Lodging Needs of Mature Travelers, The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly Vol.33, No. 4, PP. 12-24
18. McCleary, K. W., Weaver, P. A., & Hutchinson, J. C., 1993. Hotel Selection Factors as They Relate to Business Travel Situations, Journal of Travel Research, Vol. 32, No. 2, PP42-48.
- of geographic research, vol. 11, no.61, PP. 129-133. (In Persian)
5. Amirahmadi, abolghasem. Motamedi, Mohammad. Poorhashemi, Sima. Gharee, Hadi. Abariki, Zakiye., 2012. Determination of Ecotourism potential of Sabzevar Mizinan Desert, Quarterly Journal of Geographical Studies in Arid Regions, Year 2, No. 8, PP. 55-75. (In Persian)
6. Rakhshani Nasab, HR. & Zarabi, A., 2009. Challenges and Opportunities for the Development of Ecotourism in Iran, Geographical Space Journal, Year 9, No. 28 (In Persian).
7. [Mehmet Altinay](#), [Kashif Hussain](#)., 2005. "Sustainable tourism development: a case study of North Cyprus", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 17 Issue: 3, pp.272-280.
8. Modiri, M., Salimi Manesh, J., Abbasi, M., Bagheri Seyed Shokri, S., 2011. Analysis and evaluation of potential and strategies for ecotourism development in Rijab region (Kermanshah province) Geographical Information Quarterly, Sephehr 78, PP. 43. (In Persian)
9. Gharkhloo M., Ramazanzadeh Lasbui, M., and Galin Sharif Dini, J., 2009. Environmental Impact of Tourism on the Ramsar Shores, Quarterly Journal of Human Geography, First Year, No.3, PP. 1-12. (In Persian)
10. Najaf Abadi, M., Haghbin, A., Farajollah Hosseini, J., 2016. Investigating the Factors Affecting the Development of Ecotourism, Case Study of Small Lavasan, Quarterly Journal of Agricultural Promotion and Education, Year 9, No. 3, Autumn, 2016, Successive 35. (In Persian)



27. Negin Taj, S., 2011. Investigating the Role of Physical Factors in the Formation of the Concept of Place, *Manzar Quarterly*, No. 13, PP. 24-29. (In Persian)
28. Hidalgo, M. Carmen, Hernandez, Bernardo., 2001. Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions, *Journal of Environmental Psychology*, No.21, pp. 273-281.
29. Altman, I., & Low, S., 1992. Place attachment. New York: Plenum Press.
30. Relph, E., 1976. Place and placelessness. London: Pion Limited.
31. Trentelman, C. K., 2009. Place attachment and community attachment: a primer grounded in the lived experience of a community sociologist. *Society and Natural Resources* 22:191-210.
32. Riger, Stephanie, and Paul J. Lavrakas., 1981. Community ties: Patterns of attachment and social interactions in urban neighborhoods. *American Journal of Community Psychology* 9(1): 55-66.
33. Norberg Schultz, christen., 1975. Meaning in western architecture, praeger publishers, New York.
34. Ayati, H., Khodakarami, F., Mollaei, K., Afaghpoor, A., 2016. The study of the influence of physical factors on the development of religious tourism in Iran, a case study of Shiraz, *Quarterly of Iranian Islamic city*, 23, PP. 43-59. (In Persian)
19. Sajadiyan, nahid. Piri, fatemeh., 2017. The study of effective physical factors in the demand of tourist attractions, *Quarterly Journal of geographic territory*, Year 14, No. 53, 2017, PP. 21-36. (In Persian)
20. Basiri, mostafa. Amooi, masooreh., 2015. The 2nd Scientific Conference on New Approaches in Geography and Architecture and Urban Planning. 2015, Tehran. (In Persian)
21. Amraei, A., 2013. The study of strategies for ecological sustainability in the design of ecotourist resorts as an effective step towards the sustainability of the global ecosystem., geography and sustainable environment, Hamedan. (In Persian)
22. Integrated coastal zone management., 2017. Kish free zone organization, KFZO.
23. Marine Studies Center of Ministry of Jihad and Agriculture., 2016. ICZM Studies of Hendurbey Island, Free Zone Organization of Kish Island
24. Saghaei, M., Masoudi, MM., 2017. Natural ecosystems and ecotourism with an emphasis on Iran., Mahkameh Publication. (In Persian)
25. Nunkoo, R. & Ramkissoon, H., 2008. "Small Island Urban Tourism: a Residents Perspective", *Current Issues on Tourism*, pp. 37-60.
26. Moon, K. S. , Kim, M. , Ko, Y. J. , Connaughton, D. P. , Lee, J. H., 2011. The influence of consumer's event quality perception on destination image; *Journal of Managing Service Quality*. 21(3), 287-303.