

## Identification and Analysis of the Effective Drivers on the Attraction of Tourists to Iran's Natural Historical Gardens Case Study: Cheshmeh Belqis Historical Garden of Choram City

Sedighe Kiani Salmi<sup>1\*</sup>, Farshad Falahati<sup>2</sup>.

1- Assistant Professor of Geography and Urban Planning, Kashan University, Kashan, Iran

2- M.A student of Geography and Urban planning, Kashan University, Kashan, Iran

Received: 7 July 2020

Accepted: 10 November 2020

### Extended Abstract

#### Introduction

The development of economic activities, population growth, increasing livelihoods, environmental pollution, etc. have significantly increased the demand for the use of natural environments and the need for tourism, and this has led to the increased demand of urban residents for nature. In this regard, one of the types of man-made natural attractions that can be used in tourism and leisure is natural man-made gardens that provide the human need for contact with nature in urban environments. One of the most important effective factors on tourism development is the accurate identification of effective components on tourism development. Cheshmeh Belqis historical and recreational garden in Choram city, Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad province, with its suitable climate and variety of trees, is one of the major promenades in the south of the country. By examining the dimensions of the factors affecting the attraction of tourists to the historical and recreational garden of Cheshmeh Belqis, it is possible for managers to improve the quality of the environment, enhance the quality of leisure time and increase the positive environmental effects of tourism in the city of Choram by strengthening the effective indicators on the development of tourism. Therefore, in this study, the main factors and indicators of improving the attraction of tourists to the historical recreational garden of Cheshmeh Belqis as a sample of historical recreational gardens in Iran have been measured.

#### Methodology

The present research is analytical, descriptive and survey one. The collection of research data is based on library, field and utilization of scientific resources of relevant organizations. The statistical population is tourists who have traveled to this region and visited the historical and recreational garden of Cheshmeh Belqis. Due to the uncertainty of the number of tourists (statistical population), Cochran's formula has been used in an unknown community. By calculating the variance of the primary sample; sample size was calculated to be 301 people. The sampling method is random. The main data collection tool is a researcher-made questionnaire with 9 general questions and 56 specialized questions. Data were analyzed by using of t-test, Spearman correlation coefficient, factor analysis and structural equation modeling in SPSS and AMOS software programs.

#### Results and Discussion

Examining the behavioral criteria of the local community in relation to tourists in the historical recreational garden of Cheshmeh Belqis by using of t-test, shows that from the tourists' point of

---

\* Corresponding Author (Email: [s.kiani@kashanu.ac.ir](mailto:s.kiani@kashanu.ac.ir))

Copyright © 2020 Journal of Urban Tourism. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages provided the original work is properly cited.

view, the behavior of the local community with tourists in this historical and recreational garden is in a desirable situation, which can be considered as an effective factor on the continuation of the tourism development process. Results of the environmental quality index of Cheshmeh Belqis natural historical garden with a significance level of less than 0.05 along with the negation of the upper and lower bounds of confidence levels for the variables of access to suitable space for washing dishes, sports facilities, proper access to health services and the children's playground shows that the mentioned indicators are in an undesirable condition and need an accurate planning for optimal development. In terms of access road indicators, tourist guide signs and transportation facilities, the situation is also assessed as unsuitable. Tourists believe that in this tourism destination, the situation of specialized and trained employees to introduce the area and the historical and recreational garden of Cheshmeh Belqis, the situation of exhibitions to introduce other attractions of Choram city, evaluation of local and indigenous festivals of handicraft, local food, Local songs and instruments and introducing local traditions to tourists, the situation of information units in the tourist spots of Choram city and signposts to guide tourists to the desired location also need to be planned for improvement.

### **Conclusion**

The results of the research show that in the opinion of tourists, the historical recreational garden of Cheshmeh Belqis is considered as a desirable attraction and among other tourist attractions, it has a suitable condition. Its beautiful nature and historical background have made it popular among tourists and it is considered as a popular attraction. Such that tourists' assessment of the peaceful of the environment, the desirable green space, the platform and sitting areas, the beautiful landscape and the climate of Belqis spring have been appropriate. This set of conditions has also led to the loyalty of tourists. In the inferential results, tourists tend to re-visit the garden and as a priority to choose from other attractions of the city, the historical recreational garden of Belqis spring has been considered. The desire to recommend the Belqis Spring Garden to friends and family has been another sign of tourists' loyalty. This issue has been reflected in the importance of preserving this garden and maintaining it for future generations.

**Keywords:** Developmental Drivers, Man-made Tourism Attractions, Structural Equation Modeling, Systemic Attitude.

## شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر جذب گردشگران به باغ‌های تاریخی طبیعی ایران مطالعه موردی: باغ تاریخی چشمه بلقیس شهر چرام

صدیقه کیانی سلمی<sup>۱</sup> - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران  
فرشاد فلاحتی - دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۱۷

### چکیده

در سال‌های اخیر گردشگری و عوامل مؤثر بر جذب گردشگران در حوزه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. رویکرد جغرافیایی به این مقوله با در نظر گرفتن همه ابعاد به نتایج تحقیق جامعیت می‌بخشد. در این مقاله مؤلفه‌های مؤثر بر جذب گردشگران به باغ‌های تاریخی طبیعی ایران در نمونه موردی باغ تاریخی چشمه بلقیس شهر چرام مورد شناسایی و تحلیل قرار گرفته است. گردآوری داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه محقق ساخته با ۶۵ گویه صورت گرفته است. جامعه نمونه تحقیق گردشگران ورودی به باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس در شهر چرام به تعداد ۳۰۱ نفر بوده است. برای انجام تحلیل‌های آماری نظیر آزمون تی، تحلیل عاملی و مدل‌سازی معادلات ساختاری و پاسخ به سؤالات پژوهش از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد از بین شش عامل شناسایی شده عامل اقتصادی با بالاترین اثر، ۱۳/۹۳ درصد واریانس بهبود وضعیت گردشگری در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس را تبیین می‌نماید که این امر نشانگر اهمیت و ارزش عامل اول نسبت به عامل‌های بعدی است. عامل‌های مبلمان فضای باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس، اطلاع‌رسانی و تبلیغات، دسترسی و حمل‌ونقل، امکانات و خدمات، کیفیت محیطی و موقعیت با درصدهای تبیین تفریحی چشمه بلقیس اثر داشته‌اند. همچنین نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری با بار عاملی ۰/۷۱ اثر مطلوبیت جاذبه گردشگری باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس بر وفاداری گردشگران را مورد تأیید قرار می‌دهد.

**واژگان کلیدی:** پیشران‌های توسعه، جاذبه‌های گردشگری طبیعی انسان‌ساخت، مدل‌سازی معادلات ساختاری، نگرش سیستمی، چرام.

## مقدمه

صنعت گردشگری مسالمت‌آمیزترین جنبش بشری (عبسی لو و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۵۴) و یکی از رویکردهای مهم و مؤثر در حوزه اقتصاد و از عوامل برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در جهان محسوب می‌شود (زال و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۸) که بر پیشرفت دانش، فرهنگ و اقتصاد تأثیر مستقیم دارد و بزرگ‌ترین صنعت جهان از لحاظ اقتصادی محسوب می‌گردد. گردشگری عاملی نوظهور و قدرتمند در دنیای امروز است و به‌عنوان یکی از سه صنعت سودآور درجه یک جهان (حکمت‌نیا، ۱۳۹۹: ۷۲) و از جمله عوامل مؤثر در ایجاد ارتباطات فرهنگی بین کشورهاست (فروتنی و صالحی، ۱۳۹۷: ۳۲). همچنین گردشگری به‌عنوان راه حل کاهش فقر و توسعه زیرساخت‌ها شناخته شده است (Evelyn et al, 2020: 1). به‌گونه‌ای که بر اساس آمار ارائه شده از سوی سازمان جهانی گردشگری بزرگ‌ترین منبع درآمد جهان در هزاره جدید را شکل داده (Tohidi, 2011: 13) و از مهم‌ترین صنایع در حال رشد و یکی از جریان‌های جهانی است که امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را با هم ترکیب نموده است (Holjeva, 2003: 131). بر اساس گزارش ۲۰۱۸ شورای جهانی سفر و گردشگری ۳۲۳ میلیون در سطح جهان به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در بخش گردشگری شاغل هستند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۸) و پیش‌بینی می‌گردد تا سال ۲۰۲۰ میزان درآمد حاصل از آن به ۲۰۰۰ میلیارد دلار در سال برسد (WTO, 2011: 24). بدین لحاظ به‌منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی، درآمدهای ارزی و نیز ایجاد فرصت‌های شغلی در کشورهای کمتر توسعه یافته، گسترش صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (علی اکبری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۷) و بسیاری از کشورهای جهان برای کسب منافع و مزایای افزون‌تر اجتماعی، سیاسی و اقتصادی (Vanhove, 2016: 111) در سیاست‌ها و برنامه‌های کشوری به گردشگری، در حکم ابزاری مؤثر در ادامه روند توسعه سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی توجهی ویژه مصروف می‌دارند (ختایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹). گردشگری را می‌توان «صنعت سفید» نام نهاد (صفوی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۲)، زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی بدون آلوده سازی محیط زیست انسانی است و در دنیای امروز به یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های اجتماعی - اقتصادی تبدیل شده است (رهنا و رفیعی، ۱۳۹۷: ۱۲۶). گردشگری میل به استفاده از فضا در اوقات فراغت بانگیزه‌ها و اهداف متنوع را پدید می‌آورد که در یک کلیت دربرگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و کنش متقابل بین آن‌هاست و ایجاد درآمد و اشتغال برای ساکنان محلی در عرصه فضای جغرافیایی از آثار آن می‌باشد (Briedenhann & Eugenia, 2004: 75). تأکید بر مقوله اقتصادی در فضاهای جغرافیایی جهت توسعه و رفاه ساکنان محلی اهمیت گردشگری را دوچندان می‌کند و این خود مستلزم سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و محیطی در سطح جهانی می‌باشد که بتوان با تأمین زیرساخت‌های مورد نیاز، گردشگری در سطح جغرافیایی محدود را به امری جهانی بدل کرد (Sugiyarto & Adam, 2003: 699). بدین روی امروزه در بین کشورها نیاز به تحلیل مسائل مربوط به فعالیت گردشگری از طریق به‌کارگیری روش‌های دقیق کمی - کاربردی و منطقی جهت مدیریت بهینه نواحی و مکان‌های گردشگری بیش از پیش احساس شده است (Prato, 2001: 328). می‌توان چنین گفت طی چهار دهه گذشته، گردشگری از عمده‌ترین نیروهای سازنده جهان بوده است که مزایای اقتصادی حیرت‌آوری برای جوامع به همراه داشته و در معاملات محلی حائز اهمیت بوده است (Tucker, 2003: 82). به‌نحوی که تقاضای روزافزون گردشگران برای استفاده از جاذبه‌های طبیعی و بازدید از اماکن تاریخی - باستانی، فرهنگی و مذهبی بستر مناسبی را برای فراهم‌سازی امکانات رفاهی و توسعه گردشگری فراهم آورده است (سیدعلی پور و اقبالی، ۱۳۹۰: ۱۴۹) که به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه در هر ناحیه، می‌تواند ثروت و جمعیت را از مراکز تمرکز و ثقل صنعتی به سوی روستاها و نقاط طبیعی جذب کند (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶). گردشگری در بستر محیطی صورت می‌گیرد که در دو حوزه طبیعی و فرهنگی - اجتماعی (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۶۵-۶۴۷؛ Hakim & Nakagoshi, 2008: 158). جاذبه‌های گردشگری آن را شکل می‌دهد و آن دسته از کشورهایی که جاذبه‌های گردشگری مرتبط با مناظر طبیعی، فرهنگ و تمدن‌های باستانی و آثار تاریخی و مذهبی دارند، دارای استعدادها و توانایی‌هایی مؤثر در جذب گردشگران هستند (Azizi et al, 2011: 25). به‌کارگیری منابع گردشگری مستلزم نگاهی همه‌جانبه و علمی می‌باشند، چراکه با توجه به منابع محدود، خواسته‌ها برای بهره‌مندی از آن بسیار می‌باشد و در صورتی که برنامه ریزی و مدیریت خردمندانه در استفاده و بهره‌برداری از منابع گردشگری وجود نداشته باشد،

زمینه‌های این بهره‌مندی کاهش و در برخی موارد موجب ائتلاف منابع موجود هم می‌شود (ضیایی و داغستانی، ۱۳۸۹: ۱۱۵). در روزگار اخیر توسعه فعالیت‌های اقتصادی، رشد جمعیت، افزایش مشغله‌های زندگی، بالا رفتن سطح استانداردهای زندگی، پدیده آلودگی در شهرهای بزرگ، آلودگی صوتی و سایر آلاینده‌های محیط‌زیست سبب افزایش چشمگیر تقاضا برای استفاده از محیط‌های طبیعی و نیاز به گردشگری شده و این امر سبب گردیده تا نیاز مردم شهرنشین به طبیعت روزبه‌روز بیشتر گردد (شعبان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴، ۲). بدین لحاظ یکی از انواع جاذبه‌های طبیعی انسان‌ساخت قابل‌استفاده در گردشگری و پر کردن اوقات فراغت، باغ‌های طبیعی ساخت دست بشر است که نیاز انسان به تماس با طبیعت را در محیط‌های شهری فراهم می‌نماید. در سرزمین پهناور ایران باغ‌هایی وجود دارند که از نقطه‌نظر هنر و معماری نمونه‌های بارز تلقی شده و باعث ترویج هنر باغ‌سازی ایرانی در دیگر سرزمین‌ها و به‌خصوص سرزمین‌های اسلامی شده‌اند (متدین، ۱۳۸۹: ۵۱). این باغ‌ها جدای از غنای طبیعی به دلیل ارزش‌های فضایی کالبدی و تاریخی فرهنگی (ابوئی و جیحانی، ۱۳۹۱: ۱۰۷) در گردشگری حائز اهمیت هستند. درختان و سایه آن‌ها از زیباترین تعابیر بهشتی است که در باغ‌های ایرانی دیده می‌شود (انصاری و محمودی‌نژاد، ۱۳۸۶: ۳۹) و سبب گردیده باغ‌های تاریخی ایران از گذشته‌های دور مورد توجه بازدیدکنندگان باشند (علایی، ۱۳۹۴: ۱۶). یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری، شناسایی دقیق مؤلفه‌های اثرگذار بر توسعه گردشگری است (اسماعیل‌زاده و اسماعیل‌زاده، ۱۳۹۶: ۵۵). باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس در شهرستان چرام، استان کهگیلویه و بویراحمد با برخورداری از آب‌وهوای مناسب و تنوع درختان از تفرجگاه‌های بزرگ جنوب کشور است. با بررسی ابعاد عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس، این امکان به مدیران داده می‌شود که با تقویت شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری به ارتقای کیفیت محیط، افزایش کیفیت گذران اوقات فراغت و افزایش آثار مثبت زیست‌محیطی گردشگری در شهر چرام اقدام نمایند. همچنین افزایش درک این عوامل، سیاست‌گذاران را در تدوین سیاست‌های مؤثر، برای افزایش رقابت‌پذیری و جذابیت مقصد کمک می‌نماید (Chen & Tasi, 2007: 1116; prideaux, 2005: 5). مهم‌ترین عامل در این فرآیند درک و شناسایی عوامل رضایت و یا نارضایتی گردشگران است (Song et al, 2012: 462) چراکه سطوح بالای رضایت‌مندی گردشگران از مقاصد گردشگری تا حد زیادی منجر به بالا رفتن درآمد ارائه‌کنندگان خدمات می‌شود (Agyeiwaah et al, 2016: 72). در این پژوهش، عوامل و شاخص‌های اصلی بهبود جذب گردشگران به باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس به‌عنوان نمونه‌ای از باغ‌های تاریخی تفریحی ایران موردسنجش قرار گرفته‌اند. تلاش بر این است به سؤالات ذیل پاسخ داده شود:

- وضعیت معیارهای رفتاری جامعه محلی در ارتباط با گردشگران در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس چگونه است؟

- آیا از نظر گردشگران باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس توانایی جذب گردشگران و شهروندان را داشته است؟

- وضعیت پارامترهای کیفیت محیطی، کیفیت دسترسی و امکانات، اقتصادی و دسترسی و اطلاع‌رسانی باغ چگونه است؟

- مطلوبیت جاذبه گردشگری باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس چه اثری بر وفاداری گردشگران داشته است؟

- اثرگذارترین عامل بر توسعه گردشگری در باغ چشمه بلقیس کدام است؟

تحقیقات مدون بسیاری در زمینه عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری صورت گرفته که این نکته خود از جهتی امتیاز محسوب می‌گردد؛ اما ماهیت تخصصی این پژوهش‌ها بسیاری از زوایای پنهان، چندبعدی و پیچیده موضوع را کمرنگ جلوه می‌دهد. در پژوهش‌های داخلی ابراهیم‌نیا سماکوش و همکاران (۱۳۹۲) مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی-محیطی شهر بابلسر» به انجام رسانیده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد گردشگری در زمینه اقتصادی اثرات قابل‌توجهی داشته و علاوه بر اشتغال و درآمدزایی سبب بالا رفتن قیمت‌ها و سودآوری زمین شده است. لحمیان و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله «نقش مبلمان شهری در توسعه گردشگری شهر ساری» بیان می‌کند با زیباسازی و بالا بردن کیفیت فضا و مبلمان شهری در شهر می‌توان شاهد جلب و جذب هر چه بیشتر گردشگر و نیز توسعه گردشگری بود. بوذری و همکاران (۱۳۹۲) مقاله‌ای با عنوان «تبیین نقش بازار بزرگ تهران در توسعه گردشگری

شهری تهران» به انجام رسانیده‌اند. نتایج نشان می‌دهد ضعف کارکردی قابل توجهی در رابطه با مدیریت و برنامه ریزی توسعه گردشگری (بازار بزرگ تهران) وجود دارد. زیاری و همکاران (۱۳۹۲) مقاله بررسی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری شهری با تأکید بر عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران شهر نورآباد ممسنی» را به انجام رسانیده‌اند. نتایج حاکی از آن است گردشگران از بازدید شهر نورآباد در زمینه تأمین نیازهای هیجانی خود همچون وجود حس مهمان‌نوازی مردم با ضریب (۰/۷۴۶) بیشترین رضایتمندی را داشته‌اند. وارثی و صفربادی (۱۳۹۳) مقاله‌ای با عنوان «نقش عوامل اجتماعی گردشگری در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر اصفهان)» ارائه کرده‌اند. نتایج حاکی از آن است شاخص مدیریت فضایی گردشگری با ضریب ۰/۷۶ درصد بیشترین و بهای خدمات گردشگری با ضریب ۰/۶۳ درصد کمترین سهم را نسبت به دیگر متغیرها در توان تبیین توسعه گردشگری شهر اصفهان داشته‌اند. پوراحمد و همکاران (۱۳۹۴) مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش گردشگری در توسعه شهری کرمانشاه» ارائه داده‌اند. در نتایج مشخص شد گردشگری شهر کرمانشاه با ۱۱ نقطه قوت، ۱۱ نقطه ضعف، ۱۱ فرصت و ۱۰ تهدید خارجی مواجه است. حیدری سورشجانی (۱۳۹۶) «مدل‌سازی ساختاری عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به پدیده‌های گردشگری مصنوعی (مطالعه موردی: پارک و دریاچه چیتگر تهران)» را به انجام رسانیده است. نتیجه پژوهش حاکی از آن است عوامل اجتماعی با ضریب رگرسیونی ۰/۹۳ و سطح معناداری ۰/۰۰۲ بیشترین اثر را بر جذب گردشگران و بازدیدکنندگان داشته است. فروز احمد و همکاران (۲۰۱۰) در یک تحلیل تجربی «عوامل مؤثر بر انتخاب مقصد تور در بنگلادش» را شناسایی نموده‌اند. در این تحقیق نه ویژگی مرتبط با جنبه‌های مختلف گردشگری شامل کیفیت خدمات، زیبایی طبیعی، مقصد شناخته شده، اقامتگاه مناسب، تفریح، ماجراجویی، امنیت، حمل‌ونقل مؤثر و کارآمد، تأمین امنیت و کیفیت غذا و تسهیلات خرید، به عنوان متغیرهای مستقل مورداستفاده قرار گرفت. نتیجه رگرسیون نشان می‌دهد اثر عوامل کیفیت سرویس، زیبایی طبیعی، امنیت و تسهیلات خرید از نظر آماری قابل توجه است که نشان می‌دهد ۰/۲۴/۶٪ از تغییر در توضیح قصد انتخاب یک مقصد تور در بنگلادش را تبیین می‌کند. می‌لزل دو پلسیس و همکاران (۲۰۱۲) «عوامل محیطی اثرگذار بر تجربه گردشگران در پارک‌های ملی آفریقای جنوبی» را مورد شناسایی قرار داده‌اند. نتایج کاربرد تحلیل عاملی پنج فاکتور محیطی را که بر تجربه گردشگران تأثیر منفی می‌گذارد را در قالب عوامل آلودگی، محصول گردشگری ارائه شده، نقض تعهدات پارک، مدیریت زیست محیطی و برخوردهای گردشگری برآورد کرده است. تران فی هونگ و همکاران در سال (۲۰۱۶) «عوامل مؤثر بر جذب گردشگران خارجی به مقاصد اکوتوریستی در منطقه دلتا مکونگ ویتنام» معتقد است عوامل مؤثر بر جذب گردشگران در ۵ عامل جذابیت خاص، ادراک کنترل رفتاری، ساکنین محلی، شرایط اکولوژیکی - طبیعی و امکانات - زیرساخت دسته‌بندی می‌گردد. جاوید صیداو و رما آدومیتین<sup>۵</sup> (۲۰۱۶) در تحقیق خود با عنوان «عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری گردشگران محلی در انتخاب مقصد: مورد آذربایجان»، اعلام داشته‌اند، امکانات آرامش‌بخش، امکانات متنوع گردشگری، ویژگی‌های زیست محیطی، منابع انسانی و قیمت، ویژگی‌های مهم گردشگران محلی در انتخاب مقصد گردشگری است. مای گونگ خونگ و فام آن نیوئن<sup>۶</sup> (۲۰۱۷) «عوامل اثرگذار بر رضایت گردشگران از مقاصد گردشگری و تصمیم به بازگشت مجدد در شهر هوشی مین ویتنام» را مطالعه نموده‌اند. نتایج این تحقیق به لحاظ تئوری و تجربی ثابت می‌کند که قصد بازگشت گردشگران به طور مستقیم و غیرمستقیم با رضایت از مقصد گردشگری به دنبال تفریحات و سرگرمی‌ها، محیط طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی مرتبط است. جاسمین آریانا (۲۰۱۷) در رساله کارشناسی ارشد خود «عوامل مؤثر بر جذابیت‌های گردشگری مالاگا در اسپانیا» را مطالعه نموده

<sup>۱</sup>Feroz Ahmed

<sup>۲</sup>Me. Liezel du Plessis

<sup>۳</sup>Tran Phi Hoang

<sup>۴</sup>Delta Mekong

<sup>۵</sup>Javid Seyidov & Roma Adomaitienė

<sup>۶</sup>Mai Ngoc Khuong and Pham Anh Nguyen

YHo Chi Minh

است. محقق در تشریح نتایج بیان می‌کند علیرغم آنکه موضوع جذابیت یک موضوع بین‌رشته‌ای است که دانشمندان مختلف از ابعاد متفاوت به آن نگریسته‌اند اما در حوزه گردشگری، جذابیت‌های فرهنگی در این شهر بیشترین و اثرگذارترین عامل در توجه گردشگران به مالاگا بوده است. جنسن<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی «عوامل مؤثر بر رضایت و جذب گردشگران در جاذبه‌های گردشگری شمال نروژ» پرداخته‌اند. نتایج حاکی از آن است ادراکات شخصی، تصویر ذهنی، خدمات ارائه‌شده در مکان‌های گردشگری و نوع استفاده از تکنولوژی در میزان جذب گردشگران به پدیده‌های گردشگری مؤثر است. یو سون<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۸) بر اساس داده‌های جمع‌آوری‌شده از داده‌های رسانه اجتماعی به «ارزیابی اولویت‌های گردشگران برای بازدید از نقاط دیدنی منطقه داپنگ چین» پرداخته است. نتایج تحقیق نه تنها یک سیستم رتبه‌بندی قابل اعتماد برای ارزیابی محبوبیت نقاط دیدنی گردشگران ارائه می‌نماید، بلکه یک مدل اندازه‌گیری ابتکاری برای حمایت از برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای مناطق خوش‌منظره و دیدنی طراحی می‌کند. پژوهش حاضر به دنبال مشخص کردن عوامل گوناگون اثرگذار بر بهبود وضعیت گردشگری و جذب گردشگران در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس است. تبدیل رو با پرهیز از نگاه بخشی و در نظر داشتن رویکردی سیستمی به شناسایی ابعاد گسترده و متفاوت اثرگذار بر جذب و رضایت گردشگران پرداخته است.

### مبانی نظری

در چهارچوب دیدگاه سازی راهبردی برای دولتمردان و مدیران کلان صنعت گردشگری، شناسایی راه‌های وصول به اهداف صنعت گردشگری، بررسی میزان تسهیلات، امکانات و خدمات گردشگری به‌عنوان عناصر مؤثر بر رضایتمندی، میزان وفاداری و تمایل به بازدید مجدد گردشگران می‌تواند نقطه عطفی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری باشد (کیانی و بسحاق، ۱۳۹۶: ۱۵۵). از سوی دیگر این واقعیت که بخش خدمات در حال تبدیل شدن به عامل رقابتی تعیین‌کننده در بازارهای جهانی است، اهمیت آن را غیرقابل‌انکار می‌کند (Birdogan, 2009: 114). با افزایش سهم بخش خدمات در کشورهای توسعه‌یافته و به دنبال آن کشورهای در حال توسعه، کیفیت خدمات ارائه‌شده به مشتریان در مرکز مفاهیم بازاریابی برای سازمان‌های خدماتی و از جمله گردشگری قرار گرفته است (Chun - Hsien Liu, 2008: 562). به این ترتیب برای توسعه گردشگری وجود زیرساخت‌های مناسب ضروری است و به‌ویژه برای کشورها و مناطق کمتر توسعه‌یافته که اغلب زیرساخت‌های محدودتری دارند، وجود و گسترش آن عاملی حیاتی به شمار می‌رود (لطفی، ۱۳۹۸: ۸۰). با توجه به تعدد نیازهای گردشگری به‌عنوان عوامل جذب و گسترش گردشگری، توسعه این بخش مستلزم شناخت نیازمندی‌ها و تأمین آن از سوی مقاصد گردشگری است. به‌گونه‌ای که بر اساس این نیاز و خواسته‌ها، مناطق مختلف گردشگری با ویژگی‌های منحصر به فرد شکل گرفته و نوع شناسی‌های مختلفی از گردشگری ارائه گردد (ابراهیم‌پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۳). این فرآیند نیازمند رویکردی نظام‌گرا نسبت به بخش گردشگری است تا از طریق ایجاد و تأمین تسهیلات مورد نیاز زمینه توسعه گردشگری را فراهم نماید. بدین‌وسیله با تأمین انتظارات و نیازهای گردشگران، رضایت و وفاداری آنان نسبت به مقصد ایجاد می‌گردد (همتی، ۱۳۹۷: ۱۱۰).

### رضایتمندی از مقصد گردشگری

رضایتمندی را می‌توان واکنش مصرف‌کننده به ارزیابی اختلاف ادراک بین انتظارات قبلی و عملکرد فعلی محصول تعریف کرد که پس از مصرف آن محصول درک می‌شود (همتی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۱). رضایتمندی گردشگر بر انتخاب مقصد، مصرف محصولات و خدمات و تصمیم به بازدید مجدد تأثیر دارد. در حوزه گردشگری رضایتمندی تأثیر مثبتی بر وفاداری گردشگر دارد، به نحوی که احتمال بازگشت آن‌ها و توصیه مقصد به دیگران را افزایش می‌دهد (مهرابی، ۱۳۹۵: ۵۰) که این امر نیز در کسب اهداف اقتصادی چون افزایش تعداد گردشگران و میزان سود، کمک‌کننده خواهد

<sup>۱</sup>Jensen

<sup>۲</sup>Dapeng

بود. در نتیجه عموماً ارتباط مثبتی بین رضایت گردشگر و کسب موفقیت بلندمدت اقتصادی در مقصد گردشگری وجود دارد (اردکانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴).

### وفاداری گردشگر

وفاداری به عنوان یکی از مهم ترین عوامل اثرگذار بر موفقیت اقدامات بازاریابی گردشگری شناخته شده است. این شاخص می تواند نتایج ارزشمندی مانند کاهش هزینه های مربوط به جذب مشتریان جدید، کاهش حساسیت مشتری به قیمت محصولات و کاهش هزینه های ارائه خدمات به مشتریان را در بر داشته باشد. در حوزه گردشگری، بازدید و تمایل به بازگشت را شاخص های وفاداری در نظر گرفته اند (همتی و زهرانی، ۱۳۹۳: ۱۳۹۳). گردشگران با بیان خاطرات و تجربیات سفر بر تمایلات و تصمیمات دیگران در انتخاب مقصد گردشگری اثرگذار هستند. درجه وفاداری گردشگران به مقصد اغلب در نیات گردشگران با بازدید از مقصد و تمایل به پیشنهاد آن به دیگران انعکاس می یابد (Chen & Tasi, 2007: 1117). تحقیقات نشان داده اند کیفیت خدمات رسانی به طور مستقیم با میزان بازگشت مجدد گردشگران در ارتباط است و موجب سود بیشتر برای سازمان ها می شود. هنگامی که یک منطقه به مقصد گردشگری تبدیل می شود، زندگی ساکنان آن جامعه از فعالیت های گردشگری تأثیر می پذیرد (Kim et al, 2013: 528). اما به منظور استفاده از مزایای گردشگری و توسعه مقاصد گردشگری با استفاده از گردشگری، لازم است ساکنان مناطق گردشگری دید مناسبی به گردشگری داشته باشند و از توسعه آن حمایت کنند؛ به بیان دیگر بر اساس نظریه مبادله اجتماعی، ساکنان بر اساس هزینه و فایده درک شده اقتصادی، اجتماعی و محیطی به توسعه گردشگری واکنش نشان می دهند و میزان حمایت نیز تابعی از منافع و هزینه درک شده حاصل از توسعه گردشگری است (یزدان پناه و شکوهی، ۱۳۹۸: ۲).

### زیرساخت های گردشگری

در یک نگاه کلی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تابع دو عامل جاذبه و زیرساخت های گردشگری است (نظم فر و محمدی، ۱۳۹۸: ۱۶۸). واژه زیرساخت در برنامه ریزی به تأسیساتی گفته می شود که هم روی زمین و هم زیر آن قرار دارند و چهارچوبی اساسی را برای کارکرد مؤثر نظام های توسعه ای، نظیر نواحی شهری، صنعتی و جهانگردی فراهم می کند. یکی از عوامل مهم در جذب گردشگر، وجود تجهیزات و تسهیلات گردشگری است. این تأسیسات به واحدهایی اطلاق می گردد که با هدف ارائه خدمات پذیرایی، اقامت و خدمات مسافرتی به گردشگران بر اساس ضوابط و مقررات آئین نامه مربوط به تأسیسات گردشگری ایجاد می شوند (دیناری، ۱۳۸۴: ۸۲؛ نظم فر و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۰۳). تأسیسات گردشگری در مجموع به سه گروه عمده تأسیسات اقامتی، پذیرایی و حمل و نقل و ارتباطات طبقه بندی می شود (لطفی، ۱۳۹۸: ۸۱). برای توسعه موفقیت آمیز جهانگردی، زیرساخت های مناسب، لازم و ضروری است و در مناطق و کشورهای توسعه نیافته که اغلب کمبود زیرساختی دارند، می تواند به عنوان یک عامل بحرانی قلمداد شود (رضایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴). امروزه توسعه گردشگری در همه عرصه ها، چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکت های خصوصی قرار گرفته است. صنعت گردشگری، نظام منسجمی است که عناصر آن لازم و ملزوم یکدیگر می باشند. به گونه ای که جاذبه های گردشگری به تنهایی موجبات سفر یا رونق این صنعت را فراهم نمی کنند، بلکه امکانات و شرایط برای جابه جایی و اقامت گردشگران نیز باید فراهم باشد. از طرف دیگر، اگرچه اسکان در اقامتگاه ها هدف اصلی یک گردشگر نیست، اما بدون فراهم بودن امکانات اقامتی، رغبتی برای دیدار از یک جاذبه نیز ایجاد نمی شود (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۴). لذا زیرساخت های گردشگری مکمل جاذبه های گردشگری در راستای رونق بخشی به جریان گردشگری محسوب می گردد. زیرساخت های گردشگری خدمات و تسهیلاتی را در برمی گیرد که رفاه گردشگران را فراهم کرده و دسترسی مناسب به این عناصر، در جذب گردشگر و افزایش ماندگاری آن ها در مقصد تأثیر بسزایی دارد (یوسفی شهیر و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۵). نظام گردشگری متشکل از جاذبه ها و فعالیت های گردشگری، مراکز اقامتی، تسهیلات و خدمات حمل و نقل، تأسیسات زیربنایی، تسهیلات و خدمات گردشگری است که عناصر گردشگری خوانده می شوند. زیرساخت های گردشگری نیز عواملی هستند که به قصد ارائه خدمات و انتفاع توسعه خدمات



به گردشگران و مسافران یا مهمانان مطابق ضوابط ارائه می‌شوند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۳).

### روش پژوهش

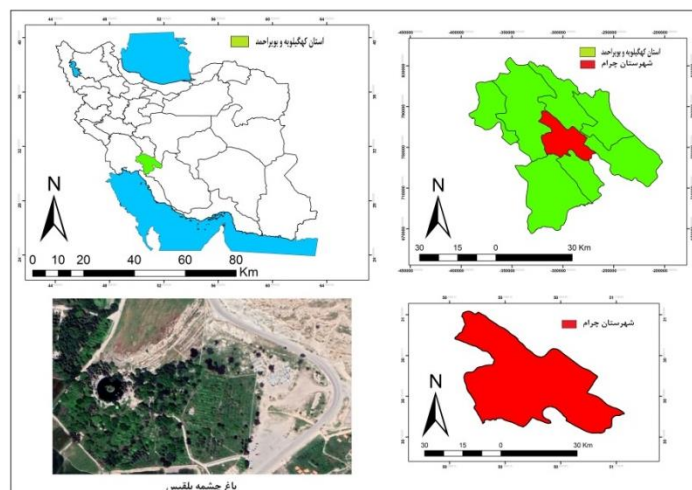
پژوهش حاضر از نوع تحلیلی، توصیفی و پیمایشی است. نحوه گردآوری داده‌های تحقیق کتابخانه‌ای، میدانی و بهره‌گیری از منابع علمی سازمان‌های مربوط است. جامعه آماری گردشگرانی هستند که به این منطقه سفر کرده و از باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس بازدید کرده‌اند. با توجه به نامشخص بودن تعداد گردشگران (جامعه آماری) از فرمول کوکران در وضعیت جامعه نامعلوم استفاده شده است. به این منظور در ابتدا ۳۰ پرسشنامه بین گردشگران توزیع و با محاسبه میزان واریانس نمونه اولیه حجم نمونه به تعداد ۳۰۱ نفر محاسبه گردید. روش نمونه‌گیری تصادفی است. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که پس از بررسی پیشینه و ادبیات نظری تحقیق و گردآوری شاخص‌های مرتبط با سنجش عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در قالب ۹ سؤال عمومی و ۵۶ سؤال تخصصی تنظیم و تدوین گردید. در جدول شماره (۱) متغیرها، نحوه دسته‌بندی و تعداد آن بیان گردیده است. کسب ضریب ۰/۹۵۳ حاکی از اعتبار ابزار پژوهش است. برای سنجش روایی، پرسشنامه تحت نظارت اساتید دانشگاه و متخصصان تهیه گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها آزمون تی، ضریب همبستگی اسپیرمن، تحلیل عاملی و مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط‌های نرم‌افزاری اس پی اس اس و ایموس استفاده شده است.

جدول شماره ۱. متغیرهای مور استفاده در ابزار پژوهش

نوع سؤال	دسته‌بندی	تعداد	منبع
عمومی	سن، جنسیت، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات، شغل، هدف از سفر، نحوه سفر، تعداد دفعات بازدید	۹	زیاری و همکاران (۱۳۹۲)
	رفتار جامعه محلی	۹	کرمی (۱۳۹۱)، کیانی (۱۳۹۵)
	وفاداری	۵	کیانی و بسحاق (۱۳۹۶)
	کیفیت محیطی	۱۲	حیدری سورشجانی (۱۳۹۶)
تخصصی	کیفیت دسترسی و امکانات	۱۳	لحمیان و همکاران (۱۳۹۲)، زیاری و همکاران (۱۳۹۲)، وارثی و صفرآبادی (۱۳۹۳)
	شاخص اقتصادی	۷	ابراهیم‌نیا سماکوش و همکاران (۱۳۹۲)، وارثی و صفرآبادی (۱۳۹۳)، حیدری سورشجانی (۱۳۹۶)
	شاخص دسترسی و اطلاع‌رسانی	۶	کیانی و بسحاق (۱۳۹۶)

### محدوده مورد مطالعه

باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس در شهر چرام از توابع شهرستانی به همین نام و در استان کهگیلویه و بویراحمد از تفرجگاه‌های بزرگ جنوب کشور است. این باغ در دشتی هموار در موقعیت جغرافیایی ۵۰ درجه و ۴۴ دقیقه و ۴۱ ثانیه طول شرقی و ۳۰ درجه و ۴۳ دقیقه و ۱۸ ثانیه عرض شمالی در تمام فصول سال به‌ویژه بهار و تعطیلات نوروزی مملو از گردشگران است. علت نام‌گذاری این بنا به این اسم آن است که توسط زنی به نام بلقیس حدود اواخر دوره ساسانی و اوایل دوره اسلامی احداث گردیده است. اسکندر خان چرامی در سال ۱۳۲۳ در اطراف این چشمه، باغی که از پیش‌تر وجود داشته را گسترش داده و مرمت و بازسازی کرده است. پس‌از آن در چند نوبت با کاشت درختان متنوع و ایجاد شبکه‌های زیبای آبیاری به یکی از جاذبه‌های مهم استان کهگیلویه و بویراحمد تبدیل شده است. وجود یک حوض بزرگ دایره‌ای که در مرکز آن درخت نخل واقع است و جویبارهای زیبای متصل به این حوضه و چند چشمه زیبا در آن از جلوه‌های خاص چشمه بلقیس است. نزدیکی به بندرها جنوبی، وجود مزارع کشاورزی اطراف، ایجاد سکوه‌های اسکان در باغ و همچنین وجود آلاچیق‌های دامنه تپه مشرف بر باغ و ایجاد یک آبشار مصنوعی از دیگر امکانات باغ زیبای چشمه بلقیس است. شکل شماره (۱) موقعیت منطقه را در سطح کشور و استان نشان می‌دهد.



شکل شماره ۱. موقعیت منطقه مورد مطالعه

### بحث و یافته‌ها

نتایج حاصل از بررسی توصیفی سؤالات عمومی نشان می‌دهد ۹/۶ درصد از پاسخگویان کمتر از ۲۰ سال داشته‌اند. درصد افراد ۲۰ تا ۳۰ سال ۴۵/۵ درصد بوده است. وضعیت تحصیلات حاکی از آن است ۰/۸ درصد زیر دیپلم بوده‌اند. ۳۰/۲ درصد سطح سواد خود را دیپلم اعلام کرده‌اند و ۴۶/۸ درصد از میزان تحصیلات کارشناسی برخوردارند. کارشناسی ارشد و دکتری به ترتیب ۱۰/۶ و ۳/۳ درصد را به خود اختصاص داده است. نحوه سفر ۸۰/۷ درصد پاسخگویان خانوادگی بوده است. ۳ درصد به صورت انفرادی و ۱۴/۳ درصد به همراه دوستان خویش در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس حضور داشته‌اند. ۲ درصد نیز به سایر شیوه‌ها از این منطقه بازدید کرده‌اند. تفریح به عنوان عمده‌ترین هدف از سفر برای ۹۱ درصد پاسخگویان اعلام شده است. ۳۱/۶ درصد از گردشگران برای اولین بار از این مکان بازدید داشته‌اند. دفعات بازدید ۲-۳ بار برای ۲۱/۶ درصد افراد اعلام گردیده است. فراوانی جنسیت پاسخگویان نشان می‌دهد ۶۳/۵ درصد آقایان و ۳۶/۵ درصد بانوان بوده‌اند. درصد افراد متأهل ۶۷/۱ درصد و مجردان ۲۸/۹ درصد بوده‌اند. ۴ درصد از پاسخگویان وضعیت تأهل خود را اعلام نکرده‌اند.

### بررسی وضعیت معیارهای رفتاری جامعه محلی در ارتباط با گردشگران در باغ چشمه بلقیس

برای بررسی وضعیت معیارهای رفتاری جامعه محلی در ارتباط با گردشگران در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس، آزمون تی استفاده گردید. از ترکیب سؤالات ۹ گانه نیز یک متغیر ترکیبی شکل گرفت که قضاوت کلی برای مطلوبیت وضعیت معیارهای رفتاری جامعه محلی را امکان‌پذیر می‌نماید. در جدول (۲) نتایج آزمون ارائه شده است. از آنجایی که مقادیر سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، از نگاه گردشگران رفتارهای جامعه محلی با گردشگران در این باغ تاریخی تفریحی در وضعیت مطلوبی قرار داشته است.

جدول شماره ۲. نتایج بررسی وضعیت معیارهای رفتاری جامعه محلی در ارتباط با گردشگران

ارزیابی شاخص	در سطح ۹۵٪		میانگین تفاوت	میانگین	سطح معناداری	آماره تی	زیر معیارها
	حد بالا	حد پایین					
مناسب	۱/۱۵	۰/۹۳	۱/۰۴	۴/۰۴	۰/۰۰۰	۱۸/۶۱	رفتارهای جامعه محلی در برابر گردشگران
مناسب	۱/۱۵	۰/۹۳	۱/۰۴	۴/۰۴	۰/۰۰۰	۱۹/۲۱	وضعیت برخورد فرهنگ عمومی مردم منطقه (مهمان‌نوازی)
مناسب	۰/۹۵	۰/۷۲	۰/۸۳	۳/۸۳	۰/۰۰۰	۱۴/۰۴	وضعیت واکنش مردم محلی منطقه نسبت به نوع پوشش گردشگران
مناسب	۰/۶۸	۰/۴۴	۰/۵۶	۳/۵۶	۰/۰۰۰	۹/۲۳	وضعیت ارتباط کلامی با مردم منطقه چرام و نوع گویش محلی
مناسب	۰/۰۲	۰/۷۸	۰/۹۰	۳/۹۰	۰/۰۰۰	۱۴/۷۴	کمک به گردشگران توسط مردم محلی در صورت نیاز
مناسب	۰/۷۰	۰/۴۳	۰/۵۷	۳/۵۷	۰/۰۰۰	۸/۴۲	نوع برخورد مسئولان باغ چشمه بلقیس با گردشگران
مناسب	۱/۰۰	۰/۷۴	۰/۸۷	۳/۸۷	۰/۰۰۰	۱۳/۲۷	وضعیت امنیت باغ چشمه بلقیس
نامناسب	-۰/۳۶	-۰/۶۶	-۰/۵۱	۲/۴۸	۰/۰۰۰	-۶/۷۰	چند کارکردی بودن فضا و امکان فعالیت‌های ورزشی
مناسب	۰/۷۳	۰/۵۰	۰/۶۱	۳/۶۱	۰/۰۰۰	۱۰/۵۹	وضعیت تعاملات با سایر گردشگران
مناسب	۰/۷۵	۰/۵۷	۰/۶۶	۳/۶۶	۲۳۵	۱۴/۴۵	معیارهای رفتاری جامعه میزبان

### بررسی نظر گردشگران در خصوص جذابیت باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس

بررسی نظرات گردشگران در خصوص جذابیت باغ چشمه بلقیس با کسب میانگین کلی ۳/۸۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ به همراه کرانه‌های پایین و بالای اطمینان مثبت نشانگر جذابیت زیاد این باغ تاریخی طبیعی برای گردشگران است. البته گردشگران اذعان داشته‌اند لازم است در شیوه طراحی باغ تغییراتی صورت گیرد و آن را از حالت قدیم به شیوه‌های جدید طراحی نمایند.

جدول شماره ۳. نتایج بررسی جذابیت گردشگری باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس

ارزیابی شاخص	اطمینان در سطح ۹۵٪		میانگین تفاوت	میانگین	سطح معناداری	آماره تی	زیر معیارها
	حد بالا	حد پایین					
زیاد	۱/۰۶	۰/۸۶	۰/۹۶	۳/۹۶	۰/۰۰	۱۸/۵۸	میزان مطلوبیت جاذبه گردشگری چشمه بلقیس
زیاد	۱/۱۳	۰/۹۲	۱/۰۲	۴/۰۲	۰/۰۰	۱۹/۲۲	توانایی جذب گردشگران و شهروندان
زیاد	۱/۱۵	۰/۹۴	۱/۰۵	۴/۰۵	۰/۰۰	۱۹/۳۰	آرامش‌بخش و رضایت‌بخشی محیط
زیاد	۰/۴۴	۰/۱۳	۰/۲۸	۳/۲۸	۰/۰۰	۳/۶۲	ضرورت تغییر طراحی باغ از حالت قدیم به شیوه جدید
زیاد	۰/۹۲	۰/۷۶	۰/۸۴	۳/۸۴	۰/۰۰	۲۱/۱۰	جذابیت گردشگری

### وضعیت پارامترهای کیفیت محیطی، کیفیت دسترسی و امکانات، اقتصادی و دسترسی و اطلاع‌رسانی

نتایج بررسی وضعیت شاخص کیفیت محیطی باغ تاریخی طبیعی چشمه بلقیس در جدول شماره (۴) بیان شده است. همان‌طور که ذکر گردید کیفیت محیطی در محدوده مورد مطالعه با استفاده از ۱۲ متغیر مورد بررسی قرار گرفته است. کسب سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ به همراه منفی شدن کرانه‌های بالا و پایین سطوح اطمینان برای متغیرهای دسترسی به فضای مناسب برای شستشوی ظروف، امکانات ورزشی، دسترسی مناسب به سرویس‌های بهداشتی و محوطه بازی کودکان نشان می‌دهد شاخص‌های مذکور وضعیت نامناسبی داشته و نیازمند برنامه ریزی برای توسعه بهینه می‌باشند. همچنین وضعیت شاخص‌های مبلمان شهری مناسب (نیکمت، آب‌نما و ...)، دسترسی به آب سالم و آشامیدنی و نورپردازی مناسب چشمه بلقیس تا حدودی مناسب ارزیابی گردیده و با متوسط مورد آزمون تفاوتی نداشته است. ارزیابی گردشگران از آرامش محیط، فضای سبز مطلوب، سکو و محل‌های نشستن، چشم‌انداز زیبا و آب‌وهوای چشمه بلقیس مناسب بوده است.

جدول شماره ۴. نتایج بررسی وضعیت شاخص کیفیت محیطی در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس

بعد	زیر معیارها	آماره تی	سطح معناداری	میانگین تفاوت	اطمینان در سطح ۹۵٪		ارزیابی شاخص
					حد پایین	حد بالا	
کیفیت محیطی	آرامش محیط	۲۱/۱۴	۰/۰۰۰	۱/۱۱	۱/۰۰	۱/۲۱	مناسب
	فضای سبز مطلوب	۲۵/۹۳	۰/۰۰۰	۱/۳۰	۱/۲۰	۱/۴۰	مناسب
	مبلمان شهری مناسب (نیکمت، آب نما و ...)	-۱/۹۴	۰/۰۵۲	-۰/۱۳۱	-۰/۲۶	۰/۰۰	نیمه مناسب
	سکو و محل های نشست مناسب	۸/۴۹	۰/۰۰۰	۰/۴۸	۰/۳۷	۰/۵۹	مناسب
	نورپردازی مناسب چشمه بلقیس	-۱/۸۱	۰/۰۷۱	-۰/۱۱	-۰/۲۴	۰/۰۱	نیمه مناسب
	محوطه بازی کودکان	-۸/۹۱	۰/۰۰۰	-۰/۶۲	-۰/۷۶	-۰/۴۸	نامناسب
	امکانات ورزشی	-۱۴/۰۸	۰/۰۰۰	-۰/۹۲	-۱/۰	-۰/۷۹	نامناسب
	چشم انداز زیبا	۲۰/۷۵	۰/۰۰۰	۱/۱۴	۱/۰۳	۱/۲۴	مناسب
	دسترسی به آب سالم و آشامیدنی	-۰/۲۱۸	۰/۸۲۷	-۰/۰۱	-۰/۱۷	۰/۱۳	نیمه مناسب
	دسترسی مناسب به سرویس های بهداشتی	-۲/۶۷	۰/۰۰۸	-۰/۱۸	-۰/۳۲	-۰/۰۴	نامناسب
	دسترسی به فضای شستشوی ظروف	-۵/۶۳۴	۰/۰۰۰	-۰/۴۲	-۰/۵۶	-۰/۲۷	نامناسب
	آب و هوای چشمه بلقیس	۳۴/۶۰	۰/۰۰۰	۱/۴۸	۱/۳۹	۱/۵۶	مناسب

شاخص بعدی مورد بررسی کیفیت دسترسی و امکانات در این مجموعه گردشگری بوده است. نتایج حاصل آزمون تی برای مقایسه میانگین ها در جدول شماره (۵) بیان گردیده است.

جدول شماره ۵. نتایج بررسی وضعیت کیفیت دسترسی و امکانات در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس

بعد	زیر معیارها	آماره تی	سطح معناداری	میانگین تفاوت	اطمینان در سطح ۹۵٪		ارزیابی شاخص
					حد پایین	حد بالا	
کیفیت دسترسی و امکانات	امکانات حمل و نقل	-۴/۴۷	۰/۰۰۰	-۰/۲۹۵	-۰/۴۲	-۰/۱۶	نامناسب
	جاده دسترسی و علائم راهنمای گردشگران	-۴/۸۳	۰/۰۰۰	-۰/۳۳۱	-۰/۴۶	-۰/۱۹	نامناسب
	پارکینگ	-۱/۷۷	۰/۰۷۷	-۰/۱۲۴	-۰/۲۶	۰/۰۱	متوسط
	کیفیت معابر و شبکه های دسترسی	-۰/۵۸	۰/۵۵۸	-۰/۰۳۷	-۰/۱۶	۰/۰۸	متوسط
	دسترسی امن و صحیح	۶/۸۹	۰/۰۰۰	۰/۳۹۸	۰/۲۸	۰/۵۱	مناسب
	وضعیت قرارگیری پمپ بنزین یا جایگاه سوخت تا چشمه بلقیس	۹/۱۵	۰/۰۰۰	۰/۵۷۱	۰/۴۴	۰/۶۹	مناسب
	قرارگیری باغ در شهر چرام	۲۰/۲۰	۰/۰۰۰	۱/۰۴	۰/۹۳	۱/۱۴	مناسب
	شیوه مدیریتی و کارکنان فعال در باغ چشمه بلقیس اعم از نگهبانان و مسئولین خدمات رفاهی	۲/۶۶	۰/۰۰۸	۰/۱۸۲	۰/۰۴	۰/۳۱	مناسب
	وجود کمپ های خدمات پزشکی (اورژانس ۱۱۵) در سطح شهر و نزدیک به باغ چشمه بلقیس	۳/۳۱	۰/۰۰۱	۰/۲۰۹	۰/۰۸	۰/۳۳	مناسب
	وضعیت بهداشت در مکان	-۰/۸۳	۰/۴۰۳	-۰/۰۶	-۰/۲۰	۰/۰۸	متوسط
	وضعیت منطقه در زمان اوج گردشگری از نظر آرامش صوتی	۶/۷۰	۰/۰۰۰	۰/۴۳	۰/۳۰	۰/۵۶	مناسب
	استحکام و کیفیت خدمات و امکانات توریستی در سطح شهرستان چرام	-۰/۲۵	۰/۸۰	-۰/۰۱	-۰/۱۵	۰/۱۱	متوسط
	محل قرارگیری سکوی زباله و سطل اشغال در باغ	۱/۷۴	۰/۰۰۸	۰/۱۲۳	-۰/۰۱	۰/۲۶	متوسط

با توجه به سطح معناداری آزمون و منفی بودن علامت کرانه‌های پایین و بالای سطوح اطمینان استنباط کلی در مورد شاخص‌های جاده دسترسی و علائم راهنمای گردشگران و امکانات حمل‌ونقل نامناسب بوده است. البته شاخص‌های بهداشت مکان، میزان پارکینگ، کیفیت معابر و شبکه‌های دسترسی، محل قرارگیری سکوی زباله و سطل و همچنین استحکام و کیفیت خدمات و امکانات توریستی (گردشگری) در سطح شهر چرام متوسط ارزیابی شده است. برای جلب رضایت گردشگران لازم است در خصوص این شاخص‌ها نیز برنامه‌ریزی صورت گرفته و به حد مناسب و رضایت‌بخش ارتقاء یابد. مجموعه اقتصادی نیز به‌عنوان عوامل اثرگذار بر رونق گردشگری در این منطقه تفریحی مورد بررسی قرار گرفته است. طبق یافته‌های ارائه‌شده در جدول شماره (۶) حضور گردشگران در تمامی موارد به‌جز تنوع شغلی و کارآفرینی برای ساکنان محلی منجر به بهبود شرایط اقتصادی در حوزه‌های افزایش اشتغال در خدمات، افزایش درآمد، رونق صنایع دستی و ... گردیده است.

جدول شماره ۶. نتایج بررسی وضعیت شاخص‌های اقتصادی در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس

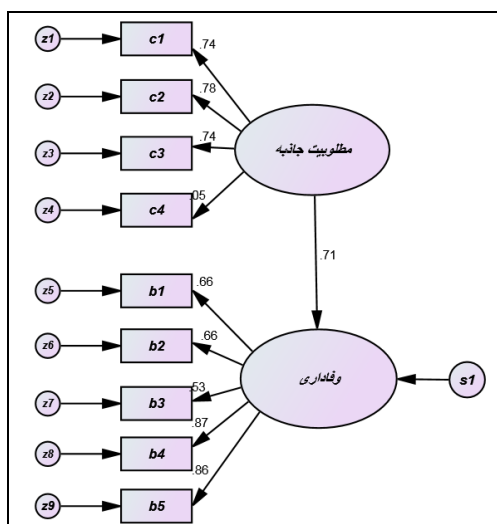
بعد	زیر معیارها	آماره تی	سطح معناداری	میانگین تفاوت	اطمینان در سطح ۹۵٪		ارزیابی شاخص
					حد پایین	حد بالا	
	افزایش اشتغال در بخش خدمات	۲/۲۵	۰/۰۲	۰/۱۳	۰/۰۱	۰/۲۶	تأیید
	افزایش درآمد	۶/۵۵	۰/۰۰۰	۰/۴۲	۰/۲۹	۰/۵۵	تأیید
	افزایش اشتغال در بخش گردشگری	۲/۴۸	۰/۰۱	۰/۱۶	۰/۰۳	۰/۲۹	تأیید
	افزایش سرمایه‌گذاری	۲/۹۶	۰/۰۰۳	۰/۲۱	۰/۰۷	۰/۳۵	تأیید
	تنوع شغلی و کارآفرینی	۰/۹۷۸	۰/۳۲۹	۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۲۰	رد
اقتصادی	افزایش سطح رفاه برای مردم محلی	۴/۲۹	۰/۰۰۰	۰/۲۹	۰/۱۵	۰/۴۲	تأیید
	افزایش سطح مشارکت جامعه محلی برای ارائه خدمات	۳/۶۰	۰/۰۰۰	۰/۲۳	۰/۱۰	۰/۳۶	تأیید

شاخص دسترسی و اطلاع‌رسانی با استفاده از ۶ متغیر در جدول شماره (۷) مورد بررسی قرار گرفته است. گردشگران معتقدند در این منطقه گردشگری وضعیت نیروهای متخصص و آموزش‌دیده جهت معرفی منطقه و باغ تاریخی و تفریحی چشمه بلقیس، وضعیت نمایشگاه‌ها جهت معرفی دیگر جاذبه‌های شهرستان چرام، ارزیابی برگزاری جشنواره‌های بومی و محلی صنایع دستی غذاهای محلی آوازاها و سازهای محلی و شناساندن سنت‌های بومی به گردشگران، وضعیت واحدهای اطلاع‌رسانی نقاط گردشگری شهرستان چرام و علائم راهنمایی برای هدایت گردشگران به مکان موردنظر نامناسب بوده است.

جدول شماره ۷. نتایج بررسی وضعیت شاخص دسترسی و اطلاع‌رسانی در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس

بعد	زیر معیارها	آماره تی	سطح معناداری	میانگین تفاوت	اطمینان در سطح ۹۵٪		ارزیابی شاخص
					حد پایین	حد بالا	
	وضعیت نیروهای متخصص و آموزش‌دیده جهت معرفی منطقه و باغ تاریخی و تفریحی چشمه بلقیس	-۸/۶۹	۰/۰۰۰	-۰/۶۳۹	-۰/۷۸	-۰/۴۹	نامناسب
	وضعیت نمایشگاه‌ها جهت معرفی دیگر جاذبه‌های شهرستان چرام	-۸/۳۱	۰/۰۰۰	-۰/۵۴۸	-۰/۷۶	-۰/۴۱	نامناسب
	شناخت شما نسبت به دیگر جاذبه‌های شهرستان چرام	۰/۲۳۷	۰/۸۱۳	۰/۰۱۶	-۰/۱۲	۰/۱۵	متوسط
دسترسی و اطلاع‌رسانی	ارزیابی برگزاری جشنواره‌های بومی و محلی صنایع دستی، غذاهای محلی آوازاها و سازهای محلی و شناساندن سنت‌های بومی به گردشگران	-۳/۸۳	۰/۰۰۰	-۰/۲۵	-۰/۳۷	-۰/۱۲	نامناسب
	وضعیت واحدهای اطلاع‌رسانی نقاط گردشگری شهرستان چرام	-۶/۰۶	۰/۰۰۰	-۰/۴۲	۰/۵۵	-۰/۲۸	نامناسب
	علائم راهنمایی برای هدایت گردشگران به مکان موردنظر (باغ چشمه بلقیس)	-۵/۲۲	۰/۰۰۰	-۰/۳۷	-۰/۵۱	-۰/۲۳	نامناسب

شناسایی اثر مطلوبیت جاذبه گردشگری باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس بر وفاداری گردشگران برای بررسی اثر مطلوبیت جاذبه گردشگری باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس بر وفاداری گردشگران از قابلیت‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. شکل شماره (۱) مدل ساختاری اثر متغیر پنهان مطلوبیت جاذبه گردشگری بر وفاداری گردشگران را نشان داده است.



شکل شماره ۱. مدل ساختاری اثر متغیر پنهان مطلوبیت جاذبه گردشگری بر وفاداری گردشگران

برای این آزمون از دو متغیر پنهان مطلوبیت جاذبه گردشگری و وفاداری گردشگران استفاده شد. هر کدام از این عوامل متغیرهای آشکار قابل‌سنجشی دارند که مجموع هر یک از آن‌ها متغیر پنهان در سطح اول را تشکیل داده است. متغیر پنهان مطلوبیت جاذبه گردشگری در این تحقیق با استفاده از ۴ متغیر آشکار و متغیر پنهان وفاداری گردشگران با بهره‌گیری از ۵ متغیر آشکار سنجیده شده است. در متغیر پنهان وفاداری گردشگران، تمایل به معرفی به دوستان با وزن رگرسیونی ۰/۸۷ بالاترین نقش را به خود اختصاص داده است و در تبیین مطلوبیت جاذبه گردشگری توانایی جذب گردشگران با بار عاملی ۰/۷۸ جایگاه بالاتری داشته است. در جدول شماره (۸) متغیرهای به‌کاررفته در مدل به همراه کد و وزن رگرسیونی آن بیان شده است. همان‌طور که از یافته‌های جدول مشخص است متغیر مطلوبیت جاذبه گردشگری با وزن رگرسیونی ۰/۷۱ بر متغیر پنهان وفاداری گردشگران اثر گذار بوده است.

جدول شماره ۸. متغیرهای نهایی شناسایی‌شده در مدل عاملی مرتبه دوم به همراه بار عاملی

وزن رگرسیونی	عامل	متغیر	کد	وزن رگرسیونی
۰/۶۶	وفاداری گردشگران	تمایل شما نسبت به بازدید دوباره باغ چشمه بلقیس به چه میزان است؟	b1	۰/۶۶
۰/۶۶		اولویت انتخاب شما در باغ چشمه بلقیس نسبت به دیگر جاذبه‌های شهرستان	b2	۰/۶۶
۰/۵۳		با توجه به بازدید شما از باغ تاریخی و تفریحی چشمه بلقیس، اهمیت حفظ این باغ و نگاهداشت آن برای نسل‌های بعدی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	b3	۰/۵۳
۰/۸۷		تمایل شما برای معرفی و بازدید باغ چشمه بلقیس به دوستانتان چقدر است؟	b4	۰/۸۷
۰/۸۶		تمایل شما برای معرفی و بازدید باغ چشمه بلقیس به خانواده‌تان چقدر است؟	b5	۰/۸۶
۰/۷۴	مطلوبیت گردشگری چشمه	مطلوبیت جاذبه گردشگری چشمه بلقیس را به چه میزان ارزیابی می‌کنید؟	c1	۰/۷۴
۰/۷۸		چشمه بلقیس به چه اندازه توانایی جذب گردشگران و شهروندان را دارد؟	c2	۰/۷۸
۰/۷۴		چشمه بلقیس تا چه اندازه برای شما محیط آرامش‌بخش و رضایت‌بخش است؟	c3	۰/۷۴
۰/۰۵		ضرورت تغییر طراحی باغ چشمه بلقیس از حالت قدیمی آن به شیوه‌های جدید	c4	۰/۰۵

برازش مدل‌های ساختاری به دو روش برازش جزئی و برازش کلی صورت می‌پذیرد. در برازش جزئی سطح معناداری نشانگر مطلوبیت برازش مدل و داده‌های پژوهش است. سطح معناداری، تخمین غیراستاندارد، خطای معیار و مقدار

بحرانی برای هر یک از روابط ترسیمی در جدول شماره (۹) بیان شده است. سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ برای روابط ترسیمی گویای آن است برآزش جزئی مدل در وضعیت مناسبی قرار دارد.

جدول شماره ۹. برآوردهای غیراستاندارد با سطح تحت پوشش

وزن رگرسیونی	سطح معناداری	مقدار بحرانی	خطای معیار	تخمین غیراستاندارد	
۰/۷۰۵	***	۸/۴۶۴	۰/۸۰۱	۰/۶۸۴	مطلوبیت جاذبه ← وفاداری
۰/۷۷۶	***	۱۱/۶۰۵	۰/۰۹۳	۱/۰۷۴	مطلوبیت جاذبه ← c2
۰/۷۳۶	***	۱۱/۲۱۰	۰/۰۹۲	۱/۰۲۸	مطلوبیت جاذبه ← c3
۰/۰۵۴	۰/۳۹۶	۰/۸۴۸	۰/۱۲۹	۰/۱۰۹	مطلوبیت جاذبه ← c4
۰/۶۶۰				۱/۰۰۰	وفاداری ← b1
۰/۶۵۸	***	۱۰/۰۵۲	۰/۰۸۹	۰/۸۹۷	وفاداری ← b2
۰/۵۲۷	***	۸/۲۵۷	۰/۱۲۱	۱/۰۰۲	وفاداری ← b3
۰/۸۷۵	***	۱۲/۵۷۸	۰/۰۹۶	۱/۲۱۰	وفاداری ← b4
۰/۸۴۶	***	۱۲/۴۹۰	۰/۱۰۲	۱/۲۰	وفاداری ← b5
۰/۷۴۱				۱/۰۰۰	مطلوبیت جاذبه ← c1

در جدول شماره (۱۰) شاخص‌های اصلی برآزش مدل نشان می‌دهد که داده‌های پژوهش به‌خوبی توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند و مدل پژوهش تحت حمایت داده‌های تجربی قرار دارد.

جدول شماره ۱۰. شاخص‌های اصلی برآزش مدل مرتبه دوم

نام شاخص	علائم اختصاری	مدل	
		پیش فرض	اشباع مستقل
درجه آزادی	DF	۲۶	۳۶
کای اسکوتر نسبی (به‌نجار شده)	CMIN/DF	۲/۷۶	۳۰/۴۲۳
شاخص نیکویی برآزش	GFI	۰/۹۶۶	۰/۴۱۷
شاخص نیکویی برآزش اصلاح‌شده	AGFI	۰/۹۰۶	۰/۲۷۱
شاخص نیکویی برآزش مقتصد	PGFI	۰/۵۴۶	۰/۳۳۳
شاخص نرمال شده بنتلر بویت	NFI	۰/۹۳۶	۰/۰۰۰
شاخص برآزش تطبیقی	CFI	۰/۹۵۹	۰/۰۰۰
شاخص برآزش هنجار شده مقتصد	PNFI	۰/۶۷۶	۰/۰۰۰
شاخص برآزش افزایشی	IFI	۰/۹۵۹	۰/۰۰۰
شاخص برآزش توکر لوئیس	TLI	۰/۹۴۳	۰/۰۰۰
شاخص برآزش تطبیقی مقتصد	PCFI	۰/۶۹۳	۰/۰۰۰
شاخص نسبت اقتصاد	PRATIO	۰/۷۲۲	۱/۰۰۰
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۷۵	۰/۳۱۳

### اولویت‌بندی عوامل اثرگذار عامل بر توسعه گردشگری در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس

با توجه به اینکه یکی از اهداف محققین شناسایی و اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر بهبود وضعیت گردشگری در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس بوده است، برای یافتن عامل‌های مکنون جهت خلاصه کردن متغیرها، آزمون تحلیل عاملی استفاده شده است (حکمت‌نیا و موسوی، ۱۳۸۵: ۲۲۸). محاسبات انجام شده نشان می‌دهد انسجام درونی داده‌ها بر مبنای شاخص KMO به مقدار ۰/۹۲۷ در وضعیت مناسبی قرار دارد. همچنین آزمون بارتلت در سطح ۱ معنادار است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدلی مناسب است (بسحاق و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۲۷). برای پردازش داده‌ها و شناسایی عوامل بنیادی متغیرهای پژوهش، از روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی استفاده شده است. با توجه به یافته‌ها هفت عامل اول دارای مقادیر ویژه بزرگ‌تر از ۱ بوده و ۶۳/۲۷ درصد واریانس مجموعه ۳۸ متغیر را تبیین می‌کند. جهت حداکثر ساخت روابط، متغیرها پیرامون محور خود دوران داده شده و ضمن انجام چرخش در محور ماتریس از

مناسب‌ترین روش چرخش یعنی دوران واریماکس استفاده شده است. در جدول (۱۱) عامل‌های استخراجی ارائه شده است که اهمیت و نقش هر یک از متغیرها را در شکل‌گیری عامل‌ها نشان می‌دهد و به عبارت دیگر بیانگر بارگیری عامل‌ها از متغیرهاست. با توجه به ترکیب متغیرهای هر عامل نام مناسبی برای آن انتخاب گردیده است. به این ترتیب هفت عامل اقتصادی، میلمان باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس، اطلاع‌رسانی و تبلیغات، دسترسی و حمل‌ونقل، امکانات و خدمات، کیفیت محیطی و موقعیت در بهبود وضعیت گردشگری در این باغ تاریخی تفریحی اثرگذار هستند به گونه‌ای که ۶۳/۲۷ درصد تغییرات را پوشش می‌دهند.

جدول شماره ۱۱. عوامل و شاخص‌های مربوط به هر عامل به همراه بار عاملی آن

عامل	شاخص	بار عاملی	درصد واریانس تبیین شده
اقتصادی	وجود کمپ‌های خدمات پزشکی (اورژانس ۱۱۵) در سطح شهر و نزدیک به باغ چشمه بلقیس را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۳۱۰	۱۳/۹۳۰
	افزایش اشتغال در بخش خدمات	۰/۶۹۴	
	افزایش درآمد	۰/۷۱۲	
	افزایش اشتغال در بخش گردشگری (تولید صنایع دستی، مواد غذایی محلی برای گردشگران و ...)	۰/۸۲۳	
	افزایش سرمایه‌گذاری	۰/۸۳۹	
	تنوع شغلی و کارآفرینی	۰/۸۲۵	
	افزایش سطح رفاه برای مردم محلی	۰/۷۹۳	
میلمان باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس	افزایش سطح مشارکت جامعه محلی برای ارائه خدمات	۰/۷۶۳	۱۱/۵۹
	میلمان شهری مناسب (نیکمت، آب‌نما و ...)	۰/۴۵۵	
	سکو و محل‌های نشستن مناسب	۰/۴۳۰	
	نورپردازی مناسب چشمه بلقیس	۰/۶۲۱	
	محوطه بازی کودکان	۰/۷۰۱	
	امکانات ورزشی	۰/۷۱۹	
	دسترسی به آب سالم و آشامیدنی	۰/۶۳۱	
اطلاع‌رسانی و تبلیغات	دسترسی مناسب به سرویس‌های بهداشتی	۰/۶۹۶	۱۰/۸۳
	دسترسی به فضای مناسب برای شستشوی ظروف	۰/۷۰۵	
	وضعیت نیروهای متخصص و آموزش‌دیده جهت معرفی منطقه و باغ تاریخی و تفریحی چشمه بلقیس	۰/۶۶۴	
	وضعیت نمایشگاه‌ها جهت معرفی دیگر جاذبه‌های شهرستان چرام	۰/۷۶	
	شناخت شما نسبت به دیگر جاذبه‌های شهرستان چرام به چه میزان می‌باشد؟	۰/۶۱۸	
	ارزیابی برگزاری جشنواره‌های بومی و محلی صنایع دستی غذاهای محلی، آوازاها و سازه‌های محلی و شناساندن سنت‌های بومی به گردشگران چگونه است؟	۰/۸۰۷	
	وضعیت واحدهای اطلاع‌رسانی نقاط گردشگری شهرستان چرام	۰/۷۷۶	
دسترسی و حمل‌ونقل	علائم راهنمایی هدایت گردشگران به باغ چشمه بلقیس را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۷۱۳	۸/۰۱
	امکانات حمل‌ونقل	۰/۶۴۲	
	جاده‌های دسترسی و علائم راهنمای گردشگران	۰/۶۹۲	
	پارکینگ	۰/۶۷۱	
	کیفیت معابر و شبکه‌های دسترسی	۰/۶۹۴	
	دسترسی امن و صحیح	۰/۴۸۵	
	شیوه مدیریتی و کارکنان فعال در باغ چشمه بلقیس را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۵۴۱	
امکانات و خدمات	وضعیت بهداشت در مکان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۶۱۶	۷/۸۷
	وضعیت منطقه در زمان اوج گردشگری از نظر کمبود سروصدا (آرامش صوتی)	۰/۶۹۹	
	استحکام و کیفیت خدمات و امکانات توریستی را در چرام چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۳۸۹	
	محل قرارگیری سکوی زباله و سطل‌های آشغال در باغ را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۴۷۲	
	آرامش محیط	۰/۶۰۲	
	فضای سبز مطلوب	۰/۶۷۷	
	چشم‌انداز زیبا	۰/۵۸۹	
موقعیت	آب‌وهوای چشمه بلقیس	۰/۷۳۷	۴/۸۹
	وضعیت قرارگیری پمپ‌بنزین یا جایگاه سوخت از شهر تا چشمه بلقیس	۰/۵۹۹	
	وضعیت قرارگیری باغ چشمه بلقیس تا مرکز چرام را چگونه ارزیابی می‌کنید؟	۰/۷۱۵	



## نتیجه‌گیری

باغ‌ها در ایران از تصاویر زیبای طبیعت محسوب می‌گردند که می‌توان آن‌ها را جزو زیباترین جاذبه‌های طبیعت‌گردی دانست. این باغ‌های زیبا معمولاً مورد توجه علاقه‌مندان به طبیعت و طبیعت‌گردی قرار می‌گیرند. در محدوده مورد مطالعه نیز نتایج استنباطی نشان می‌دهد به نظر گردشگران باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس جاذبه گردشگری مناسب و مطلوبی قلمداد می‌گردد و در بین دیگر جاذبه‌های گردشگری از وضعیت مناسبی برخوردار است. چنانچه ارزیابی گردشگران از آرامش محیط، فضای سبز مطلوب، سکو و محل‌های نشستن، چشم‌انداز زیبا و آب‌وهوای چشمه بلقیس مناسب بوده است. مجموعه شرایط مذکور وفاداری گردشگران را نیز در پی داشته است. به طوری که در نتایج استنباطی گردشگران تمایل به بازدید دوباره باغ چشمه بلقیس داشته و به عنوان یک اولویت برای انتخاب نسبت به دیگر جاذبه‌های شهرستان، باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس را مدنظر داشته‌اند. تمایل برای معرفی و بازدید باغ چشمه بلقیس به دوستان و خانواده نشانه دیگری از وفاداری گردشگران بوده است. این مسئله در اهمیت دادن به حفظ این باغ و نگاهداشت آن برای نسل‌های بعدی نیز نمود یافته است. طبعاً رفتار مناسب جامعه میزبان در این محبوبیت بی‌تأثیر نبوده است. این اثرگذاری مثبت در رفتار جامعه محلی با گردشگران تجلی می‌یابد. در منطقه مورد مطالعه از نگاه گردشگران رفتار جامعه محلی با گردشگران در وضعیت مطلوبی قرار داشته است که می‌تواند عامل بسیار اثرگذار در تداوم روند توسعه گردشگری قلمداد گردد. اذعان جامعه محلی به اثرگذاری مثبت حضور گردشگران در بهبود شرایط اقتصادی در حوزه‌های افزایش اشتغال در بخش خدمات، افزایش درآمد، رونق صنایع دستی و ... شاهدی بر این ادعاست و به مانند آنچه سونگ تای لیو<sup>(۲۰۲۰)</sup> بیان کرده زمینه حمایت ساکنان محلی را بسترسازی نموده است. یافته‌های حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی بیانگر آن است از بین شش عامل شناسایی شده عامل «اقتصادی» با بارگذاری شاخص‌های وجود کمپ‌های خدمات پزشکی (اورژانس ۱۱۵) در سطح شهرستان و نیز نزدیک به باغ چشمه بلقیس، افزایش اشتغال در بخش خدمات، افزایش درآمد، افزایش اشتغال در بخش گردشگری (تولید صنایع دستی، مواد غذایی محلی برای گردشگران و ...)، افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش سطح مشارکت جامعه محلی برای ارائه خدمات، افزایش سطح رفاه برای مردم محلی، تنوع شغلی و کارآفرینی، ۱۳/۹۳ درصد واریانس بهبود وضعیت گردشگری در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس را تبیین می‌نماید که این امر نشانگر اهمیت و ارزش عامل اول نسبت به عامل‌های بعدی است. عامل دوم که تحت نام «مبلمان فضای باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس» قرار دارد از ترکیب هشت متغیر مبلمان شهری مناسب (نیکمت، آب‌نما و ...)، سکو و محل‌های نشستن مناسب، نورپردازی مناسب چشمه بلقیس، محوطه بازی کودکان، دسترسی به فضای مناسب برای شستشوی ظروف، دسترسی مناسب به سرویس‌های بهداشتی، دسترسی به آب سالم و آشامیدنی و امکانات ورزشی، شکل گرفته و ۱۱/۵۹ درصد واریانس بهبود وضعیت گردشگری را به خود اختصاص داده است. وضعیت نیروهای متخصص و آموزش‌دیده جهت معرفی منطقه و باغ تاریخی و تفریحی چشمه بلقیس، وضعیت نمایشگاه‌ها جهت معرفی دیگر جاذبه‌های شهرستان چرام، شناخت نسبت به دیگر جاذبه‌های شهرستان چرام، وضعیت واحدهای اطلاع‌رسانی نقاط گردشگری شهرستان چرام، علائم راهنمایی برای هدایت گردشگران به باغ چشمه بلقیس، برگزاری جشنواره‌های بومی و محلی صنایع دستی غذاهای محلی آوازاها و سازهای محلی و شناساندن سنت‌های بومی به گردشگران تحت عنوان عامل «اطلاع‌رسانی و تبلیغات» نام‌گرفته است و جمعاً ۱۰/۸۳ درصد ابعاد بهبود وضعیت گردشگری را در بر گرفته است. عامل «دسترسی و حمل‌ونقل» با وجود متغیرهای امکانات حمل‌ونقل، جاده‌های دسترسی و علائم راهنمای گردشگران، پارکینگ، دسترسی امن و صحیح و کیفیت معابر و شبکه‌های دسترسی، ۸/۰۱ درصد بهبود وضعیت گردشگری را در برمی‌گیرد. در عامل «امکانات و خدمات» شیوه مدیریتی و کارکنان فعال در باغ چشمه بلقیس، وضعیت بهداشت در مکان، محل قرارگیری سکوی زباله و سطل‌آشغال در باغ چشمه بلقیس، استحکام و کیفیت خدمات و امکانات توریستی در سطح شهرستان چرام و وضعیت منطقه در زمان اوج گردشگری از نظر کمبود سروصدا (آرامش

صوتی) بارگذاری شده که مجموعاً ۷/۸۷ درصد واریانس بهبود وضعیت گردشگری در باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس را به خود اختصاص داده است. وجود متغیرهای آرامش محیط، فضای سبز مطلوب، آب‌وهوای چشمه بلقیس و چشم‌انداز زیبا شکل‌دهنده عاملی به اسم کیفیت محیطی بوده است. این عامل ۶/۱۴ درصد واریانس بهبود گردشگری در این باغ را تبیین می‌نماید. در نهایت عامل «موقعیت» با وجود دو متغیر وضعیت قرارگیری باغ چشمه بلقیس تا مرکز شهر چرام را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ و وضعیت قرارگیری پمپ‌بنزین یا جایگاه سوخت در شهرستان از شهر تا چشمه بلقیس به میزان ۴/۸۹ درصد در گردشگری باغ تاریخی تفریحی چشمه بلقیس اثر داشته است. معنادار شدن همه عوامل مورد بررسی با نتایج تحقیق جاوید صیدا و رما آدومیتین (۲۰۱۶) هم‌راستا بوده است. معناداری اثر جاذبه‌ها بر وفاداری گردشگران نیز با نتایج تحقیق مای گونگ خونگ و فام آن نیوئن (۲۰۱۷) همخوانی داشته است.

### تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

### منابع

- ۱) ابراهیم‌پور، حبیب؛ سید نقوی، میرعلی؛ یعقوبی، نورمحمد (۱۳۹۰) عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران در استان اردبیل (مطالعه موردی: منطقه گردشگری سرعین)، فصلنامه مطالعات گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۴، صص. ۹۲-۶۹.
- ۲) ابراهیم‌زاده، عیسی؛ حافظ رضازاده، معصومه؛ دارائی، مرضیه (۱۳۹۱) برنامه‌ریزی و مکان‌یابی بهینه تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از GIS موردشناسی: شهر سمنان، جغرافیا و توسعه، دوره ۱۲، شماره ۳۵، صص. ۳۳-۴۸.
- ۳) ابراهیم‌نیا سماکوش، سعید؛ خاکساری، علی؛ لطیفی، غلامرضا؛ دامادی، محمد (۱۳۹۲) ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی-محیطی شهر بابلسر، اقتصاد و مدیریت شهری، دوره ۱، شماره ۳، صص. ۳۱-۱۷.
- ۴) اردکانی، سعید؛ میرغفوری، سید حبیب‌الله؛ برقی، شاهین (۱۳۸۹) شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مؤثر بر سطح رضایت گردشگران خارجی در شیراز، فصلنامه مطالعات گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۳، صص. ۲۳-۱.
- ۵) اسماعیل‌زاده، حسن و اسماعیل‌زاده، یعقوب (۱۳۹۶) شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر گردشگری پایدار در شهرهای ساحلی (مطالعه موردی: بندر انزلی)، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال ۱۷، شماره ۶۰، صص. ۷۷-۵۵.
- ۶) انصاری، مجتبی و محمودی نژاد، هادی (۱۳۸۶) باغ ایرانی تمثیلی از بهشت با تأکید بر ارزش‌های باغ ایرانی دوران صفوی. نشریه هنرهای زیبا، شماره ۲۹، صص. ۴۸-۳۹.
- ۷) ابوئی، رضا و جیحانی، حمیدرضا (۱۳۹۱) دشواری مرمت باغ‌های تاریخی ایرانی، مجله صفه، شماره ۵۷، صص. ۱۱۷-۱۰۷.
- ۸) بوذری، سیما؛ خلیفه، ابراهیم؛ بابکی نژاد، مجتبی (۱۳۹۲) تبیین نقش بازار بزرگ تهران در توسعه گردشگری شهری تهران، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، دوره ۱۰، شماره ۳۸، صص. ۸۰-۶۳.
- ۹) پوراحمد، احمد؛ بهدوست، فرانک؛ فرهودی، رحمت‌الله (۱۳۹۴) بررسی نقش گردشگری در توسعه شهری کرمانشاه، جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای، شماره ۵، دوره ۱۵، صص. ۱۰۰-۸۵.
- ۱۰) حکمت‌نیا، حسن (۱۳۹۹) ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شهر میبد، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۲، صص. ۸۴-۷۱.
- ۱۱) حیدری سورشجانی، رسول (۱۳۹۶) مدل‌سازی ساختاری عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به پدیده‌های گردشگری مصنوعی (مطالعه موردی: پارک و دریاچه چیتگر تهران)، فصلنامه گردشگری و توسعه، سال ۶، شماره ۱۱، صص. ۱۴۹-۱۶۸.
- ۱۲) ختایی، محمود؛ فرزین، محمدرضا؛ موسوی، علی (۱۳۸۷) اندازه‌گیری کارایی هتل‌های تهران با استفاده از روش تحلیل پوششی داده‌ها، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، دوره ۳، شماره ۱، صص. ۲۴-۱.
- ۱۳) دیناری، احمد (۱۳۸۴) گردشگری شهری در ایران و جهان، چاپ اول، تهران: انتشارات خرد.
- ۱۴) زال، محمدحسن؛ رمضان زاده لسبویی، مهدی؛ جوربنیان، فرشته (۱۳۹۹) عملکرد موزه‌های باستان‌شناختی و نقش آن در توسعه گردشگری میراث فرهنگی مطالعه موردی: موزه خانه کلبادی شهر ساری، مجله گردشگری شهری، دوره ۷، شماره ۱، صص. ۵۰-۳۷.
- ۱۵) زیاری، کرامت‌الله؛ امانپور، سعید؛ امیری فهلیانی، محمدرضا (۱۳۹۲) بررسی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری شهری

- با تأکید بر عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران (نمونه موردی شهر نورآباد ممسنی)، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، دوره ۱۰، شماره ۳۷، صص. ۳۱-۱۵.
- ۱۶) رحمانی، مریم و ضیایی، محمود (۱۳۸۸) اثرات اجتماعی گردشگری، سالنامه علم گردشگری، شماره ۳، صص. ۶۶۵-۶۴۷.
- ۱۷) رهنما، علی و رفیعی، هادی (۱۳۹۷) عوامل مؤثر در انتخاب مراکز خرید شهری توسط گردشگران و زائران: مطالعه موردی مشهد، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال ۱۸، شماره ۶۳، صص. ۱۴۵-۱۲۵.
- ۱۸) رضایی، محمدرضا؛ مختاری، صادق؛ کشتکار، لیلا (۱۳۹۴) ارائه مدلی تلفیقی جهت اولویت‌بندی زیرساخت‌های توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهرستان‌های استان چهارمحال و بختیاری، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۶، شماره ۲۲، صص. ۱-۱۷.
- ۱۹) سیدعلی پور، سیدخلیل و اقبالی، ناصر (۱۳۹۰) نقش جاذبه‌های اکوتوریستی، فرهنگی و تاریخی در توسعه گردشگری استان سمنان، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۱، شماره ۱، صص. ۶۱-۴۱.
- ۲۰) سازمان جهانی گردشگری (۲۰۱۸) گزارش سالانه عملکرد گردشگری در سطح جهان.
- ۲۱) شعبان‌زاده، پروین؛ بنی‌اسدی، پروانه؛ حیاتی، باب‌الله؛ راحی، حسین (۱۳۹۴) ارزش‌گذاری اقتصادی خدمات تفریحی و تعیین میزان تمایل بازدیدکنندگان به پرداخت هزینه برای بازدید از اماکن گردشگری شهری (مطالعه موردی: باغ گل‌های شهر اصفهان)، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، شماره ۴، دوره ۱۳، صص. ۱۷-۱.
- ۲۲) صفوی، سید راشد؛ اسکندری نوده، محمد؛ علیزاده، محمد؛ خوشدلان، مژگان (۱۳۹۶) بررسی وضعیت اشتغال در بخش گردشگری (استان گیلان)، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال ۱۷، شماره ۶۰، صص. ۳۸-۲۱.
- ۲۳) ضیایی، محمود و داغستانی، سعید (۱۳۸۹) تحلیل سلسله مراتبی جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی شهرستان نیشابور. فصلنامه جغرافیا و توسعه، دوره ۸، شماره ۱۷، صص. ۱۳۸-۱۱۳.
- ۲۴) علی‌اکبری، اسماعیل؛ پوراحمد، علی؛ جلال‌آبادی، لیلا (۱۳۹۷) شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی، فصلنامه گردشگری و توسعه، دوره ۷، شماره ۱، صص. ۱۷۸-۱۵۶.
- ۲۵) علایی، علی (۱۳۹۴) آشنایی و تحلیل باغ‌های تاریخی روستایی ایرانی، مسکن و محیط روستا، دوره ۳۴، شماره ۱۴۹، صص. ۳۶-۱۵.
- ۲۶) عیسی‌لو، شهاب‌الدین؛ خاکساری رفسنجانی، علی؛ سعیدی راد، مجید (۱۳۹۵) سنجش سطح برخورداری شهرستان‌های استان مرکزی به لحاظ زیرساخت‌های گردشگری، مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره ۱۲، شماره ۳، صص. ۵۵۳-۵۶۷.
- ۲۷) کرمی، مهرداد (۱۳۹۱) سنجش پایداری گردشگری از نگاه جامعه محلی مطالعه موردی: شهر نیاسر، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۱۲، شماره ۲۵، صص. ۵۵-۳۱.
- ۲۸) کیانی سلمی، صدیقه و بسحاق، محمدرضا (۱۳۹۶) تحلیل نقش امکانات و زیرساخت‌های گردشگری بر وفاداری و تمایل به بازدید مجدد گردشگران (نمونه موردی: مناطق روستایی شهرستان ساوجبلاغ)، فصلنامه گردشگری و توسعه، سال ۶، شماره ۳، صص. ۱۷۶-۱۵۴.
- ۲۹) کیانی سلمی، صدیقه (۱۳۹۵) گردشگری اجتماع‌محور، الزام توسعه پایدار گردشگری روستایی، همایش ملی توسعه پایدار گردشگری، از تئوری تا عمل، دانشگاه مازندران.
- ۳۰) لطفی، حیدر (۱۳۹۸) ارزیابی توسعه خدمات و زیرساخت‌های گردشگری جنگ در مناطق غرب ایران (نمونه موردی: شهرستان‌های استان کرمانشاه)، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ۱۱، شماره ۳، صص. ۸۸-۷۹.
- ۳۱) فروتنی، فرزانه و همای صالحی، خدیجه (۱۳۹۷) برنامه ریزی گردشگری در زمینه حیات‌وحش شهرستان دزفول، فصلنامه فضای جغرافیایی، سال ۱۸، شماره ۶۲، صص. ۴۴-۳۱.
- ۳۲) قاسمی، مسلم؛ شرفی، حجت‌الله؛ جعفری، مرضیه؛ شیخ‌علی‌پور، بهزاد (۱۳۹۵) رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری با استفاده از تکنیک کوپراس، گردشگری شهری، دوره ۳، شماره ۱، صص. ۴۱-۳۱.
- ۳۳) قنبری، سیروس؛ دهقان، محمدحسین؛ میرکی اناری، حسین (۱۳۹۴) ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۰، شماره ۳۲، صص. ۲۰-۱.
- ۳۴) لحمیان، رضا؛ عبوری، مهدی؛ براری، معصومه (۱۳۹۲) نقش میلمان شهری در توسعه گردشگری شهر ساری، آمایش

جغرافیایی فضا، دوره ۳، شماره ۱، صص. ۱۲۰-۱۰۱.

- (۳۵) متدین، حشمت‌الله (۱۳۸۹) علل پیدایش باغ‌های تاریخی ایرانی، فصلنامه باغ نظر، دوره ۱۵، شماره ۷، صص. ۶۲-۵۱.
- (۳۶) مهرابی، علی (۱۳۹۵) ارزیابی عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران با استفاده از مدل کانو (مطالعه موردی: بخش باغ بهادران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته اکوتوریسم، دانشگاه کاشان.
- (۳۷) نظم‌فر، حسین؛ عشقی چهاربرج، علی؛ امان‌الله‌پور، انور (۱۳۹۵) رتبه‌بندی شهرستان‌های استان مازندران بر اساس زیرساخت‌های گردشگری با روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره، فضای گردشگری، دوره ۵، شماره ۲۰، صص. ۹۹-۱۱۹.
- (۳۸) نظم‌فر، حسین و محمدی، چنور (۱۳۹۸) ارزیابی زیرساخت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در منطقه اورامانات کرمانشاه، فصلنامه برنامه‌ریزی فضایی، سال ۹، شماره ۴ (پیاپی ۳۵)، صص. ۱۶۷-۱۹۰.
- (۳۹) وارثی، حمیدرضا؛ صفراآبادی، اعظم؛ زنگی‌آبادی، علی (۱۳۹۳) نقش عوامل اجتماعی گردشگری در توسعه گردشگری شهری اصفهان، مطالعات جامعه‌شناختی شهری، دوره ۴، شماره ۱۲، صص. ۱۲۸-۱۰۱.
- (۴۰) همتی، رضا و زهرانی، داوود (۱۳۹۳) بررسی عوامل مؤثر بر رضامندی و وفاداری گردشگران خارجی به اصفهان به‌مثابه برند گردشگری، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۳، شماره ۱۰، صص. ۲۰۴-۱۸۲.
- (۴۱) همتی، سیما (۱۳۹۷) نقش توانمندی‌ها و زیرساخت‌های گردشگری در توسعه گردشگری مدرن و پویایی اقتصادی با تأکید بر نقش متغیرهای سیستمی به‌ویژه هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۱۰، شماره ۲، صص. ۱۰۷-۱۲۸.
- (۴۲) یوسفی شهیر، هانیه؛ حسین‌زاده دلیر، کریم؛ باقری، کریم (۱۳۹۲) ارزیابی زیرساخت‌های گردشگری با تأکید بر محورهای ارتباطی و توقفگاه‌ها از دیدگاه گردشگران (منطقه فرهنگی تاریخی تبریز)، فصلنامه فضای گردشگری، سال ۳، شماره ۱۲، صص. ۴۵-۲۵.
- (۴۳) یزدان پناه، مسعود و شکوهی، مهدی (۱۳۹۸) بررسی آثار گردشگری بر رضایت ساکنان محلی با کاربرد نظریه سرریز پایین به بالا؛ نمونه موردی: منطقه کمردوغ، برنامه‌ریزی فضایی، دوره ۹، شماره ۲، صص. ۳۸-۲۳.
- 44) Azizi, Hamid. & Biglari, Mahdi. & Joudi, Pouya. (2011) Assessment the feasibility of sustainable tourism in urban environments employing the cumulative linear model, *Procedia Engineering*, Vol. 21, pp. 24-33.
- 45) Agyeiwah, Elizabeth. & Raymond, Adongo. & Alexandru, Dimache. & Amare, Wondirad. (2016) Make a customer, not a sale: Tourist satisfaction in Hong Kong, *Tourism Management*, Vol. 57, pp.68-79.
- 46) Briedenhann, Jenny. & Eugenia, Wickens. (2004) Tourism Routes as a tool for the economic Development of Rural Areas-vibrant Hope for Impossible Dream? *Tourism Management*, Vol. 25, No.1, pp.71-79.
- 47) Birdogan, Baki. & Cigdem, Basfirinci. & Ilker, Murat Ar. & Zuhai, Cilingir. (2009) An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services: A case study from Turkey, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol.21, No.1, pp. 106-126.
- 48) Chen, Fu Chen. & Tsai, DungChun. (2007) How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?, *Tourism Management*, Vol.28, pp.1115-1122.
- 49) Chun Hsien, Liu. & Chu Ching, Wang. (2008) Forecast competitor service strategy with service taxonomy and CI data, *European Journal of Marketing*, Vol.25, pp.746 - 765.
- 50) Ding, Ji-Feng. (2009) Applying fuzzy quality function deployment (QFD) to identify solutions of service delivery system for port of Kaohsiung, *Quality & Quantity*, Vol.43, No.4, pp.553- 570.
- 51) Evelyn F, Wamboye. & Nyaronga, Peter John. & Sergi, Bruno S. (2020) what are the determinant of international tourism in Tanzania?, *World Development Perspectives*, Vol.17, pp.1-15.
- 52) Feroz, Ahmad. Md. & Shah, A. & Tarun Kanti, B. (2010) Factors Affecting the Selection of Tour Destination in Bangladesh: An Empirical Analysis, *International Journal of Business and Management*, Vol.5, No.9, pp.52-61.
- 53) Hakim, Luchman. (2008) Planning for nature-based tourism in East Java: Recent status of biodiversity, conservation, and its implication for sustainable tourism, *ASEAN Jour. Tour. Hosp*, Vol.7, No.2, pp.155-167.
- 54) Holjeva, Ivanka Avelini. (2003) A Vision of tourism and the hotel industry in the 21 century, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.22, No.2, pp.129-134.
- 55) Javid, Seyidov. & Roma, Adomaitienė. (2016) Factors influencing local tourists' decision-making on choosing a destination: A case of Azerbaijan, *journal of ekonomika*, Vol.95, No.3, pp.112-127.
- 56) Jazmin, A. & Corrales, P. (2017) Factors Influencing Tourism Destinations Attractiveness The Case

- of Malaga, Master Thesis, MSc. European Spatial Planning, Environmental Policy and Regional Development Radboud University, Nijmegen –Blekinge Technical School, Karlskrona, Supervisors: Prof. Jan-Evert Nilsson, Prof. Arnoud Lagendijk.
- 57) Jensen, Ø. (2014) Approaches for the evaluation of visitor experiences at tourist attractions, Bodø and University of Stavanger, University of Nordland, Bodø, Norway.
  - 58) Kim, Kyungmi. & Uysal, Muzaffer. & Sirgy, M. Joseph. (2013) How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?, *Tourism Management*, Vol.36, pp. 527-540.
  - 59) Mai, N. K. & Pham, A. N. (2017) Factors Affecting Tourist Destination Satisfaction and Return Intention-A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam, *Journal of Economics, Business and Management*, Vol.5, No.2, pp.95-102.
  - 60) Liezel du, Plessis. & Der-Merwe, P. Van. & Saayman, Melville. (2018) Environmental factors affecting tourists' experience in South African national parks, *African Journal of Business Management*, Vol.6, No.8, pp.2911-2918.
  - 61) Prato, Tony. (2001) Modeling Carrying Capacity for National Parks, *Ecological Economics*, Vol.39, No.3, pp.321-331.
  - 62) Prideaux, Bruce. (2005) Factors affecting bilateral tourism flows, *Annals of Tourism Research*, Vol.32, No. 3, pp.780-801.
  - 63) Tohid Ardahaey, Fateme. (2011) Economic impact of tourism industry, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 8, pp. 206-215.
  - 64) Tran, Phi Hoang. & Nguyen, Thanh Long. & Phung, Tien Dung. & Phan, Quoc Dung. (2016) Factors affecting the attractions of foreign tourists to community ecotourism destinations in the Mekong Delta Vietnam, *Journal of Business Management and Economics*, Vol.4, No.1, pp.1-6.
  - 65) Tucker, Hazel. (2003) *Living with Tourism: Negotiating Identities in a Turkish Village*, Routledge, Taylor & Francis group: London and New York, Vol.16, pp.81-96.
  - 66) World Travel and Tourism Council (2011) Botswana; the impact of travel and tourism on jobs and the economy, London, Vol.2, pp.32-41.
  - 67) Haiyan, Song. & van der Veen, Robert. & Gang, Li. L. & Chen, Jason. (2012) The Hong Kong tourist satisfaction index, *Annals of Tourism Research*, Vol.39, No.1, pp.459-479.
  - 68) Sung-Ta, Liu. (2020) Comparing the perspectives of municipal tourism departments and cultural departments on urban cultural-tourism development, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol.16, pp.1-8.
  - 69) Sugiyarto, Guntur. & Adam, Blake. (2003) Tourism and Globalization, *Annals of Tourism Research*, Vol.30, No.3, pp.688- 701.
  - 70) Vanhove, R. & A. Luisa. (2006) *A Comparative Analysis of Competition Models for Tourism Destination in M. Kozak Progress in Tourism Marketing*, Elsevier.
  - 71) World Tourism Organization (2011).
  - 72) Yao, Sun. & Hang, Ma. & H. W. Chan, Edwin. (2018) A Model to Measure Tourist Preference toward Scenic Spots Based on Social Media Data: A Case of Dapeng in China, *Journal of Sustainability*, Vol.10, No.43, pp. 2- 13.