

## Research Paper

# The Effect of Environmental Quality on Attracting Tourists to Tourist Destinations in Small Towns "Case Study of the City of Color"

Esmael Nasiri Hende khaleh<sup>1</sup>, Elham Eftekhari<sup>2\*</sup>, Negar Taravaty<sup>3</sup>

1- Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2- Assistant Professor, Department of Geography and Rural Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran.

3- Graduated from Payame Noor University, Tehran, Iran.

Received: 2020/02/26

Revised: 2020/07/12

Accepted: 2020/07/17

Use your device to scan and read the article online



DOI:

10.30495/jzpm.2022.4250

### Keywords:

Environmental Quality, Tourist Destination, Small Towns, Color City.

### Abstract

Today, small towns are one of the tourist attractions. The level of environmental quality determines how much tourists are attracted in such tourist destinations. The small town of Color is one of the functions of Khalkhal city in Ardabil province, which is visited by many tourists due to its suitable climate and the existence of numerous natural attractions. But nowadays, this tourism potential is not used properly to attract the maximum number of tourists. The purpose of this study is to evaluate the impact of environmental quality based on physical-environmental, functional-structural, socio-cultural and managerial components, and its relationship with tourist attraction in this small city.

**Citation:** Nasiri Hende khaleh, E., Eftekhari, E., Taravaty, N., The Effect of Environmental Quality on Attracting Tourists to Tourist Destinations in Small Towns "Case Study of the City of Color" Journal of Regional Planning. 2022; 11 (44): 327-340. DOI: 10.30495/jzpm.2022.4250

**\*Corresponding Author:** Esmael Nasiri Hende khaleh

**Address:** Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Payame Noor University, Tehran, Iran.

**Tell:** 09122389852

**Email:** esmael.nasiri@yahoo.com

## Extended Abstract

### Introduction

Today, one of the attractive destinations for tourists are small towns, which are taking the form of tourism development in various dimensions in such cities. Therefore, in order to achieve the goal of attracting tourists to tourism destinations in small cities, examining the quality of environmental services is of great importance in the process of attracting tourists. The quality of provided services has a direct impact on attracting tourists.

Strengthening infrastructure, preserving landscapes and the environment, and framework reconstruction improve the appearance and small towns' image from the perspective of tourists and strengthen the quality of the environment to attract tourists.

### Methodology

This research's approach is descriptive-analytical. Library method and field studies have been used to collect information. The main data collection tool is a researcher-made questionnaire. The tools for measuring and analyzing the data are statistical methods (parametric and non-parametric) and SPSS software. Cochran's formula was used to determine the number of samples and 200 people were interviewed as statistical samples. The variables used in this research are: environmental quality components (independent variable) which include physical-environmental, socio-cultural, structural-functional, managerial components and the dependent variable of this research is tourist attraction.

### Findings

Since the attraction and loyalty of tourists to the tourism destinations is highly dependent on their satisfaction with environmental conditions and quality, through the T test, we examine the extent and intensity of the impact of the four components of environmental quality on tourist attraction. According to the average

of numerical desirability in the studied components (number 3), the majority of the studied items have an average higher than the desirability. Due to the significant level at the alpha level of 0.05, all indicators have direct effects on tourist attraction and this point also has an effect on tourist satisfaction. Data analysis of Table shows that the physical-environmental component (with an average of 4.14) has the highest average percentage among the four components and social, cultural and managerial, functional-structural components are in the next ranks.

The greatest impact on the rate of tourist attraction in the study area is in the physical-environmental dimension, the second rank belongs to the socio-cultural component and the least impact on the tourist attraction belongs to the components of urban management.

The greatest impact on the rate of tourist attraction in the study area is in the physical-environmental dimension and the second rank belongs to the socio-cultural component and the lowest impact on the tourist attraction belongs to the components of urban management.

In order to measure the importance of dimensions and components of environmental quality, stepwise regression was used. The results of stepwise regression analysis show that the physical-environmental component with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.848 has the greatest impact on tourist attraction in the area.

### Conclusion

The choice of urban tourism destinations by tourists is influenced by various factors, one of the most important of which is the role of environmental quality factors that guide tourists in choosing a tourist destination to small towns.

In this study, an attempt was made to explain the role of environmental quality in attracting tourism to tourism destinations in the small town of Color in Ardabil province.

According to the obtained results, it can be said that the components of environmental quality are effective in introducing and attracting tourists, and the set of components of environmental quality provide the basis for tourists' satisfaction

The results showed that tourists in the level of alpha 0.05 have been satisfied with the environmental quality of tourism in the city in all areas and most of it is related to the physical-environmental component with an average of 4.14 and socio-cultural, managerial and functional-structural components are in the next ranks. Therefore, it can be said that the physical and environmental factors of the tourist destination, which have the components of quality of space and tourism facilities, weather conditions, green space, visual beauty, have had a significant impact on attracting tourists in the small town of Color. The physical components of the environment can provide a competitive environment for choosing a tourist destination in this city. Significant regression results also showed that the physical-environmental component with a beta coefficient of 0.183 is more effective in attracting tourists than other components. As a result, it has the necessary explanatory power over other variables.

percentage among the four components and social, cultural and managerial, functional-structural components are in the next ranks.

The greatest impact on the rate of tourist attraction in the study area is in the physical-environmental dimension, the second rank belongs to the socio-cultural component and the least impact on the tourist attraction belongs to the components of urban management.

The physical-environmental component has a significant effect on tourist attraction. This effect is also evi In order to measure the importance of dimensions and components of environmental quality, stepwise regression was used. The results of stepwise regression analysis show that the physical-environmental component

with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.848 has the greatest impact on tourist attraction in the area. Has been studied. Dent in the value of the standardized beta coefficient.

### Conclusion

The choice of urban tourism destinations by tourists is influenced by various factors, one of the most important of which is the role of environmental quality factors that guide tourists in choosing a tourist destination to small towns.

In this study, an attempt was made to explain the role of environmental quality in attracting tourism to tourism destinations in the small town of Color in Ardabil province. According to the obtained results, it can be said that the components of environmental quality are effective in introducing and attracting tourists, and the set of components of environmental quality provide the basis for tourists' satisfaction.

The results showed that tourists at the level of alpha 0.05 have been satisfied with the environmental quality of tourism in the city of Color in all areas and most of it is related to the physical-environmental component with an average of 4.14 and socio-cultural, managerial and functional-structural components. Are in the next ranks. Therefore, it can be said that the physical and environmental factors of the tourist destination, which have the components of quality of space and tourism facilities, weather conditions, green space, visual beauty, have had a significant impact on attracting tourists in the small town of Chlorine. The physical components of the environment can provide a competitive environment for choosing a tourist destination in this city. Significant regression results also showed that the physical-environmental component with a beta coefficient of 0.183 is more effective in attracting tourists than other components. As a result, it has the necessary explanatory power over other variables.

## مقاله پژوهشی

تاثیر کیفیت محیطی در جذب گردشگر به مقاصد گردشگری در شهرهای کوچک  
"مطالعه موردی شهر کلور"اسماعیل نصیری هنده خاله<sup>۱</sup>، الهام افتخاری<sup>۲\*</sup>، نگار طراوتی<sup>۳</sup>

۱- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲- استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۳- دانش آموخته کارشناسی ارشد آمایش شهری دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

## چکیده

امروزه یکی از مقاصد جذب گردشگر، شهرهای کوچک هستند سطح کیفیت محیط، میزان جذب گردشگر را در این گونه مقاصد گردشگری تعیین می‌کند. شهر کوچک کلور از توابع شهرستان خلخال در استان اردبیل است که با توجه به اقلیم مناسب و نیز وجود جاذبه‌های متعدد طبیعی، مورد توجه گردشگران بسیاری قرار دارد. اما هم اکنون، استفاده‌ای مناسب از این توان گردشگری در راستای جذب حداکثری گردشگر انجام نمی‌شود. هدف پژوهش ارزیابی تاثیر کیفیت محیط بر اساس مولفه‌های کالبدی-زیست محیطی، عملکردی-ساختاری، اجتماعی-فرهنگی و مدیریتی، و ارتباط آن با جذب گردشگر در این شهر کوچک است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌های اصلی پژوهش، پرسش‌نامه محقق ساخته می‌باشد. نتایج پژوهش نشان داد که میان عوامل کیفیت محیطی (کالبدی-زیست محیطی، عملکردی-ساختاری، اجتماعی-فرهنگی و مدیریتی) به عنوان متغیر مستقل در این پژوهش و جذب گردشگر به مقصد گردشگری به عنوان متغیر وابسته رابطه معنی‌دار وجود دارد. مولفه کالبدی-زیست محیطی (با میانگین ۴/۱۴) بالاترین درصد میانگین را در بین مولفه‌های چهارگانه به خود اختصاص داده است و مولفه‌های اجتماعی، فرهنگی و مدیریتی، عملکردی-ساختاری در رتبه‌های بعدی قرار دارند. مولفه کالبدی ۰/۱۸۳، مولفه اجتماعی و فرهنگی ۰/۱۳۹، مولفه مدیریت ۰/۱۲۶، مولفه عملکردی-ساختاری ۰/۱۱۸، رابطه معنی‌داری با جذب گردشگر دارند. و با توجه به اینکه بعد کالبدی-زیست محیطی بیش‌ترین میزان بتا را دارا می‌باشد. لذا، از قدرت تبیین‌کنندگی لازم برخوردار است و نسبت به سایر متغیرها تاثیر بیش‌تری بر روند جذب گردشگر دارد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۰۷

تاریخ داوری: ۱۳۹۹/۰۴/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۲۷

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



DOI:

10.30495/jzpm.2022.4250

## واژه‌های کلیدی:

کیفیت محیطی، مقصد گردشگری، شهرهای کوچک، شهر کلور

\* نویسنده مسئول: اسماعیل نصیری هنده خاله

نشانی: دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

تلفن: ۰۹۱۲۳۳۸۹۸۵۲

پست الکترونیکی: esmael.nasiri@yahoo.com

نمونه موردی این پژوهش، شهر کوچک کلور به عنوان مقصد گردشگری است. با توجه به آب و هوا، اقلیم مناسب و نیز وجود جاذبه‌های متعدد طبیعی، مورد توجه گردشگران بسیاری قرار دارد، اما به نظر می‌رسد توجه به تأثیرات کیفیت محیطی در راستای جذب حداکثر گردشگران مقاصد گردشگری باید بیش‌تر مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد. نکته‌ای که در مورد شهر کلور قابل ذکر است، توجه برنامه‌ریزان حوزه گردشگری به کیفیت محیط و نقش آن در جذب حداکثری گردشگران است و این امر اهمیتی بسزا در برون‌دادهای گردشگری و نیز بر نحوه افزایش میزان رضایت‌مندی گردشگران از تجربه گردشگری در این شهر کوچک و در نهایت افزایش حداکثری وفاداری گردشگران را به دنبال خواهد داشت. شهر کلور به خاطر قدمت و وجود مناظر زیبای شهری توانایی جذب گردشگران بسیاری را دارد اما هم‌اکنون، استفاده‌ای مناسب از این توان گردشگری در راستای جذب حداکثری گردشگر انجام نمی‌شود. لذا، هدف این پژوهش ارزیابی تأثیر کیفیت محیط در شهر کلور بر اساس مولفه‌های کالبدی-زیست محیطی، عملکردی-ساختاری، اجتماعی-فرهنگی و مدیریتی، و ارتباط آن با جذب گردشگر است. بر اساس هدف مذکور سوالات کلیدی زیر مطرح می‌شود:

- آیا بین کیفیت محیط و جذب گردشگری مورد مطالعه رابطه معنی‌داری وجود دارد؟
- کدام یک از مولفه‌های کیفیت محیط بیش‌ترین تأثیرگذاری را بر جذب گردشگر در مقصد گردشگری دارد؟
- به منظور پاسخ به چنین سوالات، فرضیات زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد.
- بین شاخص کیفیت محیط در منطقه مورد مطالعه و میزان جذب و رضایت گردشگران رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- هر کدام از مولفه‌های کیفیت محیطی تأثیرگذاری متفاوتی بر جذب و رضایت‌مندی گردشگران دارد.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

واژه کیفیت، مفهومی است که در تمامی دانش‌ها و زمینه‌های مرتبط با زندگی انسان به کار رفته و مورد استفاده قرار گرفته است. کیفیت محیط عبارت است از شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و کالبدی-فضایی محیط شهری که نشان‌دهنده میزان رضایت یا عدم رضایت شهروندان از محیط شهری باشد (Teymouri and Asghari Zamani, 1394:165).

کیفیت در حالت عادی و به معنای کاملاً واضح، برای وصف درجه کمال اشیاء و پدیده‌ها به کار برده می‌شود (Golkar, 1380:39). بنابراین، مفهوم کیفیت، مفهومی است نسبی؛ که واجد معنایی فراتر از معنای بدیهی و معمول آن است.

امروزه یکی از مقاصد جذب گردشگر، شهرهای کوچک هستند که شکلی از توسعه گردشگری را در ابعاد گوناگون در این گونه شهرها در حال رخ دادن است. این رو، در راه دست‌یابی به هدف جذب گردشگر در مقاصد گردشگری در شهرهای کوچک بررسی سطح کیفیت خدمات محیطی از اهمیت بسیاری در فرآیند جذب گردشگر برخوردار است. کیفیت خدمات ارائه شده در جذب گردشگر تأثیر مستقیم دارد (Nowaki, 2005:249).

(williams and soutar, 2005:254) محیط مناسب، یکی از شاخص‌ها و ملاک‌های اساسی در انتخاب مقصدهای گردشگران می‌باشد که از راه شاخص‌هایی قابل تبیین است (Nunko, Ramkissoon, 2008:236). سطح کیفیت محیط، میزان جذب گردشگر را در مقاصد گردشگری تعیین می‌کند و به عبارتی هر چه کیفیت محیطی در سطح مطلوبی باشد، میزان رضایت گردشگران نیز افزایش می‌یابد (Bluwstein, 2017:107).

تقویت زیرساخت‌ها، حفظ چشم‌اندازها و محیط زیست و بازسازی کالبدی منجر به بهبود چهره ظاهری و تصویر شهرهای کوچک از دید گردشگران شده و تقویت کیفیت محیطی برای جذب گردشگری را شکل می‌دهد (Shia and Alipour, 1389:157). کیفیت محیطی مطلوب، زمینه‌ساز شکل‌گیری حس مثبت نسبت به مقصدهای گردشگری و نهایتاً توسعه گردشگری می‌باشد (Moon and etal, 2011:289).

کیفیت محیط سکونتگاه‌های انسانی ارتباط زیادی به کیفیت زیرساخت‌ها، برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب آن دارد (Kazemi et al, 1390:6). اجزای سازند محیط طبیعت، فضای باز، زیرساخت‌ها، محیط انسان ساخت (مصنوع)، تسهیلات محیط کالبدی، ذخایر طبیعی و روابط اجتماعی) هر یک مشخصات و کیفیات مختص خود را دارند (Kakavand et al, 2013).

کیفیت خدمت به معنای ارضای نیاز مصرف‌کننده (tabatabaeeHenzaee and ikhwan, 1389:9) انطباق محصول با نیاز گردشگر می‌باشد سطح کیفی خدمات، میزان سودآوری را نیز تعیین می‌کند (Osma, 2016:430) و به عبارتی هر چه کیفیت خدمات ارائه شده در قالب چشم‌اندازهای طبیعی و غیرطبیعی در سطح مطلوبی باشد رضایت و آسودگی خاطر تعداد بازدیدکنندگان ایجاد خواهد شد (taleghani and fatahi, 1368:64). رضایت گردشگران شاخصی قوی برای پی بردن به قصد بازگشت و پیشنهاد مقصد به دیگران است و گردشگران راضی تمایل به در میان گذاشتن تجربه‌های مثبت از سفر، با دوستان و آشنایان دارند (Kozak, 2001:784).

گردشگران از راه فراهم آوردن خدمات گردشگری و میهمان‌داری و ایجاد جذابیت در محیط (به عنوان جزئی از کیفیت محیطی) اهمیت بسیار دارد (Caruntu and Ditoiu, 2014).

کیفیت خدمات مرتبط با بخش گردشگری نقش مهمی در روند ارزیابی پاسخ‌گویی و اثر بخشی خدمات مورد استفاده بازی می‌کند (Prabaharan and et, 2008:144). خدمات گردشگری بستگی به کیفیت جنبه‌هایی دارد که ویژگی‌های ذاتی فعالیت‌های مرتبط با این نوع از خدمات دانسته شود (Martin, Ceja, 2006:784). بطور کلی، کیفیت خدمات در گردشگری به عنوان یک عامل اساسی، اطمینان از امنیت است. کیفیت در خدمات رویکرد حرفه‌ای، به انجام عمل مطلوب در برآوردن انتظارات گردشگران در طول زمان می‌باشد (Narayan and al, 2008:470). موضوع قابل توجه در برنامه‌ریزی جذب گردشگر در مقاصد گردشگری شهرهای کوچک، ارتقای کیفیت محیط گردشگری است زیرا محیط مناسب یکی از شاخص‌ها و ملاک‌های اساسی در انتخاب مقصد گردشگری است. در این میان اصطلاح ضوابط مرتبط با گردشگری در شهرهای کوچک با هدف ارتقاء کیفیت محیط گردشگری و تقویت جاذبه‌های گردشگری مدنظر خواهد بود (Jenkins, 2002:66). بنابراین بهبود آن یکی از سیاست‌های توسعه گردشگری است (Nikpour et al, 2015:116). محیط به عنوان یکی از ارکان اصلی جریان گردشگری بشمار می‌رود. محیط بسیاری از جاذبه‌ها را شکل می‌دهد و پیشبرد توسعه گردشگری در مقاصد شهرهای کوچک، به کیفیت محیط وابسته است (Mirabzadeh, 1375: 54).

اصطلاح ضوابط مربوط به برنامه‌ریزی مقصد گردشگری با هدف ارتقاء کیفیت شرایط محیطی در کنار تدوین سیاست‌ها و خط‌مشی‌های لازم به منظور تقویت جاذبه‌های گردشگری، می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری تمایل گردشگران به بازدید مجدد از مقصد گردشگری شود (Moon, 2011:213). باتوجه به اهمیت مقوله رضایت‌مندی در بخش گردشگری، مدیران باید تلاش خود را جهت بهبود کیفیت خدمات و ارتقای، سطح رضایت گردشگران انجام دهند با این اعتقاد که این تلاش وفاداری بازدیدکنندگان را بالا می‌برد، و تمایل آنها را جهت بازگشت دوباره به مقصد مورد نظر تقویت می‌کند (Haghkhah and et al, 2011:1840). (Lawley and spinks, میزان رضایت‌مندی از طریق مقایسه دسترسی به خدمات و شاخص‌های دیگری همچون خانه، غذا، لباس، سلامتی، زوجین، دوستی و رفاقت، خانواده، روابط با دیگران، فعالیت روزانه، اوقات فراغت، آسودگی خاطر، امکانات سکونت و شرایط اقتصادی ارزیابی می‌شود (Carlson, 2009:72).

مفهوم کیفیت، دو وجه دارد (Pakzad, 22:1385) بررسی کیفیت محیط از منظر برخورداری از خدمات عمومی نیز مورد توجه پژوهشگران بوده است (Farjam, 1396:164). (VanKampb and etal, 2003:5) کیفیت محیط موضوعی پیچیده و در برگیرنده ادراکات ذهنی، نگرش‌ها و ارزش‌های گروه‌ها و افراد گوناگون است (Portius, 1971:105). کیفیت محیط را می‌توان به عنوان بخش اساسی از مفهوم گسترده تر کیفیت زندگی تعریف کرد. (Rium, 2002:13)

در این میان کیفیت محیطی شامل آموزش محیطی، جاذبه‌های میراث فرهنگی، زیرساخت‌های گردشگری و منابع طبیعی برای تقویت رقابتی بودن مقصد گردشگری سهم مهمی دارد. (Chin, etal, 2014)

اگر کالاها و خدمات در سطح کیفی مورد انتظار مشتریان عرضه نشوند، آن‌ها به سایر مراکز عرضه و خدمات می‌روند. (Butnaru and Maxim, 2014) بازساخت‌های محیطی با رویکرد به دورنمای گردشگری در سطوح بالاتر، کیفیت تجربه گردشگری را مدنظر داشته و با بی توجهی به کنش‌های محیطی، تنها سودآوری آن را مورد توجه قرار می‌دهد (Mahallati, 1380:11). (Kazeh, 1380:30) مؤلفه‌های سازنده کیفیت محیطی با عواملی چون فرم، مؤلفه معنایی و مؤلفه زیست محیطی در ارتباط است (Pourjafar et al, 1388:65). کیفیت محیطی از دو بعد عوامل ملموس و غیر ملموس قابل بررسی است. عوامل ملموس می‌تواند شامل محیط فیزیکی، آراستگی مکان، پاکیزگی محیط، مراکز اقامتی است و عوامل ناملموس، همان رابطه صمیمی بین جامعه میزبان و گردشگران، احساس امنیت، درک گردشگر از میزان اطلاع رسانی درباره خدمات است (Kazemi et al, 1390: 21). سنجش کیفیت محیطی، سنجشی است از اینکه تا چه اندازه ارتقاء و خدمت ارائه شده در محیط، انتظارات گردشگران را برآورد می‌سازد (Golgar, 1380: 36).

ارتباط مؤلفه‌ها و شاخص‌های کیفیت محیطی با جذب و توسعه گردشگری برنامه‌ریزان گردشگری با مشخص کردن سطح به خصوص هر شاخص در مقصد یا محل گردشگری، می‌تواند برای تعیین و کاربرد معیارهای مطلوب، برنامه‌ریزی و اقدام کنند (European, commissio2000:14-15). به سبب ضعف در وجود یک مقیاس برای اندازه‌گیری ادراک ساکنان و نیز انحراف موجود در رهیافت‌های به کار رفته در تحلیل داده‌ها، محدودیت‌های عمده‌ای در مطالعات مربوط به ادراک گردشگری ایجاد شده است (Montemubio, 2011:287) (Nunkoo, 2008:37). گردشگران پس از ترک مقصد صرفاً تصاویری را از آنجا به همراه خواهند داشت، از این رو جلب رضایت

هم‌چنین، بین گسترش گردشگری و توسعه شهر رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد.

برزگر (۱۳۹۴) در مطالعه خود با عنوان "سنجش میزان رضایت‌مندی از کیفیت محیط مکان‌های گردشگری مطالعه موردی: شهر گرگان" نشان داد که میان متغیرهای پنجگانه پژوهش به عنوان متغیرهای تأثیرگذار و رضایت‌مندی گردشگران به عنوان متغیر وابسته همگی معنی‌دار و مثبت بوده است. پژوهش‌های سلطانی و شریف (۱۳۹۴)، نشان می‌دهد که در شرایط کنونی میزان رضایت‌مندی هم برای زائران بومی و هم غیربومی بالاتر از حد متوسط گزارش شده است. نتایج هم‌چنین، نشان می‌دهد رضایت‌مندی رو تابعی از شرایط اجتماعی اقتصادی گردشگران است.

سیف‌الدینی و همکاران (۱۳۸۹)، به این نتیجه رسیده‌اند که تنها وجود جاذبه‌های با اهمیت در این شهر باعث جذب گردشگران به این مقصد شده است. علی‌پور (۱۳۸۹)، در مطالعه ای با عنوان "تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری پایدار: مطالعه موردی سواحل شهر رامسر"، در قالب ۱۷ شاخص مود بررسی، ۷ شاخص امتیاز پایین تراز میانگین و ۱۰ شاخص نیز با امتیاز بالای میانگین و کیفیت مطلوب می‌باشد. هم‌چنین مشخص شده است که ۵ عامل اساسی محیط گردشگری در ادراک گردشگران موثر می‌باشد. لی‌یائو و همکاران (۲۰۱۵) به پژوهش در "پارک ملی و دره جیوژیاگو در چین" پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که میزان رضایت‌مندی گردشگران متشکل از فاکتورهای گوناگون بوده و به شدت از نوع و میزان جذابیت و مفرح بودن جاذبه گردشگری تأثیر می‌پذیرد.

نتایج پژوهش سوکی من و همکاران (۲۰۱۳) بیانگر آن است که مسئولان گردشگری در ایالت پاهانگ مالزی، با بصیرت خاصی در تلاش برای جلب رضایت گردشگران بوده و در این زمینه موفق عمل کرده‌اند.

ویتینو و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان ارزیابی عوامل تأثیرگذار در رضایت گردشگران داخلی روسیه، مدلی به منظور بررسی روابط بین رضایت مشتری، عوامل تأثیرگذار و وفاداری نسبت به مقصد در بین گردشگران ارائه داده‌اند. در مطالعه صورت گرفته توسط لیو و یین، (۲۰۱۰) در تایوان مشاهده شد که بین کیفیت خدمات ارائه شده و رضایت تجمعی گردشگر رابطه مثبت برقرار است.

### مواد و روش پژوهش

رویکرد حاکم بر این پژوهش توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی استفاده

ارزیابی میزان رضایت‌مندی گردشگران در مقاصد گردشگری به فعالان گردشگری کمک می‌کند تا دریافت بهتری از دیدگاه‌های گردشگری داشته باشند. (Hong, 2014: 1016)

رضایت ارزیابی مشتری از محصول یا خدمت است (Hosseini Hashemzadeh, 1388:64). توجه مستمر به موضوع کیفیت و رضایت‌مندی در گردشگری بر پایه این باور استوار است که هر معیار موفقیت بی‌تردید مبنی بر رضایت گردشگر است (Solberg and Preuss, 2007).

بسیاری از مطالعات بازاریابی انجام شده، این رابطه را تصدیق می‌کنند که کیفیت بر رضایت‌مندی و رضایت‌مندی بر رفتار پس از خرید مصرف‌کننده تأثیر می‌گذارد (de Carmen et al, 2008). (Baker et al, 2000) مشتریان یک سازمان، به تبلیغات سازمان بهتر پاسخ می‌دهند، از فرایندهای خدمت‌رسانی سازمان آگاهی بیش‌تری دارند، حساسیت کم‌تری نسبت به قیمت‌های آن نشان می‌دهند و حاضرند پول بیش‌تری بپردازند (Hoffman et al, 2003). مروری بر مطالعات انجام شده نیز در تایید ارتباط کیفیت محیط با جذب گردشگر است.

مطالعات رضوانی و همکاران (۱۳۹۶) "نشان داد که؛ عوامل کیفیت محیطی به عنوان متغیر مستقل و برند مقصد گردشگری اورامانات به عنوان متغیر وابسته در نهایت عامل محیط اجتماعی-فرهنگی با ۰/۴۵ درصد بیش‌ترین تأثیر (عم از مستقیم و غیرمستقیم) را بر متغیر وابسته (برند مقصد گردشگری اورامانات) داشته و عامل محیط طبیعی با ۰/۱۲ درصد کم‌ترین تأثیر را بر متغیر وابسته داشته است.

عوامل حمدی و همکاران (۱۳۹۶) به این نتیجه رسیده‌اند که رضایت‌مندی گردشگران شامل کیفیت محیطی، کیفیت خدمات، کیفیت رفتار جامعه میزبان، کیفیت هزینه خدمات، کیفیت امنیت، کیفیت خدمات حمل و نقل است.

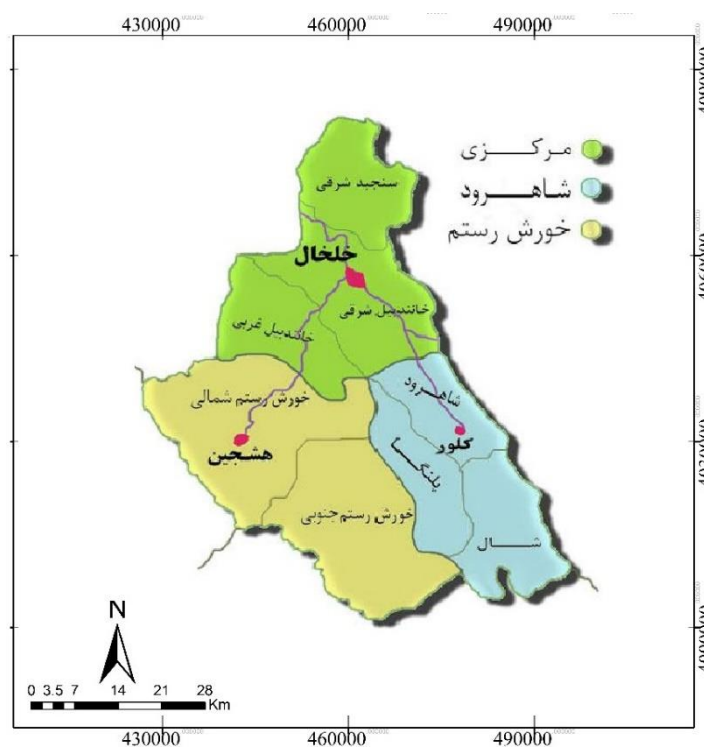
سجاسی قیداری و صاقلو (۱۳۹۵) در پژوهشی به عنوان "تحلیل و تبیین نقش کیفیت محیطی در جذب گردشگر به مقاصد گردشگری روستایی به (مطالعه موردی: روستاهای گردشگری دهستان لواسان کوچک)" این نتیجه رسیده‌اند که؛ بیش‌ترین اثر کلی مربوط به مولفه کیفیت معنایی و ادراکی با میزان (۰/۶۴۵) داشته و مولفه کیفیت زیست محیطی با میزان (۰/۲۴۱) دارای کم‌ترین اثر بر جذب گردشگر به مقاصد روستایی می‌باشد.

رحیمی و پازند (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان "اثرات ارتقا گردشگری بر توسعه شهر با رویکردی کیفیت زندگی (مطالعه موردی: شهر گچساران)" اظهار داشتند که بین رونق توسعه گردشگری و بهبود کیفیت زندگی، رابطه معناداری وجود دارد،

### محدوده مورد مطالعه

شهر کلور در ۳۰ کیلومتری جنوب شهر خلخال و در دامنه‌ی غربی رشته‌کوه البرز تالش و شرق کوه آق‌داغ قرار دارد. مختصات:  $37,3883^{\circ}$  شمالی  $48,7186^{\circ}$  شرقی و ارتفاع متوسط آن از سطح دریا ۱۵۵۰ متر است و آب و هوای آن در تابستان معتدل و در زمستان سرد است. ترکیبی از آب و هوای شمالی و کوهستانی باعث شده‌است تا این شهر از نظر آب و هوایی در حالت ایده‌آلی برای گردشگری قرار داشته باشد. اهالی کلور به زبان تاتی (از زبان‌های ایرانی) تکلم می‌کنند. تاتی یکی از کهن‌ترین زبان‌های ایرانی است که از دیدگاه زبان‌شناسی، ارزش ویژه‌ای دارد.

شده است. ابزار گردآوری داده‌های اصلی پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد. ابزار سنجش و تحلیل داده‌ها روش‌های آماری (پارامتری و ناپارامتری) و نرم افزار spss است. به منظور تعیین تعداد نمونه از فرمول کوکرن استفاده شده است و ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری مورد پرسشگری قرار گرفتند. متغیرهای مورد استفاده در این پژوهش عبارت است از: مولفه‌های کیفیت محیطی (متغیر مستقل) که شامل مولفه‌های کالبدی-زیست محیطی، اجتماعی-فرهنگی، ساختاری-کارکردی، مولفه مدیریتی است و متغیر وابسته این پژوهش جذب گردشگر می‌باشد.



نقشه ۱- موقعیت جغرافیایی شهرستان خلخال

### بحث و ارائه یافته‌ها

در این قسمت از پژوهش به منظور بررسی توزیع نرمال بودن داده‌ها، از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شده است.

جدول ۱- نتایج بررسی آزمون کولموگروف اسمیرنوف

| متغیر کیفیت محیطی | آماره Z | سطح معناداری | نتیجه | ضریب آلفای کروناخ |
|-------------------|---------|--------------|-------|-------------------|
| کالبدی-زیست محیطی | ۱/۵۷۴   | ۰/۰۰۰        | نرمال | ۰/۸۸۷             |
| عملکردی-ساختاری   | ۱/۴۳۲   | ۰/۰۰۰        | نرمال | ۰/۸۶۵             |
| اجتماعی-فرهنگی    | ۱/۳۲۳   | ۰/۰۰۰        | نرمال | ۰/۸۵۴             |
| مدیریتی           | ۱/۵۵۴   | ۰/۰۰۰        | نرمال | ۰/۸۲۳             |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)



تمام شاخص‌ها دارای تاثیرات مستقیم بر جذب گردشگران دارد و این نکته در رضایت‌مندی گردشگران نیز تاثیر دارد. تحلیل داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد که مولفه کالبدی-زیست‌محیطی (با میانگین ۴/۱۴) بالاترین درصد میانگین را در بین مولفه‌های چهارگانه به خود اختصاص داده است و مولفه‌های اجتماعی، فرهنگی و مدیریتی، عملکردی-ساختاری در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

داده‌های مربوط به جدول ۱ حاکی از آن است که تمام متغیرها نرمال هستند. از آنجایی که جذب و وفاداری گردشگران به مقاصد گردشگری وابستگی زیادی به رضایت‌مندی آنان از شرایط و کیفیت محیطی دارد از راه آزمون T میزان و شدت تاثیرگذاری مولفه‌های چهارگانه کیفیت محیطی را بر جذب گردشگر مورد بررسی قرار می‌دهیم. با توجه به میانگین مطلوبیت عددی در مولفه‌های مورد بررسی (عدد ۳)، اکثریت گویه‌های مورد بررسی دارای میانگین بالاتر از حد مطلوبیت است. با توجه به سطح معناداری در سطح آلفا ۰/۰۵

جدول ۲- نتایج آزمون T تاثیر نقش مولفه‌های کیفیت محیطی در جذب گردشگر در محدوده مورد مطالعه

| مولفه             | گویه   | میانگین آزمون T | درجه آزادی | سطح معناداری |
|-------------------|--|-----------------|------------|--------------|
| کالبدی-زیست محیطی | رضایت‌مندی از کیفیت فضای اماکن گردشگری                     | ۴/۱۷            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از شرایط آب و هوایی مقصد گردشگری                | ۴/۱۵            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از کیفیت فضای سبز                               | ۴/۱۴            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از زیبایی بصری و کالبدی                         | ۴/۱۰            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
| عملکردی-ساختاری   | رضایت‌مندی از کیفیت خدمات رفاهی و تفریحی                   | ۳/۱۰            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از حمل و نقل                                    | ۳/۶             | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از زیرساخت‌های شهری                             | ۳/۵             | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از مراکز خرید                                   | ۳/۳             | ۱۴         | ۰/۰۰         |
| اجتماعی-فرهنگی    | رضایت‌مندی از کیفیت روابط اجتماعی جامعه میزبان             | ۳/۹۸            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از فرهنگ مهمان‌نوازی و خونگرم بودن جامعه میزبان | ۳/۸۳            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از آداب و رسوم مقصد گردشگران                    | ۳/۴۳            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از اعتماد جامعه میزبان                          | ۳/۳۴            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
| مدیریتی           | رضایت‌مندی از خدمات شهرداری در پاکیزگی محیط                | ۳/۳۰            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از خدمات ایمنی و نیروی انتظامی                  | ۳/۱۸            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از خدمات اطلاع‌رسانی به گردشگران                | ۳/۲۳            | ۱۴         | ۰/۰۰         |
|                   | رضایت‌مندی از مدیریت مشارکتی                               | ۳/۱۰            | ۱۴         | ۰/۰۰         |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

جدول ۳- سطح معناداری میزان رضایت‌مندی گردشگران از تاثیر مولفه‌های کیفیت محیطی بر جذب گردشگران

| مولفه‌های کیفیت محیطی | میانگین | آزمون T | درجه آزادی | سطح معناداری |
|-----------------------|---------|---------|------------|--------------|
| کالبدی-زیست محیطی     | ۴/۱۴    | ۱۴/۲۳   | ۱۵         | ۰/۰۰۰        |
| عملکردی-ساختاری       | ۳/۳۷    | ۱۳/۸    | ۱۵         | ۰/۰۰۰        |
| اجتماعی-فرهنگی        | ۳/۶۴    | ۱۱/۸    | ۱۵         | ۰/۰۰۰        |
| مدیریتی               | ۳/۲     | ۱۲/۲    | ۱۵         | ۰/۰۰۰        |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

اثرگذاری بر جذب گردشگران متعلق به مولفه‌های مدیریت شهری است.

نتایج آزمون ۳ نشان می‌دهد که همه شاخص‌ها دارای تغییرات مثبت هستند. بیش‌ترین تاثیرگذاری بر میزان جذب گردشگران در محدوده مورد مطالعه در بعد کالبدی-زیست‌محیطی است و رتبه دوم نیز متعلق به مولفه اجتماعی-فرهنگی است و کم‌ترین میزان

### تحلیل رگرسیون

کلور) مشخص شد. در جدول ۴ خلاصه نتایج رگرسیون به منظور تحلیل مسیر ارتباط متغیرهای مستقل مولفه‌های کیفیت محیطی با متغیر وابسته پژوهش (جذب گردشگر) آورده شده است.

رابطه معناداری بین مولفه‌های کیفیت محیطی به عنوان متغیر مستقل با شاخص‌های جذب گردشگر در مقاصد گردشگری (شهر

جدول ۴- خلاصه رگرسیون مولفه‌های کیفیت محیطی بر جذب گردشگران

| model | ضریب همبستگی چند گانه | ضریب تعیین | ضریب تعیین تعدیل شده |
|-------|-----------------------|------------|----------------------|
| ۱     | ۰/۷۳۲                 | ۰/۷۱۲      | ۰/۷۰۵                |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

متغیر جذب گردشگر در محدوده مورد مطالعه با مولفه‌های کیفیت محیطی (کالبدی-زیست محیطی، عملکردی-ساختاری، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی) دارای ۰/۷۳۲ همبستگی مستقیم است رقم ضریب تعیین تعدیل شده نیز بیانگر آن است که ۰/۷۰۵ درصد تغییرات مربوط به جذب گردشگران در محدوده مورد مطالعه در متغیرهای مستقل چهارگانه پژوهش قابل تبیین است. به بیانی دیگر متغیرهای مستقل در این پژوهش ۰/۷۰۵ درصد از تغییرات

متغیر جذب گردشگر در محدوده مورد مطالعه با مولفه‌های کیفیت محیطی (کالبدی-زیست محیطی، عملکردی-ساختاری، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی) دارای ۰/۷۳۲ همبستگی مستقیم است رقم ضریب تعیین تعدیل شده نیز بیانگر آن است که ۰/۷۰۵ درصد تغییرات مربوط به جذب گردشگران در محدوده مورد مطالعه در متغیرهای مستقل چهارگانه پژوهش قابل تبیین است. به بیانی دیگر متغیرهای مستقل در این پژوهش ۰/۷۰۵ درصد از تغییرات

جدول ۵- معناداری رگرسیون مولفه‌های کیفیت محیطی بر جذب گردشگر

| model       | مجموع مربعات | درجه آزادی | میانگین مربعات | F      | سطح معناداری |
|-------------|--------------|------------|----------------|--------|--------------|
| اثر رگرسیون | ۳۳/۱۷        | ۶          | ۳/۹۲۳          | ۶۰/۲۱۸ | ۰/۰۰۰        |
| باقی مانده  | ۱۲/۳۸۱       | ۲۵۱        | ۰/۰۴۲۸         |        |              |
| کل          | ۴۵/۵۵۱       | ۲۵۷        |                |        |              |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

سایر عوامل موثر مثل مولفه‌های اجتماعی و فرهنگی با ۰/۱۳۹ و نیز مولفه مدیریتی با ۰/۱۲۶ در رتبه‌های جذب گردشگر قرار دارند.

نتایج داده‌های جدول ۶ نیز بیانگر آن است که مولفه کالبدی-زیست محیطی تاثیر معناداری بر جذب گردشگر دارد. این تاثیر در مقدار ضریب استاندارد شده بتا نیز مشهود است. گفتنی است که

جدول ۶- ضرایب شدت تاثیر گذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته در مقصد گردشگری

| سطح معناداری | T    | ضریب استاندارد شده | ضریب متغیر غیر استاندارد | model             |
|--------------|------|--------------------|--------------------------|-------------------|
|              |      | Bete               | B Std.erorr              |                   |
| ۰/۰۰۰        | ۴/۸۷ | ۰/۱۴۳              | ۰/۴۲۱                    | عرض از مبدا       |
| ۰/۰۰۰        | ۳/۸  | ۰/۱۸۳              | ۰/۳۲۱                    | کالبدی-زیست محیطی |
| ۰/۰۰۰        | ۱/۹  | ۰/۱۱۸              | ۰/۲۰۸                    | عملکردی-ساختاری   |
| ۰/۰۰۰        | ۲/۵  | ۰/۱۳۹              | ۰/۲۴۳                    | اجتماعی-فرهنگی    |
| ۰/۰۰۰        | ۲/۲  | ۰/۱۲۶              | ۰/۲۲۱                    | مدیریت            |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

گام به گام نشان می‌دهد که مولفه کالبدی-زیست محیطی با ضریب تعیین (R<sup>2</sup>) ۰/۸۴۸ بیشترین تاثیر را بر جذب گردشگر در محدوده مورد مطالعه دارد.

### مقایسه میزان اهمیت ابعاد مولفه‌های کیفیت محیطی در جذب گردشگری

به منظور سنجش میزان اهمیت ابعاد و مولفه‌های کیفیت محیطی از رگرسیون گام به گام استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیون

جدول ۷- معیارهای وارد شده و سهم هر مولفه در مدل رگرسیون گام به گام

| مراحل     | ابعاد وارد شده به مدل | ضرایب تعین (R2) | سهم هر مولفه |
|-----------|-----------------------|-----------------|--------------|
| گام اول   | کالبدی-زیست محیطی     | ۰/۸۴۸           | ۵۳           |
| گام دوم   | عملکردی-ساختاری       | ۰/۱۸۳           | ۷            |
| گام سوم   | اجتماعی-فرهنگی        | ۰/۳۲۱           | ۳۰           |
| گام چهارم | مدیریت                | ۰/۲۰۲           | ۱۰           |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

## تحلیل مسیر

در این قسمت از پژوهش به منظور تعیین تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته و نیز میزان تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم آن‌ها از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. همان گونه که در جدول ۷ آورده شده است متغیرهای مستقل با ابعاد و ضرایب استاندارد شده Beta، مولفه کالبدی ۰/۱۸۳، مولفه اجتماعی و فرهنگی ۰/۱۳۹، مولفه مدیریت ۰/۱۲۶، مولفه عملکردی-ساختاری ۰/۱۱۸ رابطه معنی‌داری با جذب گردشگر را دارند و با توجه به اینکه بعد کالبدی-زیست محیطی بیشترین میزان بتا را دارا می‌باشد. لذا، از قدرت تبیین‌کنندگی لازم برخوردار است و نسبت به سایر متغیرها تاثیر بیش‌تری بر روند جذب گردشگر دارد.

داده‌های جدول ۷ نشان می‌دهد ۵۳ درصد از تغییرات را در مدل تبیین می‌کند. مولفه‌های اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی و عملکردی-ساختاری به ترتیب با ۰/۳۲۱، ۰/۲۰۲، ۰/۱۸۳ درصد واریانس میزان جذب گردشگر را در محدوده مورد مطالعه تبیین می‌کنند. با توجه به اینکه در این پژوهش عامل کالبدی-زیست محیطی با ضریب بتا ۰/۸۳ بیش‌ترین ضریب را در مدل خروجی تحلیل رگرسیون دارد. لذا، جدول شماره ۸ تدوین شده است که در آن شدت تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر کالبدی و زیست محیطی مورد ارزیابی قرار گرفته است. داده‌های این جدول نشان می‌دهد که متغیر مولفه اجتماعی و فرهنگی با ضریب تاثیر ۰/۴۵۹ بیش‌ترین تاثیر را بر مولفه کالبدی زیست محیطی در این پژوهش دارد.

جدول ۸- تاثیر مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر جذب گردشگری

| متغیرهای مستقل    | تاثیر مستقیم | تاثیر غیر مستقیم | تاثیر کل |
|-------------------|--------------|------------------|----------|
| کالبدی-زیست محیطی | ۰/۴۸         | ۰/۰۰۰            | ۰/۴۸     |
| عملکردی-ساختاری   | ۰/۴          | ۰/۰۰۰            | ۰/۲      |
| اجتماعی-فرهنگی    | ۰/۳۰         | ۰/۱۴۸۲           | ۰/۳۹۱    |
| مدیریت            | ۰/۸          | ۰/۱۲۱۲           | ۰/۸      |

(منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸)

در این پژوهش تلاش بر آن بود تا به تبیین نقش کیفیت محیطی در جذب گردشگری به مقاصد گردشگری در شهر کوچک کلور در استان اردبیل پرداخته شود. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت که مولفه‌های کیفیت محیطی در معرفی و جذب گردشگران تاثیرگذار است و مجموعه مولفه‌های کیفیت محیطی زمینه رضایت‌مندی گردشگران را فراهم می‌آورد. نتایج به دست آمده نشان داد که گردشگران در سطح معناداری آلفا ۰/۰۵ از کیفیت محیطی گردشگری شهر کلور در تمام زمینه‌ها رضایت داشته‌اند و بیش‌ترین آن مربوط به مولفه کالبدی-زیست محیطی با میانگین ۴/۱۴ و مولفه‌های اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی و عملکردی-ساختاری در رتبه‌های بعدی قرار دارند. بنابراین، می‌توان گفت که عوامل کالبدی و زیست محیطی مقصد گردشگری که دارای مولفه‌های کیفیت فضا و

با توجه به نتایج جدول عامل کالبدی-زیست محیطی با ۰/۴۸ بیش‌ترین تاثیر را بر متغیر وابسته (جذب گردشگر) دارد و عامل عملکردی-ساختاری با ۰/۴ درصد کم‌ترین تاثیر مستقیم را بر متغیر وابسته دارد مولفه اجتماعی و فرهنگی با ۰/۱۴۸۲ و مولفه مدیریت با ۰/۱۲۱۲ درصد بیش‌ترین تاثیر غیر مستقیم را بر متغیر وابسته دارد و بقیه مولفه‌های کم‌ترین میزان تاثیر را بر متغیر وابسته (جذب گردشگر) در این پژوهش دارند.

## نتیجه‌گیری

انتخاب مقاصد گردشگری شهری توسط گردشگران تحت تاثیر عوامل گوناگونی قرار دارد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها نقش عوامل کیفیت محیطی است که گردشگران را در انتخاب مقصد گردشگری به سوی شهرهای کوچک هدایت می‌کند.

و مولفه مدیریت با ۰/۱۲۱۲ درصد بیشترین تأثیر غیر مستقیم را بر متغیر وابسته دارد. این قسمت از یافته‌ها با نتایج احمدی و همکاران (۱۳۹۶) هم‌خوانی دارد آنان نیز دریافته‌های خود اظهار داشته‌اند که کیفیت رفتار جامعه میزبان و کیفیت محیطی از عوامل مؤثر در رضایت‌مندی گردشگران است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش رضوانی و همکاران نیز (۱۳۹۶) هم‌خوانی دارد پژوهش آنان نیز نشان داد که عامل محیط اجتماعی و فرهنگی با ۰/۴۵ بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته دارد. این قسمت از یافته‌ها با نتایج پژوهش برزگر (۱۳۹۴) هم‌خوانی دارد زیرا مسئولیت‌پذیری مدیران و ایجاد همدلی و اطمینان با میزان رضایت گردشگر ارتباط معناداری دارد.

تفاوت این پژوهش با پژوهش‌های قبلی در آن است که پژوهش‌های قبلی هرکدام یک شاخص از کیفیت محیط را در جذب گردشگر مورد توجه قرار داده‌اند، اما در پژوهش حاضر چهار مؤلفه کالبدی-زیست محیطی، عملکرد ساختاری، اجتماعی-فرهنگی و مدیریتی در قالب ۱۶ گویه مورد بررسی قرار گرفته است و افزون بر آن تأثیرگذاری متفاوت هرکدام از مؤلفه‌ها نیز مورد تدقیق نظر قرار گرفته است.

اماکن گردشگری، شرایط آب و هوایی، فضای سبز، زیبایی بصری است، تأثیر به‌سزایی در جذب گردشگر در شهر کوچک کلور را داشته است به‌گونه‌ای که تقویت زیرساخت‌های مرتبط با مولفه‌های کالبدی و زیست محیطی می‌تواند، زمینه‌های رقابت را برای انتخاب مقصد گردشگر در این شهر فراهم کند. نتایج معناداری رگرسیون نیز نشان داد که مولفه کالبدی - زیست محیطی با ضریب بتا ۰/۱۸۳ نسبت به سایر مولفه‌ها در جذب گردشگر تأثیر گذارتر است. و در نتیجه از قدرت تبیین‌کنندگی لازم نسبت به سایر متغیرها برخوردار است.

این قسمت از یافته‌ها با پژوهش‌های رضوانی و همکاران (۱۳۹۶) و نتایج پژوهش‌های وتینو و همکاران (۲۰۱۳) هم‌خوانی دارد. با وجود این، نویسندگان بین جذب گردشگران و شاخص‌های طبیعی محیط ارتباط معناداری وجود دارد همسویی دارد. ولی با نتایج مطالعات سجاسی قیداری و صادقلو (۱۳۹۰) همسویی ندارد زیرا این پژوهشگران به این نتیجه رسیده‌اند که کیفیت زیست محیطی دارای کم‌ترین اثر بر جذب گردشگر است. عامل عملکردی-ساختاری با ۰/۴ درصد کم‌ترین تأثیر مستقیم را بر متغیر وابسته دارد و نیز عوامل اجتماعی و فرهنگی با ۰/۱۴۸۲

## References

- 1- Ahmadi, M., Khairollahi, A. & Cheraghi, M. (2017). Evaluation of Factors Affecting the Satisfaction of Domestic and Foreign Tourists in Biston Tourism Complex, *Bi-Quarterly Journal of Social Tourism Studies*, Volume 5
- 2- Baker, D.A. & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions, *Annals of Tourism Research*, Vol.27, No.3, pp.785-804
- 3- Barzegar, S. (2019). "Measuring the level of satisfaction with the quality of the environment of tourist places Case study: Gorgan city - *Journal of Urban Tourism* - No. 4 - pp. 1-18
- 4- Bluwstein, j. (2017). "creatingecotourism, *geoforum*83, pp. 101-113
- Butnaru, G.I., Stefanica, M. & Maxim, G.M., (2014), Alternative method of quality evaluation in tourism: Case study applied in tourist accommodation units, *Procedia Economics and Finance*, No. 15: 671 – 678
- 5- Carlson J. 2009. Adaptation and validation of the quality-of-life scale: Satisfaction with Life Domains Scale by Baker and Intagliata, *Comprehensive Psychiatry*, Vol. 50, pp: 76–80.
- 6- Caruntu, A.L. and Ditoiu, M.C. (2014). The perceptions of hospitality services of a tourism destination, *Procedia Social and Behavioral*

- Sciences, 109, 231-235, DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.12.450
- 7- De Carmen, R. & Camarero, C. (2008) Visitor's experience, mood and satisfaction in a heritage context: evidence from an interpretation center, *Tourism Management*, Vol.29, pp.525-537.
- European Commission. (2000) "Towards Quality Coastal Tourism", Italy, Official Publications of the European Communities.
- 8- Fainstein, S.S., & Gladstone, D. (1997). *Tourism and Urban Transformation: Interpretations of Urban Tourism, Cities in Transformation - Transformation in Cities: Social and Symbolic Change of Urban Space*, edited by O.
- 9- Kalltorp, I. Elander, O. Ericsson, M. Franzen, Ashgate, Aldershot, England Brookfield, 119-136
- 10- Farjam, Rasoul (2017), Analysis of Factors Affecting the Reduction of Environmental Quality in the Central Part of the Cities Case Study: The Central Part of the Complex of Shiraz, *Regional Planning Quarterly*, Volume 7, Number 2, pp: 161-176.
- 11- Golkar, Kourosh, (2001), Components of Quality in Urban Design, *Sefeh Magazine*, No. 32, pp. 38-65

- 12- Haghkhal, A., and et al. 2011. The impact of service quality on tourism industry, 2nd international conference on business and economic research proceeding, Langkawi Kedah, Malaysia
- 13- Hoffman, K.D. & Kelley, S.W. & Chung, B.C. (2003) A CIT investigation of servicescape failures and associated recovery strategies, Journal of Services Marketing, Vol.17, No.4, pp.322-340
- 14- Hong, T (2014) Network Behavior as Driving Forces Tourism Flow, Journal of Business, NO 46, PP 101- 1016.
- 15- Hosseinieh Hashemzadeh, Davood (2009), A Study of Factors Affecting Customer Satisfaction of Bank Sanat va Ma'dan, Journal of Business Management, No. 2, pp. 63-82
- 16- Kakavand Elham, Naseri Barati and Aminzadeh Bahram (2013), A Comparative Assessment of the Mental Image of Citizens and Urban Planners in the Concept of Urban Environment Quality (Case Study: The Texture of Qazvin), Bagh-e Nazar Quarterly, No. 25
- 17- Kaze, G. (2002). Tourism Planning, translated by Salahuddin Mahallati, Shahid Beheshti University Press
- 18- Kazemi, Mostafa Pour, S., SaadatYar, F. S., Neutral, F. (2011). The effect of tourists' mental image on the perceived value of Caspian coastal cities with emphasis on the mediating role of perceived factors, Quarterly Journal of Research Urban Planning, No.34, pp:6-9
- 19- Lawley, M.A., & Spinks, W. (2003). Conceptualizing Service Performance of Tourist Attractions, A Celebration of Ehrenberg and Bass: Marketing Discoveries, Knowledge and Contribution, Conference Proceedings: pp. 2321-2327.
- 20- Mahallati, S. (2001). Introduction to Tourism; Published by Shahid Beheshti University
- 21- Mirabzadeh, P. (1375). Environmental Impact Assessment of Tourism Development, Environment Quarterly, No. 2, pp: 62-54.
- 22- Moon, K. (2011). The influence of consumer event equality on destination image. Managing servi Quality Journal, No 1, Vo 12, PP 211, 223.
- 23- 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
- 24- Nikpour, A., Ramezanzadeh Lesboui, M., & Vahedi, H. (2015). Evaluation of social capital and its impact on improving the quality of urban environments, Quarterly Journal of Regional Planning, Fifth Year, No. 19, pp. 115-126
- 25- Nowaki, M. (2005). "evaluating amusem as atourist product; musem management, vol20, pp. 235-250.
- Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2008) "Small Island Urban Tourism: a Residents Perspective", Current Issues on Tourism, pp. 37-60
- 26- Osman, A. (2008). Awareness and implementation of marketing mix, journal of economics and finance, No3, pp. 428-433
- 27- Pourjafari, M. R., Taghvaei, A. A., Sadeghi, A.R. (2009). Reading the effect of organizing visual axes on improving the quality of urban public spaces, Azadi St., Tehran, Urban Management Quarterly, No. 44, pp. 80-65.
- 28- Rahimi & Pazand. (2016). impacts of tourism promotion on city development with an approach to life quality (case study: Gachsaran city)- Journal of urban Studies, No. 2.pp,88
- 29- Rezvani, M. R. Faraji Sabakbar, H. Darbanastaneh, A., Alireza-Karim, S. H. (2017). "Analysis of the role of environmental quality factors and indicators affecting the branding of rural tourism destinations of Tourism Planning and Development, Sixth Year, No. 22, pp. 136-105
- 30- Sajasi Gheidari, H.A. & Vesaghloo, T. (2016). Analysis and explanation of the role of environmental quality in attracting tourists to rural tourism destinations (Case study: Tourism villages of Lavasan Kouchak district) Geographical Research Quarterly No. 2, pp. 33-49.
- 31- Seif O et al. (2010). quality measurement and urban tourism capacity of tourists based on the behavioral pattern of host host, and sample society: isfahan, city, number 71.
- 32- Seif ol Dini et al. (2002). measuring the quality and capacity of tourist urban tourism based on the behavioral pattern of the case host and sample society : isfahan , the journal of human resource research , No. 71 pp. 67-87
- 33- Shia, I. & Alipour, S. (2010). Analysis of quality factors in the coastal tourism environment according to the criteria of sustainable tourism, a case study of Ramsar beaches; Armanshahr, No. 5, Fall and Winter, pp. 155-167

- 34- Soltani & Sharif (2015). satisfaction of religious tourism services on the role of environmental factors, case study of the city of shiraz Journal of Urban Research and Planning No.23, pp. 35-54
- 35- Statistics Center of Iran (2016). Yearbook of Ardabil Province, Khalkhal County
- TabatabaeeHenzaee and ikhwan, (2010). examining the relevance of internal marketing and service quality: Case study of the Agricultural Bank , National Conference of Management and Leadership Challenges in Iranian Organizations, Islamic Azad University of Isfahan.
- 36- Tabatabaee Henzaee, S.V. & Ikhwan, N. (2017). the purpose of this study was to investigate the relationship between internal marketing and service quality: case study of agricultural bank , national conference on management and leadership challenges in islamic azad university , isfahan islamic azad university .
- 37- Taleghani, M. & Fatahi, S. (2005). quality of tourism service and its importance in attracting tourist satisfaction, Management Journal, No. 99 - 100, pp: 56 – 63
- 38- Teymouri, A., & Asghari Zamani, A. (2017). Evaluation of physical-spatial dimensions of the quality of urban environment in the middle context; Regional Planning Quarterly, Fifth Year, No. 20, pp. 163-176
- 39- William, p. & Soutar, G. (2005). "close to the edge, journal of tourism research, No3, pp. 247-261