



An analysis of the quantity and quality of tourism services in Zanjan province

Mehdi Cheraghi¹ | Hossein Tahmasebi Moghaddam² | Mohammadreza Nemati³ | Saeid Nasire Zare⁴

1. Assistant Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran. **E-mail:** mcheraghi@znu.ac.ir
2. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran. **E-mail:** tahmasebihossein@znu.ac.ir
3. Master Student of Geography and Tourism Planning, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran. **E-mail:** mohammadreza.nemati@znu.ac.ir
4. PhD student of Geography and Rural Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran. **E-mail:** std_nasire_saeid@lhu.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received 2023/09/22 Received in revised 2024/02/29 Accepted 2024/03/11 Published 2024/04/07 Published online 2025/09/23</p> <p>Keywords: Pathology, service, service quality, tourism, Zanjan province.</p>	<p>The advancement of tourism in any region necessitates a thorough understanding of the area's potential, alongside the provision of requisite facilities and services for tourists. Effective planning at all levels is essential to realize successful tourism development. This research investigates the challenges associated with service provision and ranks tourist destinations based on their tourism potential in Zanjan Province, Iran. The study employs a mixed-methods approach, integrating qualitative and quantitative techniques, with data gathered through interviews and questionnaires. Interview data were analyzed utilizing MaxQDA software, while the Analytical Hierarchy Process (AHP) was applied to evaluate criteria, and geographic modeling was employed to assess the spatial distribution of tourist destinations. The findings indicate that Zanjan Province, despite its considerable tourism potential, contends with multiple challenges, including inadequate facilities, inconsistent policies aimed at enhancing tourism services, and insufficient management and planning for tourism development. These challenges have impeded the province's progress in the tourism sector. Two primary concerns identified are the overall low level of services and the lack of coherence in planning and perspectives regarding tourism development. Nonetheless, the geographical distribution analysis identifies several high-potential tourist destinations, including Soltanieh Dome, Gen Chimneys, Angoran Mine, Oljaito Ecotourism Resort, Soltanieh Ecotourism Resort, Boutique Hotel, Zulfaqari Mansion, El Daghi, Seyed Mohammad Bridge, Zanjan Jame Mosque, Khedeivi House, and the Colorful Mountains. These destinations, classified within the first cluster, are distinguished by their high tourism potential and accessibility, attributed to their unique features and proximity to populated areas. Consequently, they warrant prioritization in service planning and development initiatives. In conclusion, while Zanjan Province possesses substantial tourism potential, it is imperative to address systemic issues such as inadequate facilities, inconsistent policies, and poor management to foster sustainable tourism growth. Prioritizing high-potential destinations can establish a foundation for targeted development, enabling the province to enhance its tourism services, attract a greater number of visitors, and achieve long-term success within the tourism sector.</p>

Cite this article: Cheraghi, Mehdi., Tahmasebi Moghaddam, Hossein., Nemati, Mohammadreza., & Nasire Zare, Saeid. (2025). An analysis of the quantity and quality of tourism services in Zanjan province. *Journal of Applied Researches in Geographical Sciences*, 25 (78), 238-255. DOI: <http://dx.doi.org/10.61186/jgs.25.78.12>



© The Author(s). Publisher: University of Kharazmi.
DOI: <http://dx.doi.org/10.61186/jgs.25.78.12>



Extended Abstract

Introduction

The planning of tourism services and service centers plays a critical role in ensuring the welfare and satisfaction of tourists, as well as contributing to the economic development of tourist destinations (Morshidi et al., 2016: 18). However, the lack of proper distribution of tourism infrastructure and services remains a fundamental and evident shortcoming, as highlighted in numerous tourism development studies and plans in Iran (Ghafari, 2008: 2). Zanjan Province, with its rich historical heritage and unique geographical location, stands out as a prime target for tourism development. Its diverse climate, particularly in the northeastern regions such as Tarom City, adds to its appeal as a tourist destination. Each year, Zanjan attracts a significant number of domestic and foreign tourists to its many attractions. Despite its high tourism potential, Zanjan Province has yet to implement fundamental measures to identify and prioritize its most important tourism services or to fully utilize these capacities for tourism development. Prioritizing tourist attractions and destinations based on their potential is essential for effective planning and the creation of tourism infrastructure. Recognizing the importance of this issue, this research adopts a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative techniques, to address the following objectives: Identifying the most important tourism service centers based on tourism potential. Identifying the most significant challenges and deficiencies in service provision at tourist attractions.

Material and Methods

A total of 158 potential and actual tourism destinations (both urban and rural) in Zanjan Province were considered for this study. These destinations were selected based on their ability to attract tourists and the availability of relevant data. To determine the importance of these destinations, the following steps were taken .Identification of Influencing Factors: Factors influencing the evaluation of tourist destinations were identified and prepared . Screening of Indicators: Based on the conditions of the study area, future opportunities and challenges, and criteria such as measurability, availability of primary data, economic efficiency, alignment with goals, and scientific infrastructure, the indicators and variables were screened. A final list of selected indicators was prepared, and a measurement basis was established .Weighting of Criteria: The importance of the indicators was determined using the Analytical Hierarchy Process (AHP) model. Ten tourism experts familiar with spatial analysis concepts were consulted to assign weights to the criteria .Data collection for the survey in tourist destinations was conducted through the following methods .Organizational Data: Information was gathered from competent organizations and knowledgeable individuals within relevant institutions .Local Knowledge: Insights were obtained from local residents, particularly villagers and members of the Islamic Council in each tourist destination .Direct Observations: The researcher conducted field visits to each tourist destination for firsthand observations .Researcher's Investigations: Additional data were



collected through the researcher's investigations within the study area. After data collection, an information analysis model was constructed to calculate the final score for each tourist destination. The PROMETHEE method was used in Visual PROMETHEE software to determine the final scores, while spatial analysis was performed using GeoDa software and Moran's index to assess spatial patterns and clustering of tourist destinations.

Results and Discussion

Tourism is one of the most significant economic sectors globally, often referred to as a "newly emerging economy." Despite its growing importance, identifying and addressing the challenges in service provision remains critical for tourism development. Following the methodological process, the research began by extracting codes from primary data, which were then grouped into concepts through continuous comparison. This process yielded 162 initial concepts, which were later unified into 55 core concepts. These concepts were further refined through axial coding, where related themes were combined, summarized, and categorized to establish connections between them.

Conclusion

The research presented in this case study initially examines the challenges associated with the provision of tourism services in Zanjan Province. Subsequently, it identifies the most significant tourist destinations relevant for strategic planning. High-quality tourism services are achieved when factors such as food quality, hygiene, accommodation, tourism activities, transportation facilities, and health services are meticulously addressed within the tourism industry. Findings from the research indicate that Zanjan Province, despite possessing considerable potential to attract tourists, faces numerous challenges, including inadequate facilities, policy instability affecting the quality of tourism services, and a lack of effective management and planning for tourism development. Consequently, the province has not realized adequate progress in this domain. The overall low standard of services, coupled with inconsistencies in planning and divergent perspectives on tourism, has resulted in varied policies within this sector, which are the two primary issues confronting the tourism service sector in Zanjan Province. Addressing the obstacles and challenges related to service quality is not solely the responsibility of private entities and organizations. It is imperative to maintain and enhance market share, attract visitors, and increase profitability for various purposes. Formulating and implementing foundational policies are essential to mitigate the deficiencies in service provision in Zanjan Province. Therefore, overcoming the challenges associated with tourism services in Zanjan Province fundamentally depends on the establishment of intersectoral policies. This obligation falls upon the responsible institutions, particularly municipalities, the General Department of Islamic Guidance, the Departments of Roads and Urban Development, Sports and Youth, and the Housing Foundation. Furthermore, the formulation and oversight of these policies should be coordinated with the tourism organization. Additionally, based on the research findings, significant tourist destinations have been identified, which should be prioritized in service and infrastructure development planning. These destinations include the Soltanieh Dome, Jen Chimneys, Angoran Mine, Oljaito Ecotourism Residence, Soltanieh Ecotourism Residence, Boutique Hotel, Zulfaqari Mansion, El Daghi, Syed Bridge, Zanjan Jame Mosque, Khedevi House, and the Rangi Mountains.

تحلیلی بر کمیت و کیفیت خدمات گردشگری استان زنجان

مهدی چراغی^۱، حسین طهماسبی مقدم^۲، محمدرضا نعمتی^۳، سعید نصیری زارع^۴

۱. استادیار گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: mcheraghi@znu.ac.ir
۲. نویسنده مسئول، استادیار گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: tahmasebihosseini@znu.ac.ir
۳. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: mohammadreza.nemati@znu.ac.ir
۴. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: std_nasire_saeid@khu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	بدون تردید توسعه گردشگری در هر منطقه‌ای نیازمند شناسایی دقیق محدوده و ارائه تسهیلات و خدمات موردنیاز گردشگران است که آسیب‌شناسی ارائه خدمات، از جهت برنامه‌ریزی در تمامی سطوح برای دستیابی به توسعه موفق گردشگری ضروری است. این تحقیق به آسیب‌شناسی ارائه خدمات و اولویت‌بندی مقاصد گردشگری از لحاظ پتانسیل گردشگری در استان زنجان پرداخته است. تحقیق به صورت ترکیبی کیفی و کمی که روش جمع‌آوری اطلاعات به صورت مصاحبه و پرسشنامه بود. جهت تحلیل مصاحبه از مکس کیودا، برای ارزیابی معیارها از مدل تحلیل سلسله مراتبی و برای توزیع جغرافیایی مقاصد گردشگری نیز از مدل جغرافیایی استفاده شد. براساس یافته‌های تحقیق استان زنجان علی‌رغم ظرفیت‌های مناسب گردشگری، دچار مشکلات فراوانی مانند کمبود امکانات، بی‌ثباتی در سیاست‌های ارتقای کیفیت خدمات گردشگری و عدم مدیریت و برنامه‌ریزی در توسعه گردشگری است و هنوز از پیشرفت مناسبی در این زمینه برخوردار نشده است. پایین بودن سطح عمومی خدمات و ناهماهنگی در برنامه‌ریزی‌ها و نگاه‌های متفاوت به گردشگری دو مشکل اساسی بخش خدمات گردشگری در استان زنجان است؛ اما براساس توزیع جغرافیایی، مقاصد گردشگری: گنبد سلطانیه، دودکش‌های جن، معدن انگوران، اقامتگاه بوم‌گردی اولجایتو، اقامتگاه بوم‌گردی سلطانیه، هتل بوتیک، عمارت ذوالفقاری، ائل داغی، پل سید محمد، مسجد جامع زنجان، خانه خدیوی، کوه‌های رنگی در خوشه اول قرار دارند این بدین معنی است که مقاصد گردشگری موردنظر دارای توانمندی‌های بالایی که جمعیت بیشتری نیز دارند، احاطه شده‌اند که می‌بایست به‌عنوان مناطق اولویت در برنامه‌ریزی و توسعه خدمات قرار بگیرند.
کلیدواژه‌ها: آسیب‌شناسی، خدمات، کیفیت خدمات، گردشگری، استان زنجان.	

استناد: چراغی، مهدی؛ طهماسبی مقدم، حسین؛ نعمتی، محمدرضا؛ و نصیری زارع، سعید (۱۴۰۴). تحلیلی بر کمیت و کیفیت خدمات گردشگری استان زنجان. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۵ (۷۸)، ۲۳۸-۲۵۵.

<http://dx.doi.org/10.61186/jgs.25.78.12>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه خوارزمی تهران.

مقدمه

گردشگری به‌عنوان یک بخش خدمات با رشد سریع در کشورهای در حال توسعه (فابر و گابرت^۱، ۲۰۱۹: ۲۲۴۵) که اهمیت فزاینده‌ای در توسعه دارد (کاردناس گارکیا^۲ و همکاران، ۲۰۱۵: ۲۰۶؛ کونز و توماس^۳، ۲۰۱۵: ۳۲۰). این بخش در بسیاری از کشورها یک منبع مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در بخش‌های رسمی و غیررسمی (مالیک^۴ و همکاران، ۲۰۱۰) که مناطق محروم و کم توسعه می‌توانند از طریق آن توسعه یابند (مانزور^۵ و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۰)؛ اما با توجه به اهمیت فزاینده گردشگری، برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری بسیار مهم است (ژئو و ویو^۶، ۲۰۱۷؛ لین و سیمونس^۷، ۲۰۱۷). برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری در سطوح منطقه‌ای و ملی به‌صورت یک اصل در بسیاری از کشورها پذیرفته شده و بسیاری از کشورها نیز در طول دهه‌ها به توسعه گردشگری پرداخته‌اند (پالیدو فرناندز^۸ و همکاران، ۲۰۲۱: ۱)؛ اما در ارتباط با برنامه‌ریزی گردشگری، توسعه کمی و کیفی خدمات گردشگری یک اصل مهم در توسعه و رشد اقتصادی در نظر گرفته شده است (پارک و جئونگ^۹، ۲۰۱۹: ۱). ارائه نامطلوب و دسترسی نامناسب به خدمات گردشگری یکی از الزامات اساسی برای توسعه گردشگری که وظیفه اصلی صنعت گردشگری نیز، خدمات‌رسانی به گردشگران است (کامیلری^{۱۰}، ۲۰۱۸: ۶).

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع اصلی در توسعه اقتصادی مناطق مختلف، نیاز به برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب دارد. مراکز خدمات گردشگری به‌عنوان نقاط مرکزی که مسافران و گردشگران به آن‌ها مراجعه می‌کنند، نقش حیاتی در تأمین رفاه و جلب رضایت آن‌ها دارند. این مراکز باید به‌طور کامل تجهیز شده و مدیریت شوند تا بتوانند به بهترین شکل ممکن خدمات موردنیاز گردشگران را ارائه کنند؛ بنابراین توجه به برنامه‌ریزی خدمات گردشگری و مراکز خدمات به‌عنوان فضایی برای استقرار و انتظام این نوع از خدمات در مناطق، در تأمین رفاه و جلب رضایت گردشگران و در توسعه اقتصادی مقاصد گردشگری نقش مهمی ایفا می‌کند (مرشدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸). نبود توزیع مناسب زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری، از جمله کاستی‌های بنیادی و م‌شهودی است که در بسیاری از مطالعات و طرح‌های توسعه گردشگری در کشور ما نیز ملموس است (غفاری، ۱۳۸۷: ۲). کمیت و کیفیت خدمات گردشگری ارائه شده به مسافران و گردشگران از اهمیت بسیاری برخوردار است. این دو عامل می‌توانند به‌طور مستقیم تأثیرگذار بر تجربه و رضایت مشتریان باشند و در نهایت تعیین‌کننده موفقیت یا شکست صنعت گردشگری در یک منطقه یا کشور باشند.

استان زنجان یکی از استان‌های هدف گردشگری است که جاذبه‌های گردشگری فراوانی دارد. موقعیت تاریخی این استان و قرار گرفتن در موقعیت جغرافیایی خاص که موجب اقلیم مناسب و متفاوت به‌خصوص در مناطق شمال شرقی (شهرستان طارم) شده، موجب گردیده تا این استان یکی از مناطق جذب گردشگری باشد. بسیاری از مناطق گردشگری آن نیز هر سال پذیرای جمعیت فراوانی از گردشگران داخلی و خارجی بوده است؛ اما با وجود پتانسیل‌های بالای مقصدهای گردشگری در استان زنجان، اقدامات اساسی به‌منظور شناسایی و اولویت‌بندی در ارائه مهم‌ترین خدمات گردشگری و بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها برای توسعه گردشگری صورت نگرفته است. این در حالی است که اولویت‌بندی جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری از لحاظ پتانسیل در یک منطقه جغرافیایی زمینه را برای برنامه‌ریزی اصولی در ایجاد زیرساخت‌های

1. Faber & Gaubert
2. Cárdenas-García
3. Koens & Thomas
4. Malik
5. Manzoor
6. Gao & Wu
7. Lin & Simmons
8. Pulido-Fernández
9. Park & Jeong
10. Camilleri

گردشگری آماده می‌کند؛ بنابراین تحقیق با توجه به اهمیت این موضوع و برای دستیابی به یک نتیجه مقبول، یک رویکرد کیفی و کمی به موضوع مورد مطالعه دارد و سعی می‌کند به اهداف مورد نظر دست یابد:

- شناسایی مهم‌ترین مراکز خدمات گردشگری براساس پتانسیل‌های گردشگری.
- شناسایی مهم‌ترین آسیب‌ها و کاستی‌های ارائه خدمات در جاذبه‌های گردشگری

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

توسعه گردشگری و جریان‌های گردشگری، اقتصاد محلی را از طریق ورود سرمایه، توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط و با ایجاد مشاغل جدید فعال می‌کند. علاوه بر این، شرکت‌های محلی می‌توانند گردش مالی بیشتری از فروش ایجاد کنند، درآمد ساکنان محلی افزایش می‌یابد و بودجه مقدار بیشتری از مالیات را جمع‌آوری می‌کند (بنیتو^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۴). در ارتباط با تحقیقات گردشگری آن‌طور که مشخص است، تحقیقات گردشگری به‌طور مداوم در سال‌های گذشته (آیری^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۵) و در مقطعی نیز به‌صورت تصاعدی از دهه گذشته رشد بیشتری داشته است (کالرو و تیورنر^{۱۳}، ۲۰۲۰: ۲). این موضوع بیانگر اهمیت پیدا کردن نتایج و توسعه فعالیت‌های گردشگری در میان محققان است. جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری یکی از مهم‌ترین عناصر مورد بررسی محققان بوده است. نقش و اهمیتی که توسعه فعالیت‌های گردشگری در توسعه اقتصادی (نرگسی و همکاران، ۱۳۹۷؛ حسونود و خدایانه، ۱۳۹۳) داشته‌اند، موضوعی است که در تحقیقات بیشتری به تأیید آن پرداخته‌اند. هرچند براساس مطالعات گردشگری، توسعه آن در مناطق روستایی و دورافتاده در سال‌های گذشته بیشتر مورد توجه بوده (مسیحی و قاسمی، ۱۳۹۳) ولی گردشگری شهری نیز یکی از موضوعات قابل توجه در این زمینه در تحقیقات حاضر است (الهی‌منش و همکاران، ۱۳۹۷)؛ اما براساس ادبیات گردشگری؛ مقاصد گردشگری فرصت‌های بیشتری را برای توسعه فراهم می‌کنند (بریدنهان و ویچنز^{۱۴}، ۲۰۰۴)؛ بنابراین پیشینه تحقیق نیز با توجه به موضوع مورد مطالعه بیشتر مطالعات مرتبط به آن را مورد توجه قرار می‌دهد.

آسیب‌شناسی در ارائه خدمات گردشگری، موضوعی است که در تحقیقات بدان پرداخته نشده است. با این حال گردشگری و خدمات گردشگری در مطالعات داخلی موضوعی است که بیشتر از جنبه ارزیابی رضایت گردشگران از خدمات و مقاصد گردشگری مورد توجه بوده است. شوهانی و همکاران (۱۳۹۷)، در تحقیقی به بررسی رضایت گردشگران از محصول گردشگری در استان ایلام می‌پردازند. آنان سطوح رضایت گردشگران را در مؤلفه‌های جاذبه مقصد، دسترسی مقصد و تصویر از مقصد می‌پردازند که نتایج آنان بیانگر سطوح متفاوت رضایت است.

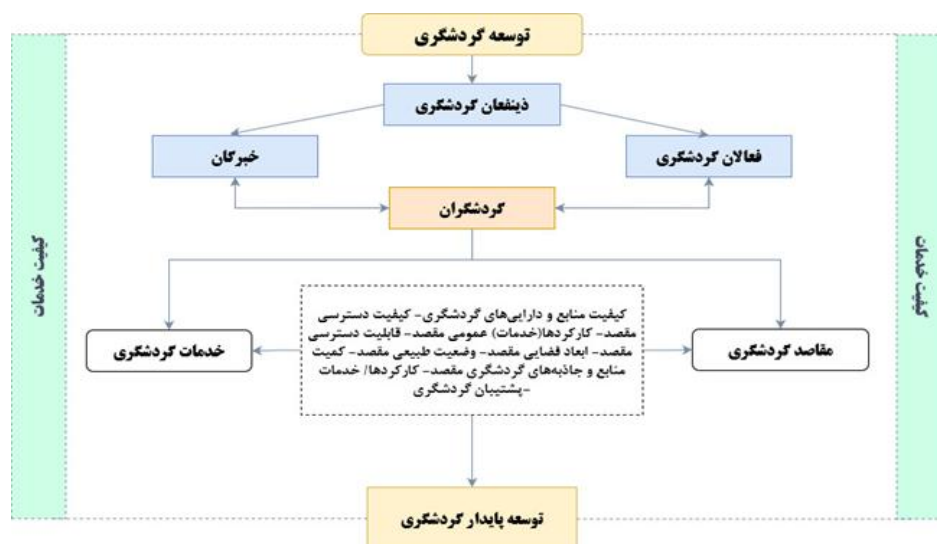
در تحقیقی دیگر توکلی‌نیا و هرائینی (۱۳۹۷)، به ارزیابی میزان رضایت گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری در واحدهای پذیرایی محله دربند تهران می‌پردازند. آنان ۵ بعد: محسوسات، پاسخگویی، قابلیت اعتماد، اطمینان خاطر و همدلی را در ارزیابی کیفیت خدمات بررسی می‌کنند. براساس نتایج بیشترین شکاف کیفیت در بعد محسوسات و کمترین نیز در بعد پاسخگویی بوده است.

در تحقیقات خارجی نیز موضوع خدمات گردشگری یکی از موضوعات قابل توجه بوده است. استرانجانویچ و بالاتویچ^{۱۵} (۲۰۱۵)، بیان می‌کنند که رضایت گردشگران یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار در گردشگری و مهمان‌نوازی که نقش بالایی نیز در توسعه آن دارد (پولاس^{۱۶} و همکاران، ۲۰۱۷).

موخرج^{۱۷} و همکاران (۲۰۱۸)، نیز بیان می‌کنند که کیفیت گردشگری را نه تنها می‌توان با کیفیت ویژگی‌های مقصد، بلکه با کیفیت خدمات و کیفیت تجربه‌ای که فرد از یک مقصد دریافت می‌کند، تعیین کرد.

11. Benito
12. Airey
13. Calero & Turner
14. Briedenhann & Wickens
15. Stranjancevic & Bulatovic
16. Polas
17. Mukherjee

بنابراین براساس آنچه بررسی مطالعات مشخص کرد ارائه خدمات مناسب و حصول اطمینان از رضایت گردشگران به طور گسترده‌ای به عنوان عوامل مهم منجر به موفقیت در گردشگری است (کال^{۱۸}، ۲۰۱۵: ۲۶)؛ اما در این میان در مطالعات موجود، گردشگران تنها به عنوان گروه در ارزیابی کیفیت خدمات مورد توجه قرار گرفته‌اند و این در حالی است که صنعت گردشگری به عنوان یک خدمات، شامل مجموعه‌ای از فعالیت‌ها است که باید به صورت جامع توسط مشارکت‌کنندگان بررسی گردد. در سوی دیگر برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی فضایی مراکز گردشگری نیز یکی دیگر از بررسی‌های مهم است. بررسی توزیع جغرافیایی مقاصد گردشگری براساس توانمندی‌ها و جمعیت این مناطق از جهت این که می‌توان درک مناسبی از توزیع مقاصد گردشگری برای برنامه‌ریزی و توسعه خدمات در این مقاصد داشت، اهمیت دارد. گردشگری می‌تواند شامل حمل‌ونقل به مکان عمومی، حمل‌ونقل محلی، اقامت، اوقات فراغت، سرگرمی، خرید و تغذیه باشد. همچنین آن را می‌توان به عنوان سفری برای تفریح، تجارت به همراه خانواده و یا دوستان مرتبط کرد (نوری و همکاران، ۱۳۹۲؛ هووانگ و لی^{۱۹}، ۲۰۱۹؛ پترس و دوویس^{۲۰}، ۲۰۱۰). گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی پتانسیل بالایی برای رشد اقتصادی دارد (دهکردی و همکاران، ۱۳۹۴؛ تولایی و همکاران، ۱۳۹۲). گردشگری از دهه ۱۹۶۰، به عنوان یک قطب رشد توسعه‌ای مؤثر در نظر گرفته شده است و بسیاری از کشورها بخش گردشگری خود را برای بهبود توسعه اقتصادی خود توسعه داده‌اند (تالفر و شارپلی^{۲۱}، ۲۰۱۵)؛ اما باین حال یک مقصد گردشگری باید ویژگی‌های خاصی داشته باشد. دسترسی به سطوح بالای امنیت، سطح آلودگی پایین و دسترسی به انرژی یا اینترنت و ... که برای توسعه گردشگری مهم هستند (پالیدو فرناندز و کاردنز گاریکا^{۲۲}، ۲۰۱۹؛ چینگاردن و سایمان^{۲۳}، ۲۰۱۸). کیفیت خدمات اساسی‌ترین نقش را در رضایت مراجعه‌کنندگان و نقش مهمی در روند ارزیابی پاسخگویی و اثربخشی در ارائه خدمات دارد (سقای و کاووسی، ۱۳۹۳)؛ زیرا گردشگری به عنوان یک صنعت خدماتی عمدتاً وابسته به کمیت و کیفیت خدماتی است که ارائه می‌شود (کاجاوالا و همکاران، ۲۰۱۸: ۴۲)؛ بنابراین براساس آنچه بیان گردید، بررسی و ارزیابی خدمات و به دنبال آن آسیب‌شناسی خدمات ارائه شده به گردشگران؛ نخستین گام ضروری برای بهبود کیفیت و توسعه گردشگری است. به علاوه نقش کلیدی گردشگر و حضور آن و استفاده از خدمات، عامل اصلی در توسعه و رشد گردشگری است (خطیب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳).



18. Kall

19. Hwang & Lee

20. Peeters & Dubois

21. Telfer & Sharpley

22. Cárdenas-García

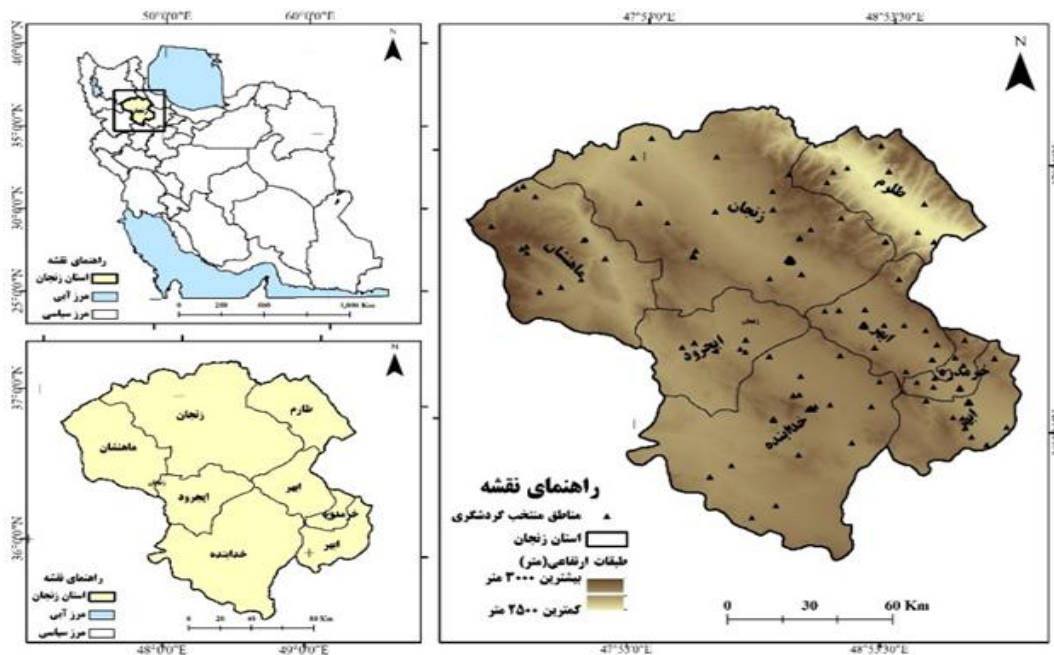
23. Chingarande & Saayman

شکل (۱). مدل مفهومی تحقیق (منبع: نگارندگان با استفاده از مبانی نظری تحقیق، ۱۴۰۲)

روش تحقیق

موقعیت منطقه مورد مطالعه

استان زنجان یکی از استان‌های شمال غربی کشور است. این استان براساس آخرین تقسیمات سیاسی در سال ۱۳۹۵، شامل ۷ شهرستان، ۱۶ بخش، ۱۸ شهر، ۴۶ دهستان و ۹۸۱ روستای دارای سکنه است. جمعیت ساکن در استان زنجان بیشتر در مناطق شهری (۶۲ درصد) و تنها جمعیت محدودی در روستاها (۳۸ درصد) ساکن هستند. از عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری این استان، آب و هوای متفاوت و خاص استان زنجان است. اقلیم معتدل و مرطوب در مناطق شمالی و شرقی و خشک و نیمه خشک در مناطق جنوبی یکی از ویژگی‌هایی است که این استان را به لحاظ موقعیت جغرافیایی در شرایطی مناسب قرار داده است. به لحاظ موقعیت جغرافیایی و نسبی نیز این استان به مناطق پرجمعیت مانند استان‌های آذربایجان شرقی و همچنین استان‌های میانی مانند استان تهران نزدیک بوده و این عامل موجب حضور گردشگران بیشتری در این استان می‌گردد. از سوی دیگر وجود ابنیه‌ها و پیشینه تاریخی نیز این استان یکی دیگر از مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری در این استان است. در شکل (۲)، موقعیت جغرافیایی استان زنجان و مناطق منتخب گردشگری که به صورت موردی در تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرند، مشخص شده است.



شکل (۲). موقعیت جغرافیایی استان زنجان و مناطق منتخب گردشگری (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

داده و روش کار

تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت کاربردی و از نظر روش تحقیق در زمره تحقیقات کیفی - کمی قرار دارد. بخش اول تحقیق به صورت تحقیقات کیفی و بخش دوم تحقیق نیز به صورت تحقیقات کمی انجام شده است. روش گردآوری اطلاعات در بخش کیفی به صورت مصاحبه عمیق و نیمه ساختارمند که انتخاب افراد نمونه به صورت نمونه‌گیری هدفمند بوده است. در این مصاحبه سعی گردید تا گفت‌وگوها به صورت باز و به مصاحبه‌شوندگان اجازه داده شود که عقاید و افکارشان را با کلمات آشنای خود بیان کنند. مصاحبه در این بخش تا زمان رسیدن به پاسخ‌های تکراری که اظهارنظرها در خصوص موضوع و هدف تحقیق به حالتی یکنواختی و تکرار رسیده باشد، ادامه یافت؛ اما پس از پایان مصاحبه، تمامی اطلاعات گفتاری و نوشتاری که به صورت تهیه چک‌لیست بودند در برنامه مکس کیودا به صورت خط به خط بررسی و مفاهیم مرتبط با اهداف و

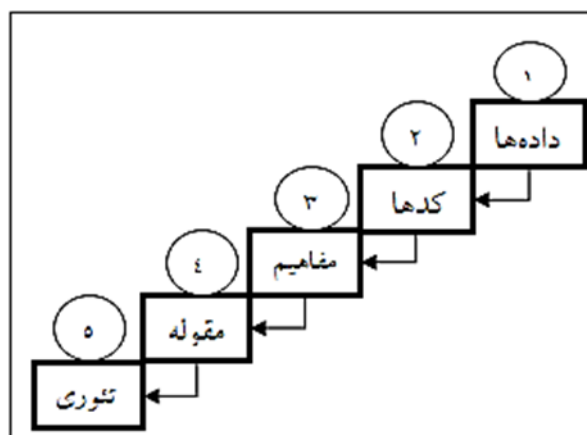
موضوع تحقیق جمع‌آوری شدند؛ اما در این بخش به منظور اطمینان از صحت مفاهیم به دست آمده؛ از روش ارزیابی گوبا و لینکولن (۱۹۸۲)، برای تأمین روایی و پایایی استفاده شد. مفاهیم مورد نظر توسط خبرگان که آگاهی مناسبی با موضوع تحقیق داشتند انجام شد که پس از جمع‌بندی و حذف برخی از مفاهیم نامرتب از سوی آنان، مقوله‌های مورد نظر در بخش بعدی تحقیق استفاده شدند؛ اما جامعه آماری این تحقیق خبرگان فعالان بخش گردشگری و گردشگران ورودی به استان زنجان می‌باشند که شامل ۷ گروه بودند، جدول (۱).

جدول (۱). تعداد جامعه نمونه برای مصاحبه تحقیق

ردیف	گروه	تعداد	فراوانی
۱	فعالان دفاتر خدمات مسافرتی و تور اپراتورها	۲۴	٪ ۴۵/۳
۲	فعالان ناوگان حمل و نقل		
۳	فعالان هتل‌ها، واحدهای اقامتی و رستوران‌ها		
۴	فعالان راهنمایان گردشگری		
۵	فعالان فروشگاه‌های صنایع دستی		
۶	فعالان مراکز خرید، موزه‌ها، جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و اماکن تفریحی	۲۹	٪ ۵۴/۷
۷	گردشگران ورودی به استان زنجان		
-	جمع	۵۳	٪ ۱۰۰
۱	خبرگان (برای تعیین روایی و پایایی یافته‌های مصاحبه)	۵	٪ ۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

روش تجزیه و تحلیل کیفی با بهره‌گیری از مدل تئوری بنیانی می‌باشد؛ بنابراین در این بخش به صورت کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی به تحلیل و طراحی مدل تئوری تحقیق پرداخته شد.

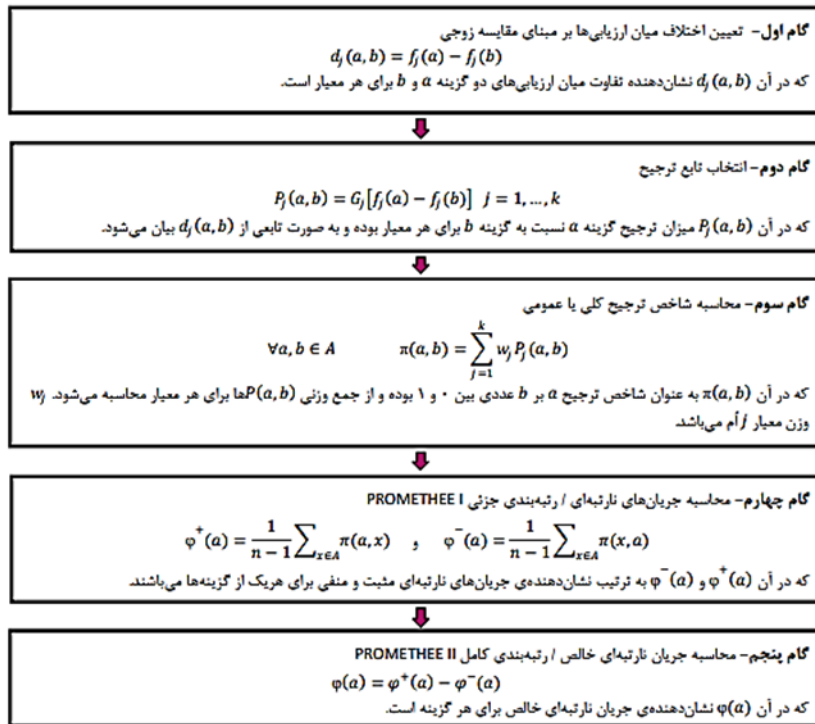


شکل (۳). نمودار فرآیند شکل‌گیری تئوری (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

اما در بخش دوم تحقیق به ارزیابی و تعیین مقصدهای مهم گردشگری در استان زنجان پرداخته شد. در این مطالعه، ۱۵۸ مقصد بالقوه و بالفعل گردشگری (شهری و روستایی) در استان زنجان مورد توجه قرار گرفت که برای تکمیل برگه‌های اطلاعاتی مورد نیاز، تمام شماری شدند. انتخاب مقصدهای گردشگری بر اساس اطلاعات موجود که قابلیت جذب گردشگری داشتند انتخاب گردیدند. برای تعیین اهمیت مقصدهای گردشگری نخست عوامل اثرگذار بر فرآیند ارزیابی مقصدهای گردشگری تهیه گردید. سپس با توجه به شرایط ناحیه مورد مطالعه و فرصت‌ها و چالش‌های پیشروی، با در نظر گرفتن معیارهایی چون قابلیت اندازه‌گیری، در دسترس بودن داده‌های اولیه، صرفه اقتصادی، همسویی با اهداف و برخورداری از زیربنای علمی مناسب، شاخص‌ها و متغیرهای مورد نظر غربالگری و در نهایت لیست شاخص‌های منتخب آماده و مبنای اندازه‌گیری واقع شد. پس از تهیه شاخص‌ها؛ برای تعیین وزن معیارها از ۱۰ نفر متخصص گردشگری آشنا با مفاهیم تحلیل

فضایی استفاده و در مدل تحلیل سلسله‌مراتبی AHP اهمیت شاخص‌ها تعیین گردید؛ اما جمع‌آوری اطلاعات بخش پیمایشی در مقصدهای گردشگری نیز بر روش‌های زیر تکمیل و برداشت شد:

- ۱- مراجعه به سازمان‌های ذیصلاح و پرسش از افراد سازمانی مطلع در نهاد مرتبط؛
 - ۲- مراجعه به افراد مطلع محلی و به‌ویژه دهیاران و اعضای شورای اسلامی هر یک از این مقصدهای گردشگری پراکنده در سطح شهرستان، بخش و دهستان و روستا؛
 - ۳- مشاهدات مستقیم محقق از طریق مراجعه به هر یک از مقصدهای گردشگری؛
 - ۴- و بررسی‌های محقق در محدوده مورد مطالعه.
- اما پس از جمع‌آوری اطلاعات و ساخت مدل تحلیل اطلاعات و نیل به امتیاز نهایی هر یک از مقصدهای گردشگری مورد مطالعه، از روش PROMETHEE در Visual برای تعیین امتیاز نهایی هر یک از مقصدهای گردشگری و برای تحلیل فضایی از GeoDa و شاخص موران استفاده شد.



شکل (۴). فرآیند روش پرومت (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲)

نتایج و بحث

گردشگری یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها بوده که اکنون نیز به‌عنوان یک اقتصاد نوظهور مشخص گردیده است؛ اما با وجود اهمیت فزاینده گردشگری، شناسایی و رفع آسیب‌های ارائه خدمات یکی از مهم‌ترین راه‌های توسعه گردشگری است. بنابر فرایند روش شناختی، نخست از اطلاعات اولیه، کدهای مرتبط با موضوع تحقیق مشخص شدند و سپس به شیوه مقایسه مداوم از ترکیب چندین کد، یک مفهوم استخراج شد و به همین ترتیب سایر کدها نیز به مفاهیم تبدیل شدند تا سرانجام ۱۶۲ مفهوم به دست آمد. در این بخش مفاهیم به‌دست‌آمده از جامعه هدف در دو گروه به دست آمدند.

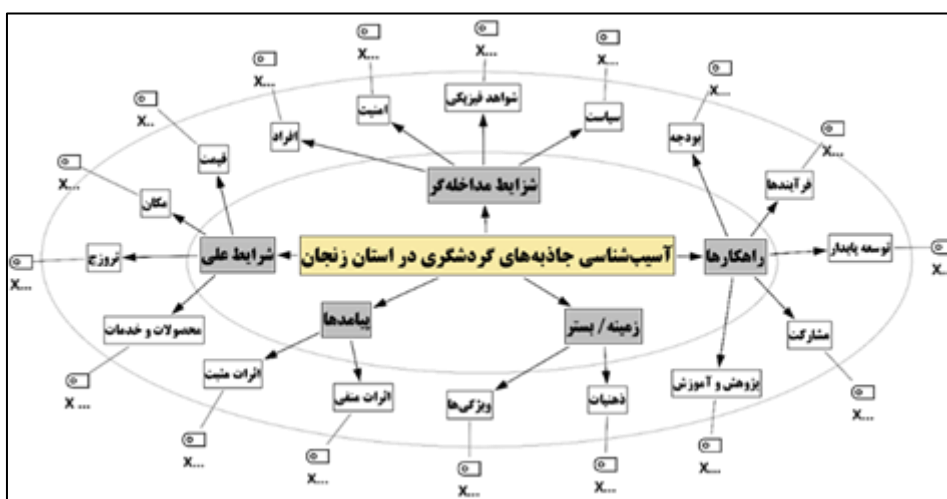
جدول (۲). فراوانی مفاهیم به‌دست‌آمده از گروه نمونه در تحقیق

ردیف	گروه	تعداد مفاهیم استخراج شده	فراوانی
۱	فعالان گردشگری	۸۴	٪ ۵۱/۹
۲	گردشگران	۷۸	٪ ۴۸/۱

ردیف	گروه	تعداد مفاهیم استخراج شده	فراوانی
	جمع	۱۶۲	٪۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

در مرحله بعد مفاهیم با هم یکی شد و در نهایت به ۵۵ مفهوم رسید؛ سپس در این پژوهش برای کدگذاری محوری مقوله به دست آمده از مرحله کدگذاری باز با هم مقایسه ترکیب و ادغام، تقلیل و تلخیص شدند. به عبارت دیگر در این مرحله از پژوهش نخست مفاهیم کدگذاری باز مرور شدند، سپس با بازنگری در مضامین هم خانواده و مرتب سازی نهایی آن‌ها، فهم نهایی ارتباطات میان مفاهیم و مقولات هم خانواده و ترکیب نهایی آن‌ها انجام شد (شکل ۵).



شکل (۵). کدگذاری مفاهیم مستخرج از مصاحبه (منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

اما پس از آن که مقوله بندی و کدگذاری نهایی نتایج مصاحبه انجام شد، جدول (۳)؛ به طرح مدل فرآیندی توسعه خدمات گردشگری در استان زنجان پرداخته شد.

جدول (۳). نتایج کدگذاری محوری و مقوله بندی کدها

مفهوم	مقوله سطح دوم	مقوله سطح اول
افزایش تنوع و جذابیت جاذبه های گردشگری / بهبود رضایت گردشگران از خدمات / افزایش تعداد خدمات گردشگری	افزایش تنوع و جذابیت جاذبه های گردشگری / بهبود رضایت گردشگران از خدمات / افزایش تعداد خدمات گردشگری	افزایش تنوع و جذابیت جاذبه های گردشگری / بهبود رضایت گردشگران از خدمات / افزایش تعداد خدمات گردشگری
منحصربه فرد / ایجاد برند در محصولات گردشگری / بهبود و توسعه زیرساخت های گردشگری / تنوع و بهبود در ارائه محصولات و خدمات	منحصربه فرد / ایجاد برند در محصولات گردشگری / بهبود و توسعه زیرساخت های گردشگری / تنوع و بهبود در ارائه محصولات و خدمات	منحصربه فرد / ایجاد برند در محصولات گردشگری / بهبود و توسعه زیرساخت های گردشگری / تنوع و بهبود در ارائه محصولات و خدمات
خدمات گردشگری / تداوم عملکرد مطلوب برای ایجاد اعتماد در میان گردشگران	خدمات گردشگری / تداوم عملکرد مطلوب برای ایجاد اعتماد در میان گردشگران	خدمات گردشگری / تداوم عملکرد مطلوب برای ایجاد اعتماد در میان گردشگران
کاهش ارزش پول / قیمت پایین خدمات ارائه شده	قیمت	شرایط علی
فواصل میان جاذبه های گردشگری در مناطق استان / تماس بازدیدکنندگان و مردم بومی برای حضور گردشگران / ایجاد و توسعه مراکز تفریحی	مکان	شرایط علی
حضور شرکت ها و انجمن های گردشگری در نمایشگاه ها / افزایش بازاریابی دهان به دهان / معرفی جاذبه های استان در رسانه ها و شبکه های اجتماعی / توسعه ارتباطات اجتماعی برای حضور مجدد گردشگران	ترویج	شرایط علی
توسعه قوانین و مقررات گردشگری / توسعه سیاست های گردشگری / خصوصی سازی در حوزه گردشگری / توسعه مسئولیت های اجتماعی در حوزه گردشگری	سیاست	شرایط علی
توسعه ایمنی در خدمات ارائه شده به گردشگران (راه ها و ...) / ایجاد احساس امنیت اجتماعی میان گردشگران / توسعه بیمه های اجتماعی	امنیت	شرایط مداخله گر
زیباسازی شهرها و نورپردازی / پاکیزگی جاذبه ها و محیط های شهری / توسعه و مدرن سازی خدمات	شواهد فیزیکی	شرایط مداخله گر
مغرب سازی و توسعه آموزش های مناسب به فعالین گردشگری	افراد	شرایط مداخله گر

زمینه/بستر	ویژگی‌ها	خصوصیات فرهنگی و اجتماعی استان/ وضعیت اقتصادی ساکنین/ قوانین و مقررات حاکم
	ذهنیت	دیدگاه و ذهنیت شکل گرفته در اذهان گردشگران/ تبلیغات منفی درباره استان
پیامدها	اثرات مثبت	جلب رضایت گردشگران/ حضور بیشتر گردشگران/ کاهش مهاجرت از روستا به شهر/ توسعه مناطق روستایی/ کارآفرینی و ایجاد اشتغال میان ساکنین/ معرفی فرهنگ و جاذبه‌های استان/ توسعه رفاه در مناطق میزبان گردشگر/ حفاظت از منابع و میراث فرهنگی/ تقویت و غنای فرهنگی استان
	اثرات منفی	دگرگونی فرهنگی و اجتماعی در جامعه میزبان/ تأثیرات منفی بر هنجارهای جامعه میزبان/ تخریب محیط زیست
	برنامه‌ریزی	تدوین برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت/ توسعه سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی
	توسعه پایدار	توسعه گردشگری سبز/ مدیریت منابع پایدار انرژی و آب/ مدیریت پسماندها/ حفظ جنگل‌ها و مراتع و میراث فرهنگی
راهکارها	فرایندها	توسعه همکاری با استان‌های دارای تجارب موفق در توسعه گردشگری/ توسعه آموزش‌های اثربخش در حوزه گردشگری میان فعالین/ بازنگری در سیاست‌های توسعه گردشگری
	مشارکت	همکاری و هماهنگی میان نهادهای درگیر در گردشگری
	پژوهش و آموزش	توسعه تحقیقات علمی در گردشگری/ آموزش فعالین در حوزه گردشگری
	بودجه	تأمین مالی برای ساخت و تکمیل زیرساخت‌ها/ توسعه سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی در حوزه گردشگری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

برای توسعه خدمات گردشگری مدلی به دست آمد که چهار بعد اصلی داشته است. زمینه/بستر؛ راهکارها؛ شرایط علی و شرایط مداخله‌گر ابعاد اصلی هستند.



شکل (۶). مدل فرآیندی توسعه خدمات گردشگری در استان زنجان (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

اما بخش بعدی تحقیق، تعیین اولویت و ارزیابی مقصدهای گردشگری در استان زنجان است. برای این بررسی شاخص‌های موردنظر به دست آمدند که در گام نخست به ارزیابی اهمیت شاخص‌ها پرداخته شد، جدول (۴).

جدول (۴). وزن‌های به‌دست‌آمده برای معیارهای موردبررسی با روش سلسله‌مراتبی

رتبه	نام معیار	وزن معیار	رتبه	نام معیار	وزن معیار
۱	کیفیت منابع و دارایی‌های گردشگری مقصد	۰/۲۲۲	۶	وضعیت طبیعی مقصد	۰/۱۰۲
۲	کیفیت دسترسی مقصد	۰/۱۵۷	۷	کمیت منابع و جاذبه‌های گردشگری مقصد	۰/۱۰۱
۳	کارکردها (خدمات) عمومی مقصد	۰/۱۱۲	۸	کارکردها/خدمات پشتیبان گردشگری	۰/۰۹۶
۴	قابلیت دسترسی مقصد	۰/۱۰۷	-	مجموع وزن‌ها	۱
۵	ابعاد فضایی مقصد	۰/۱۰۳	-	نرخ ناسازگاری	۰/۰۰۱

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

برای ساماندهی فضایی مقصدهای گردشگری، معیار کیفیت منابع و دارایی‌های گردشگری، بیشترین اهمیت است، معیار کیفیت دسترسی و پس‌از آن نیز به ترتیب معیارهای کارکردهای (خدمات) پشتیبان گردشگری و قابلیت دسترسی به

مقصدهای گردشگری مهم‌ترین معیارها هستند؛ اما پس از مشخص شدن اهمیت معیارها، با استفاده از روش پروموتی نسبت به رتبه‌بندی مقصدها و تعیین امتیاز نهایی آن‌ها پرداخته شد.

جدول (۵). امتیاز نهایی و رتبه مقصدهای گردشگری

رتبه	مقصد	رتبه	امتیاز	مقصد	رتبه	امتیاز	رتبه	مقصد	امتیاز
۱	کوه قیدار	۱۲۱	۳۵/۲۷	روستای قره اوغلاقلو	۸۱	۴۶/۴۷	۴۱	روستای جوقین	۹۸/۴۱
۲	کاروانسرا نیک پی	۱۲۲	۳۵/۱۷	روستای گوهر	۸۲	۴۶/۴۷	۴۲	امند	۹۷/۴
۳	دینگه داغ	۱۲۳	۳۴/۹۴	پارک ارم	۸۳	۴۵/۶۹	۴۳	حمام تاریخی زرین‌رود	۹۶/۸۹
۴	مسجد عباسقلی خان	۱۲۴	۳۴/۸۷	کاروانسرای قره بلاغ	۸۴	۴۵/۳۴	۴۴	مسجد خانم	۹۰/۳۳
۵	منطقه بر فگیر دهجلال	۱۲۵	۳۴/۶۴	روستای لار	۸۵	۴۵/۲۷	۴۵	روستای کرسف	۸۷/۹۴
۶	آشار سرخه میشه	۱۲۶	۳۴/۵۸	مسجد جامع ابهر	۸۶	۴۴/۶۷	۴۶	سد حسن ابدال	۷۹/۴۷
۷	آبشار ماری	۱۲۷	۳۴/۵۱	کاروانسرای سنگی	۸۷	۴۳/۵۷	۴۷	شهر زیرزمینی دیزالچ	۷۴/۱۴
۸	پارک ملت	۱۲۸	۳۴/۴۷	سد قانلی	۸۸	۴۳/۱۷	۴۸	مسجد جامع سجاس	۷۲/۴۷
۹	مسجد نورالنبی ابهر	۱۲۹	۳۴/۳۴	روستای ویر	۸۹	۴۲/۴۷	۴۹	خانه توفیقی	۷۱/۴۷
۱۰	آبشار شارشار	۱۳۰	۳۴/۲۸	روستای ززند	۹۰	۴۲/۳۷	۵۰	خانه خدیوی	۷۰/۲۸
۱۱	تکه قیه سی	۱۳۱	۳۴/۲۷	روستای سفید کمر	۹۱	۴۱/۳۲	۵۱	تپه تاریخی خالصه	۶۷/۶۱
۱۲	آبشار دربند	۱۳۲	۳۴/۲۷	مقبره پیر زهرنوش	۹۲	۴۱/۲۱	۵۲	سد کینه ورس	۶۷/۵۸
۱۳	سد خلیفه لو	۱۳۳	۳۴/۲۴	چشمه بالخلی بلاغ	۹۳	۴۰/۴۷	۵۳	غار حاجی کندی	۶۷/۱۴
۱۴	روستای ساریچالو	۱۳۴	۳۴/۱۷	روستای الوند	۹۴	۴۰/۲۷	۵۴	مسجد زینبیه	۶۷/۱۲
۱۵	سد کبود گنبد	۱۳۵	۳۳/۸۴	چشمه ززند	۹۵	۴۰/۲۴	۵۵	مسجد ارزه خوران	۶۶/۵۵
۱۶	امامزاده هاشم و عوف (ع)	۱۳۶	۳۳/۶۳	سد بوئین	۹۶	۴۰/۱۴	۵۶	دهکده‌های تفریحی ابهر	۶۶/۴۷
۱۷	آبشار چهرآباد	۱۳۷	۳۳/۵۱	یاستی قلعه	۹۷	۳۹/۹۱	۵۷	زید الکبیر ابهر	۶۵/۶۱
۱۸	آتشکده گیلان کشه	۱۳۸	۳۳/۴۷	روستای مرشون	۹۸	۳۹/۱۴	۵۸	کاروانسرا سرچم	۶۵/۲۱
۱۹	قلعه یداله خان بیگدلی	۱۳۹	۳۲/۸۴	روستای بلوین	۹۹	۳۸/۹۱	۵۹	روستای ولیدر	۶۴/۹۱
۲۰	غار زیل	۱۴۰	۳۲/۷۴	روستای اردجین	۱۰۰	۳۸/۶۱	۶۰	غار گلچیک	۶۴/۶۱
۲۱	امامزاده یحیی (ع)	۱۴۱	۳۲/۲۴	روستای شاه نشین	۱۰۱	۳۸/۵۷	۶۱	روستای سنبل آباد	۶۴/۴۷
۲۲	امامزاده اسماعیل ابهر	۱۴۲	۳۱/۳۷	روستای تشویر	۱۰۲	۳۸/۴۷	۶۲	معدن مس	۶۲/۱۴
۲۳	بقعه امامزاده اسحق (ع)	۱۴۳	۳۱/۳۳	وزنه سر	۱۰۳	۳۷/۷۱	۶۳	گرمابه حاج ابراهیم	۶۱/۴۷
۲۴	سد شویر	۱۴۴	۳۱/۳۲	آرامگاه مجتهدی	۱۰۴	۳۷/۶۷	۶۴	روستای هزاررود	۶۱/۳۷
۲۵	روستای جند حسین	۱۴۵	۳۱/۲۴	چشمه آب گرم وندق	۱۰۵	۳۷/۶۱	۶۵	روستای گوزلدرد	۵۹/۴۷
۲۶	آبشار اندآباد علیا	۱۴۶	۳۱/۱۹	روستای آقاجری	۱۰۶	۳۷/۶۱	۶۶	روستای قوزلو	۵۸/۶۷
۲۷	باغات خرمدرد	۱۴۷	۳۰/۱۴	چشمه آب گرم میانج	۱۰۷	۳۷/۶۱	۶۷	روستای دوتپه سفلی	۵۶/۸۹
۲۸	روستای انجلین	۱۴۸	۲۹/۹۴	روستای ونونان	۱۰۸	۳۷/۶۱	۶۸	آبشار آرانا	۵۶/۴۷
۲۹	امامزاده یعقوب	۱۴۹	۲۹/۸۸	صخره قیرخ	۱۰۹	۳۷/۵۱	۶۹	روستای خور جهان	۵۶/۲۷

رتبه	مقصد	رتبه	امتیاز	مقصد	رتبه	امتیاز	مقصد	رتبه	امتیاز
۳۰	سد تهیم	۷۰	۵۲/۴۷	روستای قویی	۱۱۰	۳۷/۴۸	آبشار هشترخان	۱۵۰	۲۹/۶۷
۳۱	کوه های رنگی	۷۱	۵۱/۹۴	مسجد جامع قروه	۱۱۱	۳۷/۴۷	آبشار شارشار کرسف	۱۵۱	۲۹/۶۴
۳۲	پل سردار	۷۲	۵۱/۳۷	باغات سهرورد	۱۱۲	۳۷/۱۴	روستای ازناپ	۱۵۲	۲۹/۴۱
۳۳	علم کندی	۷۳	۵۱/۲۴	چشمه علی	۱۱۳	۳۶/۹۱	سد عالی قاپو	۱۵۳	۲۹/۱۴
۳۴	کلیسا	۷۴	۵۱/۱۷	چشمه شاه بلاغی	۱۱۴	۳۶/۶۱	سد چرگر	۱۵۴	۲۸/۵۱
۳۵	حسینیه زنجان	۷۵	۴۹/۴۷	روستای خراسانلو	۱۱۵	۳۶/۶۱	معدن مردان نمکی	۱۵۵	۲۸/۴۱
۳۶	اقامتگاه بوم گردی	۷۶	۴۹/۳۸	قلعه لک لکها	۱۱۶	۳۶/۴۱	آبشار قلعلی	۱۵۶	۲۷/۶۱
۳۷	قنات نعلبندان	۷۷	۴۹/۳۴	روستای قوهیجان	۱۱۷	۳۶/۱۴	آبشار ارقین	۱۵۷	۲۷/۶۱
۳۸	خانه معین	۷۸	۴۸/۹۱	روستای سوکهریز	۱۱۸	۳۵/۹۷	سد توده بین	۱۵۸	۲۷/۶۱
۳۹	قیدار نیی	۷۹	۴۸/۶۸	روستای سروجهان	۱۱۹	۳۵/۴۷	چشمه ازدهاتو	۱۵۹	۲۷/۶۱
۴۰	روستای درسجین	۸۰	۴۷/۱۱	روستای سهرین	۱۲۰	۳۵/۳۴	حمام سالار	۱۶۰	۲۷/۴۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

بیشترین امتیاز برای مقاصد گردشگری گنبد سلطانیه، بازار زنجان، رختشوی خانه زنجان، غار کتله خور و موزه مردان نمکی می‌باشد؛ اما در ارتباط با مقصدهای گردشگری، موضوعی که می‌تواند برای این بررسی مهم‌تر باشد. توزیع جغرافیایی مقاصد گردشگری براساس توانمندی‌ها و جمعیت این مناطق است.

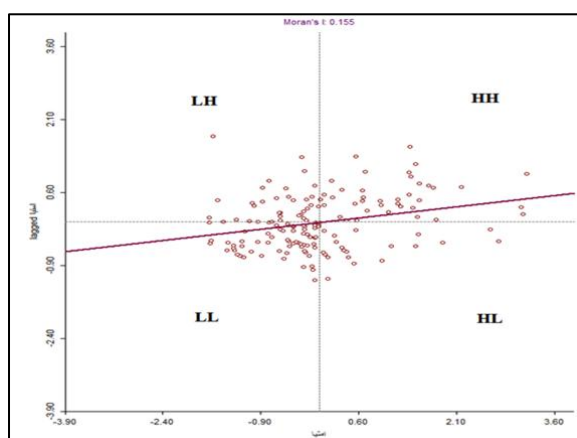
بررسی این موضوع از جهت این که می‌توان درک مناسبی از توزیع مقاصد گردشگری برای توسعه این مقاصد داشت اهمیت دارد؛ زیرا شناخت مقصدهایی که بیشترین جمعیت را دارند و توسط مقصدهایی که بیشترین جمعیت را دارند احاطه شده‌اند می‌تواند از یک سو بیانگر توجیه سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی باشد و از سوی دیگر به دلیل جمعیت بیشتری که این مناطق دارند، می‌تواند موجب توسعه اقتصادی در این مناطق گردد. برای این بررسی از نمودار پراکندگی موران در GeoDa استفاده شد. این نمودار با مشخص نمودن بازه مکانی متغیر در محور عمودی و ارزش متغیر در هر ناحیه بر روی محور افقی، مشابهت‌ها و عدم مشابهت‌های هر جفت از واحدهای مجاور را با یکدیگر اندازه می‌گیرد. در این نمودار واحدهایی که از نظر همبستگی دارای مقادیر یکسانی باشند در هر کدام از چارک‌های نمودار قرار می‌گیرند. از این رو در نمودار موردنظر تمام مقصدهای گردشگری برحسب امتیازی توانمندی‌های گردشگری و تعداد جمعیت ساکن در این مناطق به ۴ چارک دسته‌بندی شدند:

چارک HH، نواحی را نشان می‌دهد که دارای ارزش‌های بالا برای متغیر مورد تحلیل بوده (ارزش‌های بالاتر از میانگین) و یا نیز توسط نواحی دارای ارزش بالاتر از میانگین برای متغیر مورد تحلیل احاطه شده‌اند.

چارک LH، نواحی با ارزش‌های پایین هستند (ارزش‌های کمتر از میانگین) و یا توسط نواحی با ارزش‌های بالا احاطه شده‌اند.

چارک LL، نواحی با ارزش‌های پایین (ارزش‌های کمتر از میانگین) که توسط نواحی با ارزش‌های پایین نیز احاطه شده‌اند.

چارک HL، نواحی هستند که دارای مقدار ارزش‌های بالا هستند و همچنین توسط نواحی با ارزش پایین احاطه شده‌اند.



شکل (۷). خوشه‌بندی مقاصد گردشگری براساس نمودار پراکندگی مورگان (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

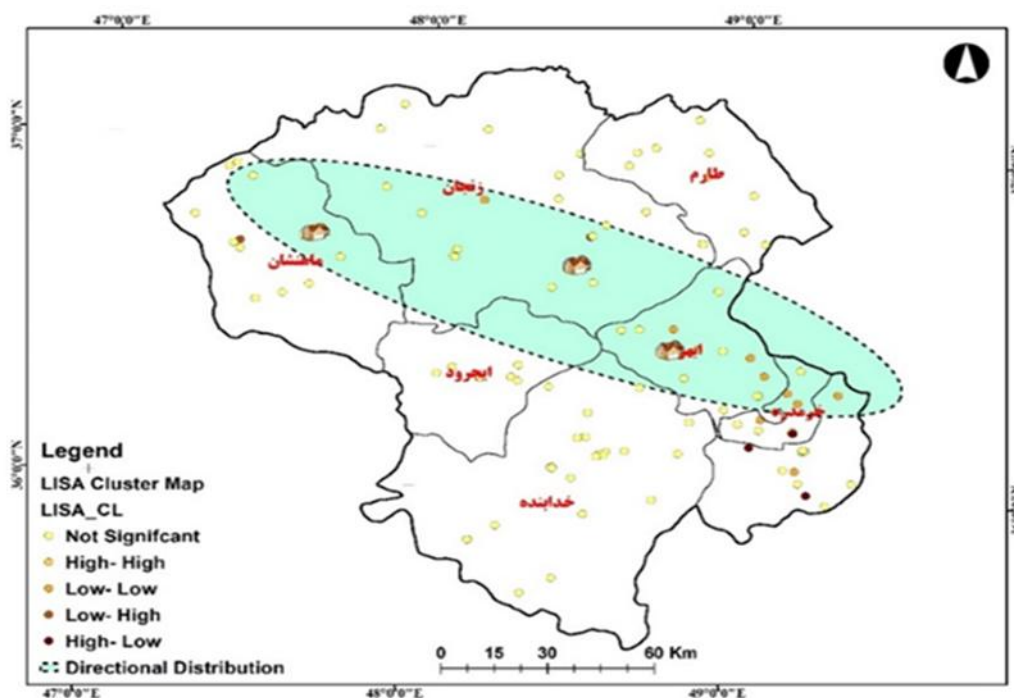
براساس چارک‌بندی مقاصدی که در چارک HH قرار دارند، مهم‌ترین مقاصد هستند؛ بنابراین مقاصد گردشگری: گنبد سلطانیه، دودکش‌های جن، معدن انگوران، اقامتگاه بوم‌گردی اولجایتو، اقامتگاه بوم‌گردی سلطانیه، هتل بوئتیک، عمارت ذوالفقاری، ائل داغی، پل سید محمد، مسجد جامع زنجان، خانه خدیوی، کوه‌های رنگی در چارک اول قرار دارند این بدین معنی است که مقاصد گردشگری موردنظر دارای توانمندی‌های بالایی بوده و همچنین این مقاصد توسط مقاصد گردشگری که توانمندی بیشتر و همچنین جمعیت بیشتری نیز دارند، احاطه شده‌اند.

جدول (۶). پراکندگی مقصدهای گردشگری در چارک‌های نمودار پراکندگی

ردیف	چارک نمودار خودهمبستگی	مقصدهای گردشگری	تعداد	فراوانی
۱	HH	گنبد سلطانیه، دودکش‌های جن، معدن انگوران، اقامتگاه بوم‌گردی اولجایتو، اقامتگاه بوم‌گردی سلطانیه، هتل بوئتیک، عمارت ذوالفقاری، ائل داغی، پل سید محمد، مسجد جامع زنجان، خانه خدیوی، کوه‌های رنگی.	۱۲	٪ ۷/۶
۲	HL	قیدارنی، روستای امد، سد کینه‌ورس، روستای درسجین، بازار ابهر، تپه تاریخی خالصه	۶	٪ ۳/۸
۳	LL	آبشار آرانا، کاروانسرا نیک‌پی، کاروانسرای قره بلاغ، سد چرگر، روستای خراسانلو، روستای الوند، چشمه علی، سد خلیفه‌لو، سد شویر، روستای جندحسین، حمام یان.	۱۱	٪ ۷
۴	LH	روستای قوزلو، سد بوئین، پنجه‌علی، کاروانسرای سنگی	۴	٪ ۲/۵
۵		بدون همبستگی	۱۲۵	٪ ۷۹/۱
		جمع	۱۵۸	٪ ۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

همچنین براساس توزیع جغرافیایی نیز، جهت شمال غربی - شرقی به‌عنوان مهم‌ترین کوریدور مقاصد گردشگری در استان زنجان به دست آمد که می‌بایست به‌عنوان مناطق اولویت در برنامه‌ریزی و توسعه خدمات قرار بگیرند شکل (۸).



شکل (۸). توزیع جغرافیایی مقاصد گردشگری براساس چارک‌بندی مورگان و توزیع جغرافیایی (منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

نتیجه‌گیری

گردشگری امروزه به دلیل اثرات چشمگیری که در اقتصاد مناطق بر جای می‌گذارد؛ توجه فراوانی را به این زمینه از فعالیت معطوف ساخته و اثرات و پیامدهای آن بر جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیار متنوع و گسترده است؛ اما در ارتباط با گردشگری؛ وجود بسترهای لازم یک عنصر لازم ولی نه کافی در جهت رشد و توسعه گردشگری بوده و مسلماً ایجاد و توسعه گردشگری در هر منطقه‌ای نیازمند شناسایی دقیق محدوده و ارائه تسهیلات و خدمات موردنیاز گردشگران است. این موضوع از جهت برنامه‌ریزی در تمامی سطوح برای دستیابی به توسعه موفق گردشگری ضروری است. تحقیق به صورت یک مطالعه موردی نخست به آسیب‌شناسی ارائه خدمات گردشگری در استان زنجان و سپس بنابر ماهیت موضوع به ارائه مهم‌ترین مقاصد گردشگری برای برنامه‌ریزی پرداخت. سطوح بالای کیفیت خدمات گردشگری وقتی ایجاد می‌شوند که کیفیت غذا، بهداشت، اقامتگاه، فعالیت‌های گردشگری، تسهیلات حمل‌ونقل و خدمات سلامتی همه به‌دقت در یک صنعت گردشگری لحاظ شوند. براساس یافته‌های تحقیق استان زنجان علی‌رغم ظرفیت مناسب در جذب گردشگر، دچار مشکلات فراوانی مانند کمبود امکانات، بی‌ثباتی در سیاست‌های ارتقای کیفیت خدمات گردشگری و عدم مدیریت و برنامه‌ریزی در توسعه گردشگری است و هنوز از پیشرفت مناسبی در این زمینه برخوردار نشده است. پایین بودن سطح عمومی خدمات و ناهماهنگی در برنامه‌ریزی‌ها و نگاه‌های متفاوت به گردشگری که موجب سیاست‌گذاری‌های مختلف در این حوزه را به دنبال دارد، دو مشکل اساسی بخش خدمات استان زنجان است. به‌طورکلی رفع موانع و چالش‌های کیفیت خدمات تنها مربوط به شرکت‌ها و سازمان‌های خصوصی نمی‌شود. بنا به دلایل حفظ و افزایش سهم بازار، جذب بازدیدکنندگان، کسب سود بیشتر برای بسیاری از مقاصد و تدوین سیاست‌های اصولی و اجرای آن‌ها جزو ضرورت‌های اساسی جهت کاهش آسیب‌های خدمات‌رسانی استان زنجان می‌باشد؛ بنابراین رفع چالش‌های خدمات گردشگری در استان زنجان ابتدا در گرو وجود سیاست‌های فرا بخشی و برای دستگاه‌های متولی به‌ویژه شهرداری‌ها، اداره کل ارشاد اسلامی، راه و شهرسازی و ورزش و جوانان و بنیاد مسکن و به‌گونه‌ای که تدوین و نظارت بر این سیاست‌ها نیز در حوزه گردشگری در اختیار سازمان گردشگری قرار بگیرد؛ بستگی دارد. همچنین در سوی دیگر براساس نتایج تحقیق مقصدهای گردشگری مهم در اولویت برنامه‌ریزی برای توسعه خدمات و زیرساخت‌ها به دست آمدند که گنبد سلطانیه، دودکش‌های جن، معدن انگوران، اقامتگاه بوم‌گردی اولجایتو، اقامتگاه بوم‌گردی

سلطانیه، هتل بوتیک، عمارت ذوالفقاری، ائل داغی، پل سید محمد، مسجد جامع زنجان، خانه خدیوی، کوه‌های رنگی مهم‌ترین مقاصد بودند.

منابع

- بهنام مرشدی، حسن. احمدی، داریوش. فرجی سبکبار، حسنعلی. رضوانی، محمدرضا. (۱۳۹۵). پهنه‌بندی فضایی کانون‌های گردشگری به‌منظور تعیین مناطق بهینه خدمات گردشگری در استان فارس. فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۶(۲۱)، ۱۷-۳۰.
- توکلی‌نیا، جمیله و هرائینی، مصطفی. (۱۳۹۷). «ارزیابی میزان رضایت‌مندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری براساس مدل کانو و سروکوال (مطالعه موردی: واحدهای پذیرایی محله دربند تهران)». مجله تحقیقات کاربردی در علوم جغرافیایی، ۱۸(۴۹): ۲۵۸-۲۴۱.
- تولایی، سیمین؛ ریاحی، وحید؛ افراخته، حسن و شعبانی، احمد. (۱۳۹۲). «بررسی توانمندی‌ها و راهکارهای توسعه گردشگری در بخش کهک استان قم». مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴(۴)، ۱۱۸-۱۰۳.
- حسنوند، سمیه. خداپناه، مسعود. (۱۳۹۳). تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای درحال توسعه: دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۲(شماره ۶)، ۸۷-۱۰۲.
- خطیب زاده، مهدی. کوزه چیان، هاشم. هنرور، افشار. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات گردشگری ورزشی از دیدگاه گردشگران حاضر در شهرآورد استقلال و پرسپولیس. نشریه مدیریت ورزشی، ۶(۱)، ۳۹-۵۵.
- سقای، عباس و کاووسی، سید محمدرضا. (۱۳۹۳). «روش‌های سنجش رضایت مشتری». تهران: انتشارات آمه، چاپ چهارم.
- شوهانی، نادر. نیک سرشت، مهدی. تردست، زهرا. مقیمی، مهدی. (۱۳۹۷). ارزیابی میزان رضایت گردشگران از محصول گردشگری با استفاده از مدل HOLSAT مطالعه موردی: استان ایلام. نشریه گردشگری شهری، ۵(۴)، ۸۷-۱۰۴.
- غفاری، سید رامین. (۱۳۸۷). درآمدی بر برنامه‌ریزی کالبدی سکونتگاه‌های روستایی، اصفهان، جهاد دانشگاهی اصفهان.
- قاسمی علی، مرادی مسیحی و آراز. (۱۳۹۳). نقش گردشگری در توسعه اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان بهشهر. اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۳(۸): ۱۰۶-۱۲۵.
- کرمی دهکردی، مهدی. کوهستانی عین الدین، کرباسیون، مصطفی. (۱۳۹۴). «تحلیل کیفی مشکلات گردشگری روستایی با استفاده از نظریه زمینه‌ای (مطالعه موردی: روستای سیر آقاسید - شهرستان کوه‌رنگ)». مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۵(۱۸)، ۱۴۱-۱۵۶.
- نرگسی، شهین. بابکی، روح‌الله و عفتی، مهناز. (۲۰۱۷). «بررسی رابطه گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۹۵-۱۳۶۸)». مجله اقتصاد مالی، ۱۲(۴۴): ۴۱-۶۸.
- هوسین مرادی، نصرت. نوری، سید هدایت الله. خوش‌نظر، مامند. (۱۳۹۱). «راهبردهای مناسب برای توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان». مجله مطالعات و تحقیقات شهری و منطقه‌ای. ۵(۱۷)، ۵۳-۶۸.
- الهی‌منش، محمدحسن. حسینی نژاد ماه خاتونی، سیدباقر. یاسمی، محسن. (۱۳۹۷). نقش اقتصادی گردشگری در توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر بندرعباس). علوم اجتماعی. ۱۲(۴۲)، ۴۷-۶۸.
- Airey, D., Tribe, J., Benckendorff, P., & Xiao, H. (2015). The managerial gaze: The long tail of tourism education and research. *Journal of Travel Research*, 54(2), 139–151. <https://doi.org/10.1177/0047287514522877>
- Benito, B., Solana, J., & López, P. (2014). Determinants of Spanish regions' tourism performance: A two-stage, double-bootstrap data envelopment analysis. *Tourism economics*, 20(5), 987-1012. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0327>
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71–79.
- Calero, C., & Turner, L. W. (2020). Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, 26(1), 3–26.

- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: An overview. *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*, 3–27.
- Cárdenas-García, P. J., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2015). Does tourism growth influence economic development? *Journal of Travel Research*, 54(2), 206–221.
- Cárdenas-García, P. J., & Pulido-Fernández, J. I. (2019). Tourism as an economic development tool. Key factors. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2082–2108.
- Carrillo-Hidalgo, I., & Pulido-Fernández, J. I. (2019). Is the financing of tourism by international financial institutions inclusive? A proposal for measurement. *Current Issues in Tourism*, 22(3), 330–356.
- Chingarande, A., & Saayman, A. (2018). Critical success factors for tourism-led growth. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 800–818.
- Faber, B., & Gaubert, C. (2019). Tourism and economic development: Evidence from Mexico's coastline. *American Economic Review*, 109(6), 2245–2293.
- Gao, J., & Wu, B. (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism Management*, 63, 223–233.
- Hwang, J., & Lee, J. (2019). Antecedents and consequences of brand prestige of package tour in the senior tourism industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 679–695.
- Koens, K., & Thomas, R. (2015). Is small beautiful? Understanding the contribution of small businesses in township tourism to economic development. *Development Southern Africa*, 32(3), 320–332.
- Kachwala, T., Bhadra, A., Bali, A., & Dasgupta, C. (2018). Measuring customer satisfaction and service quality in tourism industry. *SMART Journal of Business Management Studies*, 14(1), 42–48.
- Kall, F. (2015). *Measuring Tourist satisfaction with Kano model*. London Press.
- Lin, D., & Simmons, D. (2017). Structured inter-network collaboration: Public participation in tourism planning in Southern China. *Tourism Management*, 63, 315–328.
- Malik, S., Chaudhry, I. S., Sheikh, M. R., & Farooqi, F. S. (2010). Tourism, economic growth and current account deficit in Pakistan: Evidence from co-integration and causal analysis. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 22(22), 21–31.
- Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., Haq, M. Z. ul, & Rehman, H. U. (2019). The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(19), 3785.
- Mukherjee, S., Adhikari, A., & Datta, B. (2018). Quality of tourism destination—a scale development. *Journal of Indian Business Research*.
- Park, J., & Jeong, E. (2019). Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. *Sustainability*, 11(13), 3665.
- Peeters, P., & Dubois, G. (2010). Tourism travel under climate change mitigation constraints. *Journal of Transport Geography*, 18(3), 447–457.
- Polas, M. R. H., Reza, M. M. U., & Rowza, S. (2017). Role of advertising and service quality on tourism development in Bangladesh. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(9), 77–86.
- Pulido-Fernández, J. I., & Cárdenas-García, P. J. (2021). Analyzing the bidirectional relationship between tourism growth and economic development. *Journal of Travel Research*, 60(3), 583–602.
- Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *The Journal of Development Studies*, 34(5), 1–51.
- Stranjancevic, A., & Bulatovic, I. (2015). Customer satisfaction as an indicator of service quality in tourism and hospitality. *International Journal for Quality Research*, 9(4), 689.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.
- Morshedi, B., Ahmadi, D., Faraji Sabokbar, H. A., & Rezvani, M. R. (2016). Spatial zoning of tourism hubs to identify optimal tourism service areas in Fars Province. *Regional Planning Quarterly*, 6(21), 17–30. (Original work published 2016)
- Ghaffari, S. R. (2008). *An introduction to physical planning of rural settlements*. Isfahan: Jihad Daneshgahi Publications. (Original work published 1387)