



The Influence of Architectural Features of Ecologne on Ecotourists' Satisfaction and Destination Loyalty (Case Study: North Khorasan Province, Iran)

Nastaran Nasiri 

M. A. in Architecture, Faculty of Art,
University of Bojnord, Bojnord, Iran.

Reza Moradpour* 

Assistant Professor, Department of
Architecture, Faculty of Art, University of
Bojnord, Bojnord, Iran.

Abstract

Ecotourism emphasizes sustainability, protection, and the well-being of local communities. As a key component of ecotourism, ecolodges play a crucial role in achieving these objectives. This research aims to investigate the impact of the architecture of ecolodges on tourists' satisfaction and loyalty in North Khorasan province, Iran. This study examines a population of ecotourists in North Khorasan province, with a sample size of 128, employing a survey and correlation strategy

- This article is extracted from the first author's Master thesis in Architecture, titled Taste and Locale: Designing Ecotourism Accommodation in Bojnord with Consideration of Tourists' Emotional Needs, which was completed under the supervision of the second author at the Faculty of Arts, University of Bojnord

* Corresponding Author: r.moradpour@ub.ac.ir

How to Cite: Nasiri, N. and Moradpour, R. (2024). The influence of architectural features of ecolodge on ecotourists' satisfaction and destination loyalty (Case study: North Khorasan province, Iran). *Tourism Management Studies*, 19 (68), 363 - 410.
doi: [10.22054/tms.2024.80597.2951](https://doi.org/10.22054/tms.2024.80597.2951)

with a quantitative approach. The findings reveal that approximately half of the respondents were between 15 and 30 years old, while less than one-fifth were over 45, indicating lower acceptance among older individuals. Nearly half of the respondents were women. A significant proportion of respondents held bachelor's degrees or higher, suggesting greater engagement among the educated demographic. Additionally, a substantial percentage of respondents had previously used the accommodation, demonstrating high loyalty and support among tourists. The results indicate that the median values for all variables were significantly lower than the expected median, highlighting a gap between tourists' experiences and their expectations. Furthermore, all architectural elements and features of the accommodations, except for the smell, showed a significant positive relationship with satisfaction, desire to return, and desire to recommend the accommodations to others. Women reported significantly lower average scores for some variables compared to men. Moreover, the average scores varied significantly across different education levels and travel types.

Keywords: Tourist, Ecotourism Accommodation, Ecolodge Architecture, Tourists' Satisfaction, Tourists' Loyalty, North Khorasan.

1. Introduction

Ecotourism, a growing segment within the global tourism industry, emphasizes sustainability, conservation, and the well-being of local communities. Ecotourist accommodations (*Ecolodges*), a key component of ecotourism, play a crucial role in achieving these objectives. The architectural quality of these accommodations can significantly influence tourists' experiences and overall satisfaction with their travel. As ecotourism continues to grow, the role of intelligent and innovative architectural design in ecolodges becomes

increasingly important in meeting the expectations and needs of environmentally conscious travelers.

Research Question(s)

The main aim of this research is to investigate the role of the architecture of ecolodges in the satisfaction and loyalty of eco-tourists in North Khorasan province, Iran. The research questions to achieve this aim are formulated as follows:

- 1) How satisfied are tourists in North Khorasan with the ecolodges and their architecture,
- 2) Is there a significant relationship between the architectural elements and features of ecolodges and ecotourists satisfaction, their desire to revisit, and to recommend the accommodation?
- 3) Does the perceived experience and satisfaction with the accommodation's architecture differ significantly among different groups of ecotourists?

2. Literature Review

On a global scale, since the early 1990s, researchers have recognized the increasing growth of diverse forms of tourism and leisure activities in rural areas as a novel opportunity to address rural development challenges, particularly in the economic dimension. Rural tourism encompasses various attractions and activities typically occurring in agricultural or non-urban settings. It is notable for its economic benefits to local communities and for creating opportunities for interaction between local communities and tourists.

Tourist satisfaction generally contributes to higher retention rates, loyalty, and tourist attraction, which supports economic goals such as increasing the number of tourists and profitability. Dissatisfaction occurs when customers experience a significant gap between their expectations and the quality of services they receive.

Today, the quality of rural tourism destinations, specifically ecolodges, has become a significant competitive advantage.

Numerous indicators and elements in tourism directly refer to the physical characteristics of an ecotourist accommodation. In many cities and villages, the prosperity of tourism is indebted to architecture, to the point that architectural works can be considered one of the main tourist attractions. A wide range of studies have examined the role of various architectural features in ecotourist satisfaction.

3. Methodology

This study aims to examine the role of the architecture of ecolodges in the satisfaction of ecotourists and its relationship with their intention to revisit and recommend the accommodation. The research employs a survey and correlation strategy with a quantitative approach. Data was collected using a questionnaire based on the literature and previous research in this field. Experts confirmed the validity of the questionnaire, and Cronbach's alpha for the items related to architectural variables (22 items) was 0.860. The entire questionnaire (40 items) was 0.935, indicating the high reliability of the research instrument. The study population consisted of ecotourists in North Khorasan province, with a sample size of 128 participants. Given the non-normal data, non-parametric tests were used for data analysis.

4. Results

According to the findings, approximately half of the respondents were between 15 and 30 years old, while less than one-fifth were over 45, indicating lower acceptance among older individuals. Nearly half of the respondents were women. A significant proportion of respondents held bachelor's degrees or higher, suggesting greater engagement among the educated demographic. Additionally, a substantial percentage of respondents had previously used the accommodation, demonstrating high loyalty and support among tourists.

The results of the Wilcoxon signed-rank test indicated that the median values for all variables were significantly lower than the expected median, highlighting a discrepancy between guests' expectations and their actual experiences. Correlation analysis (Table 1) of various aspects of the facilities, amenities, and architecture of the accommodations with the level of satisfaction, intention to revisit, and recommend the accommodation revealed that, except for the "smell" variable, all other architectural features and elements had a significant positive relationship with the three aforementioned variables. Furthermore, aesthetic architectural features had the most significant relationship with ecotourists' satisfaction, followed by functional architectural features and comfort-related variables. Therefore, this indicates that the aesthetic and visual appeal of the accommodations plays a more crucial role in creating a satisfactory experience than functional and comfort aspects. Women reported significantly lower average scores for some variables compared to men. Moreover, the average scores varied significantly across different education levels and travel types.

5. Conclusion

The applications of this research indicate that the findings can contribute to a deeper understanding of the role of architectural features in ecotourists' experiences and the development of new theoretical models regarding the relationship between architecture and tourist behavior. Practically, the results support architects in designing accommodations that positively influence tourist satisfaction and loyalty. Differences among various groups also assist managers in tailoring services to meet the diverse needs of tourists. Given the importance of cultural and local elements, this research advocates incorporating these aspects to enhance the tourist experience and promote sustainable ecotourism growth.

Table 1

Correlation Matrix of Variables Based on Kendall's Tau-b Correlation Coefficients


Recommend	Revisit	Satisfaction	Variables
0.241*	0.306*	0.363*	Cleanliness
0.365*	0.335*	0.399*	Color
0.283*	0.226*	0.253*	Sound
0.065	-0.089	0.035	Smell
0.308*	0.322*	0.306*	Temperature
0.341*	0.305*	0.347*	Light
0.272*	0.278*	0.355*	Confort
0.424*	0.400*	0.440*	Visual features
0.412*	0.323*	0.229*	Art & Culture
0.349*	0.290*	0.310*	Service
0.381*	0.451*	0.370*	Food
0.324*	0.225*	0.187*	Price
0.426*	0.354*		Satisfaction
0.252*			Revisit


Note: All numbers in the matrix are Kendall's Tau-b correlation coefficients.

*Significant at the 0.001 level.



نقش معماری اقامتگاه‌های بومگردی در رضایتمندی و وفاداری گردشگران (نمونه موردی: استان خراسان شمالی)

نسترن نصیری  کارشناس ارشد معماری، دانشکده هنر، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران

رضا مرادپور  * استادیار گروه معماری، دانشکده هنر، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران

چکیده

بومگردی یا اکوتوریسم بر پایداری، حفاظت و رفاه جوامع محلی تأکید دارد. اقامتگاه‌های بومگردی به‌عنوان یکی از اجزای اصلی اکوتوریسم، نقش مهمی در دستیابی به این اهداف ایفا می‌کنند. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی نقش معماری اقامتگاه‌های بومگردی در رضایت بومگردان و وفاداری آن‌ها به مقصد در استان خراسان شمالی است. این پژوهش از راهبرد پیمایشی و همسبستگی استفاده کرده و رویکرد کمی دارد. جامعه مورد مطالعه شامل بومگردان استان خراسان شمالی بوده و نمونه شامل ۱۲۸ نفر است. یافته‌ها نشان داد که مقادیر میانه در همه متغیرها به‌طور معناداری از میانه مورد انتظار پایین‌تر بوده که نشان‌دهنده شکاف بین تجربه بومگردان از اقامتگاه‌ها و انتظارات آن‌هاست. همچنین، مطابق یافته‌ها همه ویژگی‌ها و عناصر معماری اقامتگاه به جز «بو و رایحه اقامتگاه» با متغیرهای رضایتمندی، تمایل به بازگشت دوباره و تمایل به توصیه اقامتگاه به دیگران رابطه مستقیم و معنادار داشته‌اند. میانگین نمره برخی متغیرها در زنان به‌طور معناداری کمتر از مردان بود. میانگین نمرات بسیاری از متغیرها در بین سطوح مختلف تحصیلات و سطوح مختلف نوع سفر، تفاوت معناداری نشان داد. این پژوهش با شناسایی دقیق رابطه بین عوامل معماری و رضایت گردشگران، به توسعه نظریه‌های موجود درباره تأثیر محیط کالبدی در صنعت گردشگری کمک کرده و شواهدی ملموس برای اهمیت معماری به‌عنوان یک عامل کلیدی در ایجاد تجربه‌های مثبت برای بومگردان ارائه می‌کند. همچنین، یافته‌های این پژوهش می‌تواند به معماران، طراحان و مدیران اقامتگاه‌های بومگردی کمک کند تا طراحی‌هایی منطبق با نیازها و انتظارات گردشگران ارائه دهند که نه تنها تجربه بهتری برای آن‌ها فراهم می‌کند، بلکه به بهبود پایداری و رشد صنعت بومگردی نیز کمک می‌نماید.

کلیدواژه‌ها: گردشگر، اقامتگاه بومگردی، معماری اقامتگاه، رضایت گردشگران، وفاداری گردشگران، خراسان شمالی.

- این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری نویسنده اول با عنوان «ذائقه و بوم: طراحی اقامتگاه بومگردی در بجنورد با نگاه به نیازهای هیجانی گردشگران» است که با راهنمایی نویسنده دوم، در دانشکده هنر دانشگاه بجنورد به انجام رسیده است.

* نویسنده مسئول: r.moradpoor@ub.ac.ir

مقدمه

گردشگری (توریسم) پدیده‌ای پیچیده و تعاملی موقت بین مهمانان و میزبانان است که از ترکیب ذی‌نفعانی که به طور کامل یا تقریباً، مستقیم یا غیرمستقیم درگیر فعالیت‌های گردشگری هستند، ساخته شده است (Van der zee & Vanneste, 2015, p.47). بومگردی یا اکوتوریسم که بخشی در حال رشد در صنعت گردشگری جهانی است بر پایداری، حفاظت و رفاه جوامع محلی تأکید دارد. اقامتگاه‌های بومگردی به‌عنوان یکی از اجزای اصلی اکوتوریسم، نقش مهمی در دستیابی به این اهداف ایفا می‌کنند. اکوتوریسم، بازدیدکنندگانی را جذب می‌کند که مشتاق تجربه محیط‌های طبیعی به شیوه‌ای پایدار و مسئولانه هستند. اقامتگاه‌های بومگردی با ارائه مکانی که به اصول زیست‌محیطی مانند حداقل تأثیرات زیست‌محیطی، استفاده از مواد محلی و بهره‌وری انرژی پایبند هستند، به این تقاضا پاسخ می‌دهند (Robinson, Lück & Smith, 2020). معماری اقامتگاه‌های بومگردی معمولاً با ارزش‌های اکوتوریسم از جمله طراحی پایدار، ادغام با طبیعت و توجه به مسائل فرهنگی همسو هستند (Brown & Green, 2019).

کیفیت معماری اقامتگاه‌ها می‌تواند تجربه‌های متفاوتی را در گردشگران ایجاد کند و بر رضایت آن‌ها از سفر تأثیرگذار باشد. عوامل کلیدی یک اقامتگاه شامل راحتی و امکانات، تجربیات منحصربه‌فرد و ارزش آن آموزشی است (Li et al., 2022). معماری بومگردی اغلب شامل ویژگی‌های طراحی منحصربه‌فردی است که تجارب به‌یاد ماندنی را ارائه می‌دهد. علاوه بر این، اقامتگاه‌های بومگردی می‌توانند به‌عنوان پلتفرم‌های آموزشی، نمایش شیوه‌های پایدار و تشویق نظارت بر محیط‌زیست در میان مهمانان خدمت کنند (Stronza, Hunt & Fitzgerald, 2019). همان‌طور که اکوتوریسم رشد می‌کند، نقش طراحی معماری هوشمندانه و نوآورانه در اقامتگاه‌های بومگردی در برآورده کردن انتظارات و نیازهای مسافران آگاه به محیط‌زیست اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

«در سال‌های اخیر، روند اعطای مجوز دولت برای ساخت اقامتگاه بسیار بیشتر شده و همین امر باعث شده است که بسیاری از افراد فقط با مرمت یا تغییر کوچکی در خانه‌های خود و البته نفوذ اداری، اقدام به اخذ مجوز اقامتگاه بومگردی کنند. این در حالی است که عمدتاً توجهی به مسئله طراحی و معماری بومی اقامتگاه خود ندارند و فقط منافع مالی

حاصل از ورود بومگردان را مدنظر قرار می‌دهند. طراحی خانه‌های روستایی که اکنون تبدیل به اقامتگاه بومگردی شده‌اند، بهداشت و امنیت کافی را از نظر گردشگران ندارند» (رئسی‌نژاد، جهانبخش و حسینی، ۱۴۰۰، ص. ۸۲).

با رشد سریع صنعت بومگردی و افزایش اقامتگاه‌های بومگردی در ایران، نقش معماری این اقامتگاه‌ها به عنوان عنصری کلیدی در بهبود تجربه گردشگران و تأثیر آن بر میزان رضایت و وفاداری آن‌ها مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، مطالعات پیشین اغلب به جنبه‌های کلی محیط فیزیکی و معماری اقامتگاه‌ها پرداخته‌اند و کمتر به تحلیل جزئیات مشخص معماری و اثرات آن بر تجربه گردشگران توجه شده است. از سوی دیگر، بسیاری از اقامتگاه‌های بومگردی در مناطق روستایی و بکر که به عنوان مقاصد گردشگری بومگردی محبوب هستند، بدون توجه به اصول معمارانه و نیازهای زیست‌محیطی ساخته شده‌اند که این امر می‌تواند تأثیر منفی بر رضایت بومگردان داشته باشد.

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی نقش معماری اقامتگاه‌های بومگردی در رضایت بومگردان استان خراسان شمالی است. در راستای این هدف، پرسش‌های پژوهش به شرح ذیل صورت‌بندی شده است. ۱) گردشگران و بومگردان در خراسان شمالی تا چه میزان از اقامتگاه‌های بومگردی و معماری آن رضایت دارند؟ ۲) آیا رابطه معناداری بین عناصر و ویژگی‌های معماری اقامتگاه‌های بومگردی با میزان رضایت بومگردان، تمایل آن‌ها به بازدید دوباره و تمایل به توصیه اقامتگاه به دیگران وجود دارد؟ ۳) آیا تجربه ادراک شده بومگردان و رضایت آن‌ها از معماری اقامتگاه در بین گروه‌های مختلف تفاوت معناداری دارد؟

از آنجا که معماری اقامتگاه‌های بومگردی می‌تواند به طور مستقیم بر تجربه اقامت گردشگران تأثیرگذار باشد، شناسایی و تحلیل این عوامل معمارانه می‌تواند راهکارهایی برای بهبود طراحی اقامتگاه‌ها و افزایش سطح رضایت و وفاداری گردشگران ارائه دهد.

پیشینه پژوهش

گردشگری روستایی شامل طیف گسترده‌ای از جاذبه‌های گردشگری و فعالیت‌هایی است که معمولاً در محیط‌های کشاورزی یا غیرشهری اتفاق می‌افتد (Lane, 1994; Frochot, 2005) و از این منظر قابل توجه است که منافع اقتصادی زیادی را برای جوامع

محلی به همراه دارد و همچنین، فرصت‌های مناسبی را برای ایجاد تعامل بین جوامع محلی و گردشگران فراهم می‌کند (Aref & Gill, 2009; Khound, 2013). با توجه به اینکه هدف گردشگران از سفر به نواحی مختلف، استفاده از اوقات فراغت و دستیابی به آرامش روحی و روانی است، کمبود یا وجود مشکل در سطح و نحوه خدمات‌دهی به آن‌ها باعث کم شدن میزان گردشگران شده و همچنین، مانع پایداری گردشگری خواهد شد؛ زیرا یکی از عوامل مهم در جلب رضایت گردشگران، میزان تسهیلاتی است که در جهت گردش و بازدید در مناطق گردشگری فراهم می‌شود (قنبری، فتاحی و نصیری، ۱۳۹۸، ص. ۱۱۷). بر این اساس می‌توان گفت، کیفیت خدمات و زیرساخت‌های گردشگری یکی از الزامات اساسی است که روی تصمیم‌گیری برای بازدید مجدد مشتریان تأثیرگذار است (Titu, Raulea & Titu, 2016).

رضایت مشتریان به مسئله‌ای برجسته و چشمگیر برای اکثر صنایع خدماتی تبدیل شده است. با رجوع به صنعت گردشگری می‌توان گفت، گردشگران راضی به احتمال فراوان مکان‌هایی را که به آنجا سفر کرده‌اند به سایرین توصیه می‌کنند (صبان کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹) و این یکی از ارزان‌ترین و تأثیرگذارترین نوع بازاریابی و پیشرفت است. علاوه بر این، رضایت گردشگران معمولاً به افزایش نرخ حمایت از ماندگاری، وفاداری و جذب گردشگر کمک می‌کند که این امر نیز در کسب اهداف اقتصادی چون افزایش تعداد گردشگران و میزان سود، کمک‌کننده خواهد بود. در نتیجه، عموماً ارتباط مثبتی بین رضایت گردشگر و کسب موفقیت بلندمدت اقتصادی در مقصد گردشگری وجود دارد (اردکانی، میرغفوری و برقی، ۱۳۸۹).

بادلر (2004) بر این باور است که کیفیت خدمات یک عنصر مهم از تجارت گردشگری است که برای ماندن ارائه‌کنندگان این خدمات در رقابت در زمان حال و آینده بایستی بهبود بخشیده شود. تعاریف متعددی از کیفیت خدمات ارائه شده است؛ یکی از تعاریفی که به طور گسترده مورد استفاده است، کیفیت خدمات را به عنوان حدی از برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان توسط خدمات تعریف می‌کند. بنابراین، کیفیت خدمات می‌تواند به عنوان «اختلاف بین انتظارات مشتریان از خدمات و خدمات دریافت شده» تعریف شود (مدنیان و شکرچی‌زاده، ۱۳۹۸، ص. ۹۴). هدف عمده ارزیابی کیفیت

خدمات تأکید بر سه بُعد فضای فیزیکی (تسهیلات)، تعاملات بین فردی (تعامل کارکنان و مشتریان و یا تعامل بین مشتریان) و خدمت و یا خدمات اصلی است (Chelladurai & Chang, 2000). کوتلر (۱۹۹۹) به عنوان پیشگام کاربرد اصطلاح رضایت مشتری در کسب و کار و بازاریابی، بیان می‌کند که «نارضایتی زمانی رخ می‌دهد که مشتریان تفاوت معناداری بین انتظارات خود و کیفیت خدماتی که دریافت کرده‌اند را تجربه کنند» (زیاری، امانپور و امیری فهلیانی، ۱۳۹۲، ص. ۱۹). رضایت گردشگران می‌تواند وفاداری آن‌ها را به دنبال داشته باشد. در تحقیقات گردشگری برای وفاداری به مقصد دو مؤلفه اساسی را در نظر می‌گیرند. اول اینکه گردشگر تا چه میزان مایل است دوباره به مقصد مدنظر سفر کند (وفاداری رفتاری) و دوم اینکه گردشگر تا چه میزان مقصد مدنظر را به سایرین پیشنهاد می‌کند (وفاداری نگرشی) (Tinakhat, 2020).

«امروزه کیفیت مقاصد گردشگری روستایی و به‌طور خاص اقامتگاه‌های بومگردی به یک مزیت رقابتی مهم تبدیل شده است. به سخن دیگر، اقامتگاه‌های بومگردی زمانی می‌توانند بیشترین مطلوبیت را برای گردشگران داشته باشند که انتظارات آن‌ها را برآورده سازند. این انتظارات در قالب ابعاد مختلف زیست‌محیطی، اجتماعی، کالبدی و اقتصادی معنا پیدا می‌کند. چنانچه هر یک از این عوامل در اقامتگاه‌های بومگردی کیفیت مطلوب نداشته باشند، بر ادراک و احساس گردشگر از فضا و مقصد گردشگری تأثیر می‌گذارند» (فضلی و رکن‌الدین افتخاری، ۱۴۰۱، ص. ۴۷).

شاخص‌ها و عناصر زیادی در گردشگری مستقیماً اشاره به ویژگی‌های کالبدی یک اقامتگاه بومگردی دارند. فرم فیزیکی مکان‌های گردشگری و فضاهای جذاب از منظر زیبایی‌شناختی و مردم، تجربه‌های متنوع و فرهنگ باعث کشش و جذب گردشگران می‌شود. در مکان‌های گردشگری، رفتار فضایی با ساختار فضایی به‌صورت متقابل به یکدیگر وابسته هستند (Scerri, Edwards & Foley, 2016).

اقامتگاه بومگردی یا اکولوژر به مکانی اطلاق می‌شود که امکان اقامت، مشارکت و کسب تجربه مبتنی بر سبک زندگی میزبان برای بومگردان را فراهم می‌سازد. ساختار و سازه اقامتگاه بومگردی معمولاً برگرفته از معماری سنتی منطقه میزبان با کاربست عناصر و مصالح بوم‌آورد است (صالح‌پور، ۱۳۹۶، ص. ۱). در بسیاری از شهرها و روستاها رونق

گردشگری مدیون معماری است تا آنجا که می‌توان آثار معماری را از جاذبه‌های اصلی در مقوله گردشگری دانست. بنابراین «بررسی گردشگری بدون معماری کار دشواری است. در واقع، معماری هم یک کالای مصرفی گردشگری و هم یک سرمایه فرهنگی به‌شمار می‌رود» (Scerri, Edwards & Foley, 2016, p.1).

طیف وسیعی از مطالعات به بررسی نقش ویژگی‌های مختلف معماری در رضایت اکوتوریست‌ها پرداخته‌اند. چوگان (2021) دریافت که اقامتگاه‌های بومگردی در مناطق بیابانی ایران برای ارتقای رضایت بومگردان باید روی خدمات و امکانات تمرکز کنند. کیم و لی (2014) توانستند برنامه، خدمات، تسهیلات و محیط‌زیست را به‌عنوان عوامل اصلی در رضایت بزرگسالان و کودکان در روستاهای اکوتوریسم شناسایی کنند. کارواچه-فرانکو و همکاران (2021 و 2020) بر اهمیت جنبه‌هایی از قبیل دسترسی، زیرساخت‌ها و آرامش در تأثیرگذاری بر رضایت و بازگشت به اهداف اکوتوریسم تأکید کردند. بر اساس مطالعه مافی، پرات و تراپ (2020)، ویژگی‌های خاص اقامتگاه بومگردی، رضایت را افزایش می‌دهد. لو و استیچنکووا (2012) عواملی مانند کیفیت اتاق، طبیعت، خدمات، غذا و قیمت اقامتگاه را به‌عنوان عوامل اصلی مؤثر بر رضایت بومگردان شناسایی کرده‌اند. تورس-سورو و همکاران (2012) نیز کیفیت اقامتگاه را دارای بیشترین تأثیر بر رضایت کلی بومگردان دانسته‌اند.

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که «کیفیت خدمات» یکی از عوامل کلیدی در افزایش رضایت گردشگران است. عدنان و عمر (2021) بر اهمیت تسهیلات فیزیکی مانند راحتی اتاق‌ها و حمل‌ونقل تأکید کرده‌اند، در حالی که بویکه و همکارانش (2015) و بانیه و تاپا (۲۰۱۶) به نقش نظافت و نظم اشاره می‌کنند. خدمات غیرفیزیکی مانند رفتار حرفه‌ای کارکنان نیز به‌ویژه توسط خئونگ و نگوک (۲۰۱۴) و کو و همکارانش (۲۰۰۰) به‌عنوان عوامل مؤثر بر رضایت ذکر شده است. مافی (۲۰۲۰) و خان (۲۰۰۳) نشان داده‌اند که خدمات اقامتی و راهنمایی‌های طبیعت‌گردی در اکوتوریسم نقش حیاتی تری دارند. برخی پژوهش‌ها نیز «کیفیت غذا» در اقامتگاه‌ها را عامل مهمی در رضایت گردشگران دانسته‌اند (Hanaysha, 2016; Ali & Amin, 2014; Ali & Omar, 2014; Franks,) (2023).

همچنین، «قیمت یا ارزش پولی خدمات» یکی از عوامل اساسی در رضایت گردشگران است. لو و استیچنکووا (۲۰۱۲)، الگره و گارا (۲۰۱۰) و اصغرزاده، عباسی و چوبچیان (2023) بیان کرده‌اند که تناسب بین قیمت و کیفیت خدمات تأثیر مستقیمی بر تجربه مثبت گردشگران دارد. همچنین، پایداری اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی نیز نقش مهمی در ارزیابی مثبت گردشگران دارد (Iniesta-Bonillo et al., 2016; Castellanos-Verdugo et al., 2016). گردشگران با دریافت خدمات متناسب با هزینه، تمایل بیشتری به بازدید مجدد و توصیه به دیگران دارند (Lu & Stepchenkova, 2012; Alegre & Garau, 2010; Carrascosa-López et al., 2021).

«کیفیت امکانات رفاهی» و «تسهیلات اقامتی» نقش مهمی در رضایت گردشگران دارد. مطالعاتی مانند لیان چان و بوم (۲۰۰۷) نشان داده‌اند که حتی در اقامتگاه‌های ماجراجویانه، گردشگران انتظار راحتی و استانداردهای کیفیتی دارند. امکاناتی مانند اینترنت پرسرعت و سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی نیز به طور مستقیم بر تجربه اقامت تأثیرگذار هستند (Marcussen, 2011; Qu et al., 2000). همچنین، دیسگنا و اوستی (۲۰۱۶) به تأثیر ویژگی‌های فیزیکی و تنوع تسهیلات رفاهی بر رضایت گردشگران اشاره می‌کنند، به‌ویژه برای افرادی که به دنبال تجربه لوکس‌تری هستند (Marcussen, 2011). تحقیقات متعدد دیگری نیز به بررسی تأثیر کیفیت تسهیلات و امکانات رفاهی بر رضایت بومگردان پرداخته‌اند (Asgharzadeh, Abbasi & Choobchian, 2023; Junejo & Pathan, 2023; Sujatha & Diwyarthi, 2023; Franks, 2023; Nguyen et al., 2023; El Shiaty, Enan & Esmail, 2023).

پژوهش‌ها نشان می‌دهند که «امنیت و ایمنی» اقامتگاه‌ها تأثیر قابل توجهی بر رضایت گردشگران دارد، به‌ویژه در اقامتگاه‌های طبیعت‌گردی که شرایط محیطی چالش‌برانگیزتر است (Akama & Kieti, 2003; Raajpoot, 2002). امنیت شامل خدمات حفاظتی و ایمنی در برابر تهدیدات محیطی است که نقش مهمی در اقامتگاه‌های بومگردی ایفا می‌کند (Lu & Stepchenkova, 2012; Torres-Sovero et al., 2012). همچنین، احساس امنیت در اقامتگاه و محافظت از اموال گردشگران به بهبود تجربه کلی آن‌ها کمک می‌کند (Akama & Kieti, 2003). انتخاب اقامتگاه‌های ایمن‌تر موجب تجربه مثبت‌تر برای گردشگران شده است (Raajpoot, 2002; Lu & Stepchenkova, 2012).

Sujatha & Diwyarthi, 2023; Junejo & Pathan, 2-23; Pourtaheri et al., (2024).

همچنین، پژوهش‌ها نشان می‌دهند که «بهداشت و تمیزی» اقامتگاه‌ها به‌طور مستقیم بر رضایت گردشگران تأثیر دارد. تمیزی فضاهای عمومی و خصوصی، کیفیت هوای داخلی و رعایت اصول بهداشتی از عوامل کلیدی در افزایش رضایت اقامتی هستند (Cicerali et al., 2017; Sujatha & Diwyarthi, 2023)، به‌ویژه در اقامتگاه‌های اکولوژ، گردشگران انتظار رعایت استانداردهای بهداشتی بالایی را دارند (Bhalla & Bhattacharya, 2019). بهبود بهداشت در مناطق حفاظت شده مانند هیمالیا، تأثیر چشمگیری بر رضایت اکوتوریست‌ها داشته است (Bhalla & Bhattacharya, 2019). طراحی داخلی و تمیزی نیز در تصمیم گردشگران برای بازگشت مجدد یا توصیه اقامتگاه مؤثر است (Raajpoot, 2002).

«موقعیت مکانی» اقامتگاه و «دسترسی به جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی» نیز تأثیر مستقیمی بر رضایت گردشگران دارد. اقامتگاه‌های نزدیک به جاذبه‌هایی مانند پارک‌های ملی و سواحل، به‌ویژه برای اکوتوریست‌ها، جذابیت بیشتری دارند و تجربه مثبتی را فراهم می‌کنند (Ellis & Vogelsong, 2003; Bagri & Kala, 2015). نزدیکی به جاذبه‌های اصلی و راحتی دسترسی، به‌ویژه در اقامتگاه‌های طبیعت‌گردی به بهبود تجربه گردشگری کمک می‌کند (Adnan & Omar, 2021). بنابراین، موقعیت جغرافیایی و دسترسی به جاذبه‌ها از عوامل کلیدی در افزایش رضایت و محبوبیت اقامتگاه‌ها هستند (Ellis & Vogelsong, 2003; Bagri & Kala, 2015).

پژوهش‌ها نشان می‌دهند که «طراحی داخلی و چیدمان فضاها» به‌طور مستقیم بر رضایت گردشگران تأثیر می‌گذارد. دکوراسیون مناسب، نورپردازی مطلوب و استفاده از مواد طبیعی باعث ایجاد حس راحتی و آرامش می‌شود (Buyeke et al., 2015; Sumanapala et al., 2017). در اقامتگاه‌های اکوتوریستی، طراحی‌های پایدار با استفاده از مصالح بومی نیز به رضایت مسافران کمک می‌کند (Cicerali et al., 2017; Carvache-Franco et al., 2020). علاوه بر این، نورپردازی طبیعی و ارگونومی فضاها به بهبود تجربه اقامت در فضاهای عمومی و خصوصی کمک می‌کند (Sumanapala et al., 2017; Baniya & Thapa, 2016).

همچنین «تجربه فرهنگی» و «تعامل با جامعه محلی» از عوامل کلیدی در افزایش رضایت گردشگران است، به‌ویژه در اقامتگاه‌های طبیعت‌گردی و اکولوژها (Ellis & Vogel song, 2003; Kunjuraman & Hussin, 2013; Chan & Baum, 2007). تعاملات اجتماعی با کارکنان و مسافران دیگر نیز تأثیر مثبتی بر تجربه گردشگران دارد، به‌ویژه زمانی که کارکنان رفتار دوستانه و محترمانه‌ای دارند (Matzler & Sauerwein, 2002; Padlee et al., 2019). این ارتباطات فرهنگی و اجتماعی به‌ویژه در مناطق اکوتوریستی به بهبود تجربه و رضایت گردشگران کمک می‌کند (Chan & Baum, 2012; Torres-Sovero et al., 2007) و اقامتگاه‌هایی که فرصت‌های بیشتری برای این تعاملات فراهم می‌کنند، معمولاً سطح بالاتری از رضایت را دارند (Castellanos-Verdugo et al., 2016; Üzümoğlu & Turkan, 2022; Kaefer, 2022; Vardopoulos, Kleanthis & Kokkalas, 2023).

«تطابق یا فراتر رفتن خدمات از انتظارات» اولیه گردشگران نقش کلیدی در رضایت آن‌ها دارد. مدل‌های سنجش رضایت مانند HOLSAT و نظریه عدم تأیید انتظارات بیان می‌کنند که نارضایتی زمانی ایجاد می‌شود که خدمات کمتر از انتظارات باشد (Oliver, 1980; Adnan & Omar, 2021). تجربیات شخصی مانند تعامل با طبیعت و کیفیت خدمات نیز تأثیر مستقیمی بر رضایت دارند (Mafi, 2020; Vui, 2021). حضور در طبیعت بکر و مشاهده گونه‌های جانوری از مهم‌ترین عوامل افزایش رضایت بومگردان است (Torres-Sovero et al., 2012; Zhang, 2019). در نهایت، تجربیات مثبت منجر به بازدید مجدد و توصیه مقصد می‌شود (Mafi, 2020; Vui, 2021).

«محیط طبیعی و مناظر زیبا» نیز از عوامل مهم در رضایت اکوتوریست‌ها هستند. مشاهده گونه‌های جانوری و لذت بردن از مناظر بکر و دست‌نخورده تأثیر مستقیمی بر تجربه مثبت گردشگران دارد (Torres-Sovero et al., 2012; Zhang, 2019; Varmazyari, et al., 2022; Das, Das & Das, 2023). همچنین در مناطق کوهستانی ایران، مناظر طبیعی مانند کوهستان‌ها از مهم‌ترین عوامل رضایت گردشگران محسوب می‌شوند (Bazneshin et al., 2015). فعالیت‌های طبیعت‌محور مانند کمپینگ و کوهنوردی نیز به افزایش رضایت گردشگران کمک می‌کند (Kerstetter et al., 2004). جاذبه‌های

فرهنگی و تعامل با مردم محلی نیز نقش مهمی در تجربه مثبت گردشگران ایفا می‌کنند (Chan & Baum, 2007; Sun, 2020).

همچنین، کیفیت اقامتگاه‌ها و «تسهیلات رفاهی»، به‌ویژه در اقامتگاه‌های اکوتوریستی نقش مهمی در رضایت گردشگران دارد. کیفیت خدمات و رعایت اصول زیست‌محیطی بر تمایل به بازگشت و توصیه به دیگران تأثیرگذار است (Torres-Sovero et al., 2012; Carvache-Franco et al., 2020; Mohsen, Al-Obaidi & Asker, 2022; Pourtaheri et al., 2024). طراحی داخلی و خارجی با استفاده از مواد طبیعی و طراحی‌های زیست‌محیطی موجب افزایش آرامش و رضایت می‌شود (Cicerali et al., 2017; Kim & Lee, 2014). همچنین «دمای مطبوع» فضاهای داخلی (Khasawneh & Khassawneh, 2024)، «آرامش و سکوت» اقامتگاه‌های طبیعی و استفاده از مصالح بومی و انرژی‌های تجدیدپذیر به بهبود تجربه اقامت و برآوردن انتظارات گردشگران در زمینه پایداری کمک می‌کند (Khan, 2003; Carvache-Franco et al., 2020).

پژوهش‌های متعددی نیز بر این نکته تأکید داشته‌اند که «استفاده از مصالح بومی و محلی» و «استفاده از الگوهای معماری بومی» در طراحی اقامتگاه بر رضایت گردشگران تأثیر مثبت دارد (Üzümoğlu & Turkan, 2022; Shahverdy, Salavatian & Safari, 2022; Kaefer, 2022; Onyebuchi, Kianen & Daminabo, 2024; Kanchaikham & Takagi, 2024; Irani et al., 2024).

فضلی و رکن‌الدین‌افتخاری (۱۴۰۱) در پژوهشی با هدف سنجش میزان تأثیرگذاری ابعاد کیفیت بر پایداری اقامتگاه‌های بومگردی، نشان داده‌اند که کیفیت کالبدی بیشترین تأثیر را بر پایداری اقامتگاه‌های بومگردی تهران داشته است و پس از آن، کیفیت اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی قرار می‌گیرد. رئیسی‌نژاد، میرحسینی و جهانبخش (۱۴۰۰) نتیجه گرفته‌اند که معماری اقامتگاه‌ها در تأمین نیازهای اساسی سکونت و اقامت بیشترین رضایتمندی گردشگران را جلب کرده است و پس از آن، شاخص‌های طبیعت‌گرایی معماری و در رتبه آخر، شاخص‌های فرهنگی - اجتماعی اقامتگاه قرار دارد. رئیسی‌نژاد و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش دیگری، نشان داده‌اند که معماری اقامتگاه از نظر تأمین نیازهای عملکردی/طبیعت‌گرایی بیشترین جلب رضایتمندی را داشته و پس از آن،

شاخص‌های کالبدی- فضایی و در رتبه آخر، شاخص‌های فرهنگی- اجتماعی قرار می‌گیرد.

بر اساس پژوهش‌های انجام شده، رضایت گردشگران تأثیر مستقیمی بر «وفاداری به مقصد» و «نیت‌های رفتاری» آن‌ها، مانند بازگشت به مقصد یا توصیه به دیگران دارد. چن و چن (2010) بیان می‌کنند که کیفیت تجربه و ارزش ادراک شده گردشگران، وفاداری آن‌ها را تقویت می‌کند. هوئی و همکارانش (2007) و یون و اویسال (2005) نیز نشان داده‌اند، رضایت که تحت تأثیر انگیزه‌های سفر است، منجر به افزایش احتمال بازگشت و توصیه مقصد می‌شود. ونگ و لاو (2003) به تأثیر تعاملات فرهنگی بر این فرایند اشاره می‌کنند و این یافته‌ها به رابطه قوی بین رضایت و وفاداری گردشگران اشاره دارند.

جدول ۱. جمع‌بندی پیشینه پژوهش‌های مرتبط

عوامل تأثیرگذار بر رضایت	پژوهش‌های مرتبط
کیفیت خدمات	Adnan & Omar (2021); Buyeke et al. (2015); Baniya & Thapa (2016); Khuong & Ngoc (2014); Qu et al. (2000); Chogan (2022); Kim & Lee (2014); Lu & Stepchenkova (2012)
غذا	Lu & Stepchenkova (2012); Hanaysha (2016); Ali & Amin (2014); Ali & Omar (2014); Franks (2023)
ارزش پولی خدمات (قیمت)	Lu & Stepchenkova (2012); Alegre & Garau (2010); Iniesta-Bonillo et al. (2016); Castellanos-Verdugo et al. (2016); Lu & Stepchenkova (2012); Asgharzadeh, Abbasi & Choobchian (2023)
کیفیت امکانات رفاهی و تسهیلات	Lian Chan & Baum (2007); Marcussen (2011); Qu et al. (2000); Disegna & Osti (2016); Lu & Stepchenkova (2012); Chogan (2022); Asgharzadeh, Abbasi & Choobchian (2023); Sujatha & Diwyarthi (2023); Junejo & Pathan (2023); Franks (2023); Nguyen, et al. (2023); El Shiaty, Enan & Esmail (2023)
امنیت و ایمنی اقامتگاه‌ها	Akama & Kieti (2003); Raajpoot (2002); Lu & Stepchenkova (2012); Torres-Sovero et al. (2012); Sujatha & Diwyarthi (2023); Junejo & Pathan (2023); Pourtaheri, et al. (2024)
بهداشت و تمیزی	Cicerali et al. (2017); Bhalla & Bhattacharya (2019); Raajpoot (2002); Sujatha & Diwyarthi (2023)
موقعیت مکانی و نزدیکی به جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی	Ellis & Vogelsong (2003); Bagri & Kala (2015); Adnan & Omar (2021)

ادامه جدول ۱.

عوامل تأثیرگذار بر رضایت	پژوهش‌های مرتبط
طراحی داخلی اقامتگاه	Buyeke et al. (2015); Sumanapala et al. (2017); Cicerali et al. (2017); Carvache-Franco et al. (2020)
تجربه فرهنگی و تعامل با جامعه محلی	Ellis & Vogelsong (2003); Kunjuraman & Hussin (2013); Chan & Baum (2007); Matzler & Sauerwein (2002); Padlee et al. (2019); Üzümoğlu & Turkan (2022); Kaefer (2022); Vardopoulos, Kleantithis & Kokkalas (2023)
تطابق خدمات با انتظارات گردشگران	Oliver (1980); Adnan & Omar (2021); Mafi (2020); Vui (2021)
محیط طبیعی و مناظر زیبا	Torres-Sovero et al. (2012); Zhang (2019); Bazneshin et al. (2015); Kerstetter et al. (2004); Varmazyari, et al. (2022); Das, Das & Das (2023)
راحتی و آرامش در اقامتگاه‌های طبیعی	Khan (2003); Carvache-Franco et al. (2020); Cicerali et al. (2017); Kim & Lee (2014); Carvache-Franco et al. (2021); Mohsen, Al-Obaidi & Asker (2022); Pourtaheri, et al. (2024); Khasawneh & Khassawneh (2024)
استفاده از معماری بومی و مصالح محلی	Üzümoğlu & Turkan (2022); Shahverdy, Salavatian & Safari (2022); Kaefer (2022); Onyebuchi, Kianen & Daminabo (2024); Kanchaikhram & Takagi (2024); Irani, et al. (2024)
تأثیر رضایت بر وفاداری	Chen & Chen (2010); Yoon & Uysal (2005); Hui et al. (2007); Wong & Law (2003); Tinakhat (2020)

با توجه به پیشینه مطالعات در زمینه موضوع، نقش محیط کالبدی و طراحی اقامتگاه کمتر مورد بررسی قرار گرفته و در مواردی هم که به آن پرداخته شده، تنها به جنبه‌های کلی محیط فیزیکی اشاره شده و وجوه و مؤلفه‌های سازنده کالبد و فضای اقامتگاه و جنبه‌های معماری آن به تفکیک و دقیق بررسی نشده است. از این رو، این شکاف دانشی ضرورت انجام پژوهش حاضر درباره رابطه جنبه‌های مشخص تر و دقیق تر معماری اقامتگاه با رضایت گردشگران را روشن می‌سازد.

روش

ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه‌ای است که بر اساس ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش‌های این حوزه تهیه شده است. به نحوی که بخش بزرگی از گویه‌ها از پژوهش‌های پیشین استفاده شده و سهم گویه‌های مربوط به ابعاد معماری بیشتر شده است تا بتواند عناصر و وجوه مربوط به معماری اقامتگاه را به روش دقیق تر و جامع تر مورد

پرسش قرار دهد. جدول ۲، متغیرها و گویه‌های حاصل از پژوهش‌های پیشین را نشان می‌دهد. روایی پرسشنامه به تأیید کارشناسان و متخصصان رسیده و برای اندازه‌گیری پایایی، از آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده برای گویه‌های مربوط به متغیرهای معماری اقامتگاه (۲۲ گویه)، ۰.۸۶۰ و برای مجموع پرسشنامه (۴۰ گویه)، ۰.۹۳۵ به دست آمده که نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزار پژوهش است.

جامعه مورد مطالعه شامل بومگردان استان خراسان شمالی است که آمار رسمی درباره تعداد دقیق بومگردان استان وجود ندارد. حجم نمونه با استفاده از نرم‌افزار جی‌پاور^۱ نسخه ۳.۱ برای آزمون همبستگی دودامنه با توان آماری ۰.۹۵، خطای (α) ۵٪ و اندازه اثر ۰.۷۰، برای جامعه آماری نامشخص، تعداد ۱۱۴ نفر به دست آمد. با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس، با در نظر گرفتن ضریب بازگشت ۸۰٪، تعداد ۱۳۷ پرسشنامه توزیع گردید که از این میزان، ۱۲۸ پرسشنامه تکمیل شده به دست آمد.

جدول ۲. جمع‌بندی متغیرها و گویه‌های استفاده شده در پژوهش‌های پیشین

منبع	پرسش	سازه / متغیر
Ali & Omar, 2014	برخورد پرسنل اقامتگاه با من دوستانه و محترمانه است.	خدمات اقامتگاه
Ali & Omar, 2014	کارها و خدمت‌رسانی پرسنل، سریع و به‌موقع انجام شده است.	
Ali & Omar, 2014	پرسنل اقامتگاه ظاهری آراسته، تمیز و مرتب دارند.	
Ali & Omar, 2014	تعداد پرسنل اقامتگاه کافی است.	
Ali & Omar, 2014	در صورت مشکل یا سؤال، پرسنل راهنمایی لازم را انجام داده‌اند.	
Hanaysha, 2016	این اقامتگاه، منوی غذا و تنوع غذایی زیادی دارد.	غذای اقامتگاه
Hanaysha, 2016	غذاهای اینجا خوشمزه است.	
Hanaysha, 2016	غذاها همیشه تازه سرو می‌شوند.	
Hanaysha, 2016	ظروف و لوازم غذاخوری، تمیز هستند.	

^۱. GPower 3.1

ادامه جدول ۲.

منبع	پرسش	سازه / متغیر
Hanaysha, 2016; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	محیط و فضاهای اقامتگاه تمیز است.	محیط کالبدی/ معماری
Hanaysha, 2016; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	وسایل، مبلمان و امکانات اقامتگاه تمیز است.	
Hanaysha, 2016; Chan & Marafa, 2018; Lee, Chua & Han, 2016; Ali & Omar, 2014	اقامتگاه دارای رنگ‌های مناسب و آرامش‌بخش است.	
Hanaysha, 2016; Chan & Marafa, 2018; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	اقامتگاه دارای رنگ‌های هماهنگ است.	
Lee, Chua & Han, 2017	در اقامتگاه، صدای موسیقی محلی شنیده می‌شود.	
Hanaysha, 2016; Chan & Marafa, 2018; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	دمای داخل اقامتگاه در طول روز، مناسب و راحت است.	
Hanaysha, 2016; Chan & Marafa, 2018; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	دمای داخل اقامتگاه در طول شب، مناسب و راحت است.	
Hanaysha, 2016; Chan & Marafa, 2018; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	فضاهای داخلی اقامتگاه از نور طبیعی مناسبی برخوردارند.	
Hanaysha, 2016; Chan & Marafa, 2018; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	فضاهای داخلی اقامتگاه در طول شب نور کافی و مناسبی دارند.	
Hanaysha, 2016; Chan & Marafa, 2018; Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	اثاثیه و مبلمان فضاها، راحت است.	
Hanaysha, 2016; Ali & Omar, 2014	اندازه / ابعاد فضاها به اندازه‌ای هست که بتوان به راحتی حرکت کرد.	
	فضای اقامتگاه، دنج و آرام است.	
Chan & Marafa, 2018; Ali & Omar, 2014	ظاهر و نمای بیرونی ساختمان اقامتگاه، مناسب و جذاب است.	

ادامه جدول ۲.

منبع	پرسش	سازه / متغیر
Hanaysha, 2016; Ali & Omar, 2014	دکوراسیون و طرح داخلی فضاهای اقامتگاه، جذاب و مناسب است.	محیط کالبدی / معماری
Lee, Chua & Han, 2017; Ali & Omar, 2014	طراحی محوطه و حیاط، جذاب و دلنشین است.	معماری
Hanaysha, 2016; Ali & Amin, 2014	فکر می‌کنم تصمیم درستی گرفتم که در این اقامتگاه اقامت داشته باشم.	رضایت از اقامتگاه
Hanaysha, 2016; Ali & Amin, 2014	احساس می‌کنم تجربه اقامت در اینجا برایم لذت‌بخش بود.	
Hanaysha, 2016; Ali & Amin, 2014	از تصمیم خودم برای انتخاب این اقامتگاه راضی هستم.	
Hanaysha, 2016	قیمت این اقامتگاه معقول است.	قیمت اقامتگاه
Hanaysha, 2016	قیمت این اقامتگاه نسبت به کیفیت آن، مناسب است.	
Ali & Amin, 2014	من قصد دارم که بعداً دوباره به این اقامتگاه بیایم.	وفاداری گردشگران
Ali & Amin, 2014	این اقامتگاه را در آینده هم به‌عنوان انتخاب اولم مدنظر خواهم داشت.	
Ali & Amin, 2014	من نظر مثبت خودم درباره این اقامتگاه را شفاهی به بقیه هم منتقل می‌کنم.	
Ali & Amin, 2014	من به دوستان و آشنایان خودم این اقامتگاه را توصیه خواهم کرد.	

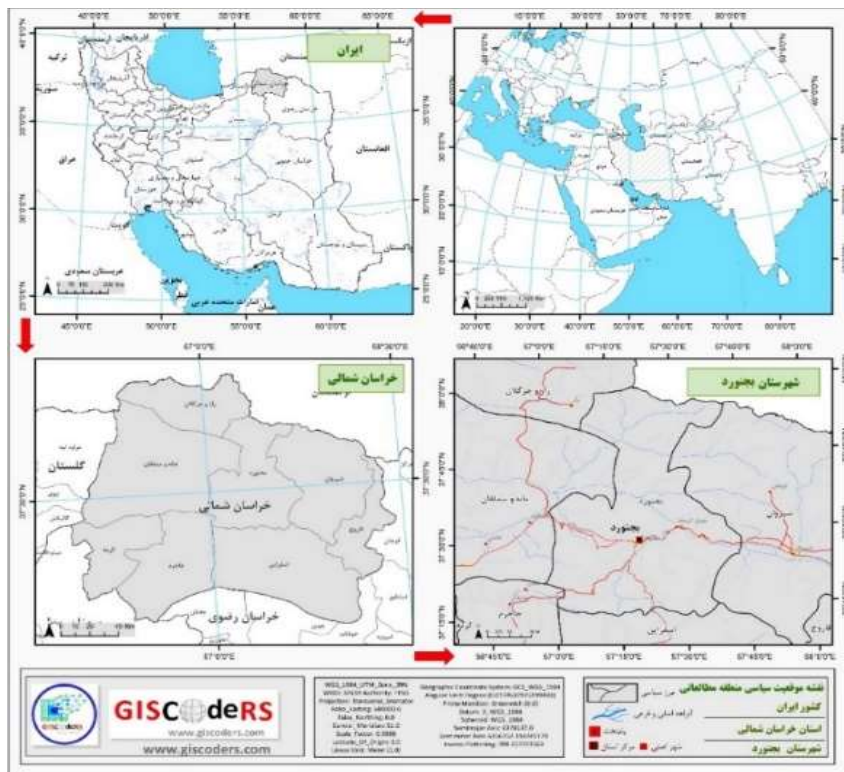
در این پژوهش، بر اساس نوع داده‌ها و پرسش‌های پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از چند آزمون ناپارامتریک از جمله آزمون علامت تک‌نمونه‌ای ویلکاکسون، ضریب همبستگی کندال تایوبی، آزمون من-ویتنی و کراسکال-والیس استفاده شده است.

یافته‌ها

الف) موقعیت جغرافیایی مورد مطالعه

استان خراسان شمالی با مساحتی در حدود ۲۸.۴۳۴ کیلومتر مربع، ۱.۷ درصد از مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد. موقعیت جغرافیایی استان خراسان شمالی، بین ۳۶ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۱۷ دقیقه عرض شمالی و ۵۵ درجه و ۵۲ دقیقه تا ۵۸ درجه و ۲۰ دقیقه طول شرقی واقع شده است. از نظر موقعیت نسبی جغرافیایی، این استان از شمال و شمال شرقی به طول حدود ۳۰۱ کیلومتر دارای مرز مشترک با جمهوری ترکمنستان است. از شرق و جنوب با استان خراسان رضوی، به طول حدود ۳۳۶ کیلومتر هم‌مرز است. همچنین، استان گلستان نیز به طول حدود ۱۰۵ کیلومتر دارای مرز مشترک با خراسان شمالی می‌باشد (سند توسعه استان خراسان شمالی، ۱۴۰۰).

شکل ۱. تقسیمات سیاسی استان خراسان شمالی



(مأخذ: www.giscoders.com)

استان خراسان شمالی دارای ظرفیت‌های گردشگری روستایی کم‌نظیری است. از جمله تعدد روستاها در استان؛ تنوع طبیعی استان، که شامل بخش‌های دشتی، بیابانی، جنگلی، کوهستانی است؛ تنوع اقلیمی استان که شامل آب و هوای سرد (در بیشتر نقاط استان)، معتدل (در بخش‌های غربی استان) و گرم (در جنوب غربی استان) است؛ و تنوع فرهنگی و قومی استان، که شامل اقوام کرمانج، ترک، ترکمن، تات و فارس است و گنجینه‌ای از فرهنگ‌ها را تشکیل داده است.

ب) یافته‌های میدانی

در ادامه به یافته‌های میدانی پژوهش پرداخته می‌شود. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ-دهندگان که در جدول ۳ آمده است، نشان می‌دهد که ۴۵/۳٪ پاسخ‌دهندگان زن و ۵۴/۷٪ مرد بوده‌اند. حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان (۴۹/۲٪) در گروه سنی ۱۵ تا ۳۰ سال بوده و اکثر پاسخ‌دهندگان (۸۲/۰٪) کمتر از ۴۵ سال سن داشته‌اند. از نظر تحصیلات، حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان (۵۱/۶٪) دارای مدرک کارشناسی بوده و اکثر پاسخ‌دهندگان (۸۱/۳٪) تحصیلات کارشناسی و بالاتر داشته‌اند. حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان (۴۸/۹٪) ساکن شهرهای استان خراسان شمالی بوده‌اند. بیشترین نوع سفر، سفر به همراه خانواده بوده است (۵۸/۶٪) و بیشترین فراوانی در هدف سفر، مربوط به هدف تفریح (۷۷/۳٪) بوده است. همچنین بیشتر پاسخ‌دهندگان (۸۵/۹٪)، بیش از یک بار از اقامتگاه مورد نظر استفاده کرده‌اند.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان

گروه‌ها/سطوح	فراوانی	درصد	گروه‌ها/سطوح	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۵۸	انفرادی	۲۹	۲۲.۷
	مرد	۷۰	با خانواده	۷۵	۵۸.۶
رده سنی	۱۵ تا ۳۰ سال	۶۳	با دوستان/همکاران	۲۳	۱۸.۰
	۳۱ تا ۴۵ سال	۴۲	تفریح	۹۹	۷۷.۳
	۴۶ تا ۶۰ سال	۱۸	ماجراجویی	۱۰	۷.۸
	۶۱ تا ۷۵ سال	۳	استراحت	۱۴	۱۰.۹
نوع سفر	هدف	۳۲.۸	هدف از سفر	۱۴.۱	۱۸
	سفر	۴۹.۲	استراحت	۲.۳	۳

ادامه جدول ۳.

گروه‌ها/سطوح	فراوانی	درصد	گروه‌ها/سطوح	فراوانی	درصد
بجنورد	۱۸	۱۴.۱	آشنایی با فرهنگ	۴	۳.۱
سایر شهرهای استان	۴۲	۳۲.۸	نداشته‌ام	۸	۶.۳
			کمتر از یک‌بار در سال	۶۷	۵۲.۳
سایر استان‌ها	۶۸	۵۳.۱	یک‌بار در سال یا بیشتر	۵۲	۴۰.۶
زیر دیپلم	۷	۵.۵	داشته‌ام	۱۱۰	۸۵.۹
دیپلم و کاردانی	۱۷	۱۳.۳	نداشته‌ام	۱۷	۱۳.۳
کارشناسی	۶۶	۵۱.۶			
کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۸	۲۹.۷			

برای سنجش نرمالیتی داده‌ها، از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد. نتیجه این آزمون نشان داد که داده‌ها در هیچ‌یک از متغیرها، نرمال نبوده است ($\text{sig} < 0.05$). از این رو برای پاسخگویی به سؤالات پژوهش از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده شده است.

جدول ۴ که یافته‌های توصیفی حاصل از پاسخ‌ها را نشان می‌دهد، بیانگر آن است که در همه متغیرهای مورد بررسی، پاسخ‌های دریافت شده کمتر از میانگین مورد انتظار است. برای سنجش معناداری این تفاوت، با توجه به رتبه‌ای بودن متغیرها و غیرنرمال بودن داده‌ها از آزمون علامت تک‌نمونه‌ای ویلکاکسون استفاده شده است. نتایج این آزمون که در جدول مذکور آمده، نشان می‌دهد که در همه متغیرهای مورد بررسی، میانه مشاهده شده (پاسخ‌ها) به‌طور معناداری از میانه مورد انتظار، کمتر است ($p < 0.01$). این امر نشان‌دهنده شکاف بین تجربیات بومگردان از اقامتگاه‌ها و انتظارات آن‌هاست؛ به عبارت دیگر، انتظار بومگردان از اقامتگاه‌ها برآورده نشده است.

جدول ۴. آزمون علامت تک‌نمونه‌ای ویلکاکسون برای سنجش معناداری تفاوت بین میان‌های مشاهده شده و میان‌های مورد انتظار

معماری (sig.)	خطای استاندارد	آماره ویلکاکسون				میانگین (Mean)		تعداد پاسخ (N)	تعداد گریه	معیار
		استاندارد شده	بهدست آمده	مورد انتظار	مشاهده شده	مورد انتظار	مشاهده شده			
۰.۰۰۰	۴۰۴.۷۰۷	-۹.۷۱۲	۷.۰۰۰	۱۵	۹	۱۵	۹.۲۷	۱۲۸	۵	خدمات اقامتگاه
۰.۰۰۰	۳۸۹.۶۸۸	-۹.۲۳۴	۱۵۳.۰۰۰	۱۲	۸	۱۲	۸.۱۲	۱۲۵	۴	غذای اقامتگاه
۰.۰۰۰	۳۴۹.۷۶۲	-۸.۸۷۹	۱۷۲.۰۰۰	۶	۴	۶	۴.۲۰	۱۲۸	۲	قیمت اقامتگاه
۰.۰۰۰	۳۸۷.۶۱۹	-۸.۹۴۷	۲۸۳.۵۰۰	۶	۴	۶	۳.۹۶	۱۲۸	۲	تمیزی اقامتگاه
۰.۰۰۰	۳۹۶.۲۷۱	-۹.۰۸۵	۲۷۵.۰۰۰	۶	۴	۶	۳.۹۷	۱۲۸	۲	رنگ اقامتگاه
۰.۰۰۱	۲۸۲.۶۷۵	-۶.۶۱۲	۶۰۶.۰۰۰	۹	۸	۹	۶.۹۱	۱۲۷	۳	صداهاى محیطی در اقامتگاه
۰.۰۰۱	۲۶۶.۹۴۵	-۵.۳۱۸	۹۵۷.۰۰۰	۶	۵	۶	۴.۹۳	۱۲۷	۲	بو و رایحه در اقامتگاه
۰.۰۰۰	۳۶۳.۸۴۳	-۸.۵۷۷	۳۳۱.۰۰۰	۶	۴	۶	۴.۱۶	۱۲۸	۲	دما و آسایش حرارتی
۰.۰۰۰	۳۸۲.۳۲۹	-۹.۳۱۸	۱۲۸.۰۰۰	۶	۴	۶	۳.۸۶	۱۲۸	۲	نور اقامتگاه
۰.۰۰۰	۴۰۳.۵۶۲	-۹.۵۱۶	۹۷.۰۰۰	۹	۶	۹	۶.۱۴	۱۲۸	۳	راحتی اقامتگاه
۰.۰۰۰	۳۹۳.۴۰۲	-۹.۱۰۶	۲۳۰.۵۰۰	۱۲	۸	۱۲	۸.۱۳	۱۲۸	۴	ویژگی‌های بصری اقامتگاه

ادامه جدول ۴.

معناداری (sig.)	خطای استاندارد	آماره ویلکاکسون		میان (Median)		میانگین (Mean)		تعداد پاسخ (N)	تعداد گروه	متغیر
		استاندارد شده	په‌دست آمده	مورد انتظار	مشاهده شده	مورد انتظار	مشاهده شده			
۰.۰۰۰	۳۳۸.۲۰۸	-۸.۶۱۳	۳۳۹.۰۰۰	۶	۴	۶	۴.۰۳	۱۲۷	۲	استفاده از هنر و فرهنگ بومی
۰.۰۰۰	۳۹۱.۱۱۲	-۹.۵۵۶	۷۵.۵۰۰	۹	۶	۹	۵.۹۵	۱۲۸	۳	رضایت کلی از اقامتگاه
۰.۰۰۱	۳۵۸.۴۶۲	-۸.۲۳۰	۴۴۳.۰۰۰	۶	۴	۶	۴.۳۱	۱۲۸	۲	تمایل به بازدید دوباره
۰.۰۰۰	۳۹۵.۹۳۰	-۹.۲۰۹	۲۲۹.۰۰۰	۶	۴	۶	۳.۹۱	۱۲۸	۲	توصیه به دیگران

جدول ۵، همبستگی میان متغیرهای مربوط به معماری اقامتگاه و خدمات، قیمت، غذا و امکانات اقامتگاه با متغیرهای رضایت از اقامتگاه، تمایل به بازدید دوباره از اقامتگاه و تمایل به توصیه اقامتگاه به دیگران را نشان می‌دهد. همانطور که در جدول مشاهده می‌شود، به جز متغیر بو و رایحه اقامتگاه، بین سایر متغیرها رابطه معناداری وجود دارد ($p < 0.01$).

جدول ۵. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش بر اساس ضرایب همبستگی کندال تا یو بی

متغیر	رضایت کلی از اقامتگاه	تمایل به بازدید دوباره	توصیه به دیگران
تمیزی	۰.۳۶۳*	۰.۳۰۶*	۰.۲۴۱*
رنگ	۰.۳۹۹*	۰.۳۳۵*	۰.۳۶۵*
صداهاى محیطی	۰.۲۵۳*	۰.۲۲۶*	۰.۲۸۳*
بو و رایحه	۰.۰۳۵	-۰.۰۸۹	۰.۰۶۵
آسایش حرارتی	۰.۳۰۶*	۰.۳۲۲*	۰.۳۰۸*
نور اقامتگاه	۰.۳۴۷*	۰.۳۰۵*	۰.۳۴۱*
راحتی اقامتگاه	۰.۳۵۵*	۰.۲۷۸*	۰.۲۷۲*
ویژگی‌های بصری	۰.۴۴۰*	۰.۴۰۰*	۰.۴۲۴*
استفاده از هنر و فرهنگ بومی	۰.۲۲۹*	۰.۳۲۳*	۰.۴۱۲*
خدمات اقامتگاه	۰.۳۱۰*	۰.۲۹۰*	۰.۳۴۹*
غذای اقامتگاه	۰.۳۷۰*	۰.۴۵۱*	۰.۳۸۱*
قیمت اقامتگاه	۰.۱۸۷*	۰.۲۲۵*	۰.۳۲۴*
رضایت کلی از اقامتگاه		۰.۳۵۴*	۰.۴۲۶*
تمایل به بازدید دوباره			۰.۲۵۲*
توصیه به دیگران			
کلیه اعداد ماتریس، ضرایب همبستگی کندال تا یو بی می‌باشند. *معنادار در سطح ۰.۰۰۱			

جدول ۶، متغیرهای معماری و سایر ویژگی‌های اقامتگاه به ترتیب شدت همبستگی با سه متغیر رضایت از اقامتگاه، تمایل به بازدید دوباره از اقامتگاه و تمایل به توصیه اقامتگاه به دیگران را نشان می‌دهد. مطابق این جدول از میان متغیرهای معماری اقامتگاه، ویژگی‌های بصری اقامتگاه ($r=0.440$)، رنگ اقامتگاه ($r=0.399$)، راحتی اقامتگاه ($r=0.355$)، نور اقامتگاه ($r=0.347$) و آسایش حرارتی اقامتگاه ($r=0.306$) با شدت همبستگی متوسط ($0/3$ تا $0/6$) به ترتیب دارای بیشترین شدت همبستگی با میزان رضایت از اقامتگاه بوده‌اند و پس از آن‌ها دو متغیر صداهاى محیطی ($r=0.253$) و حضور فرهنگ و هنر بومی در اقامتگاه ($r=0.229$) قرار داشته که همبستگی نسبتاً ضعیفی با میزان رضایت از اقامتگاه دارند.

جدول ۶. متغیرهای همبسته با رضایت کلی از اقامتگاه، تمایل به بازدید دوباره و توصیه به دیگران

متغیرهای همبسته با رضایت کلی از اقامتگاه (به ترتیب میزان همبستگی)		متغیرهای همبسته با تمایل به بازدید دوباره (به ترتیب میزان همبستگی)		متغیرهای همبسته با توصیه به دیگران (به ترتیب میزان همبستگی)	
میزان همبستگی	متغیر	میزان همبستگی	متغیر	میزان همبستگی	متغیر
۰.۴۴۰*	ویژگی‌های بصری	۰.۴۵۱*	غذای اقامتگاه	۰.۴۲۴*	ویژگی‌های بصری
۰.۳۹۹*	رنگ اقامتگاه	۰.۴۰۰*	ویژگی‌های بصری	۰.۴۱۲*	حضور فرهنگ و هنر بومی
۰.۳۷۰*	غذای اقامتگاه	۰.۳۳۵*	رنگ اقامتگاه	۰.۳۸۱*	غذای اقامتگاه
۰.۳۶۳*	تمیزی اقامتگاه	۰.۳۲۳*	حضور فرهنگ و هنر بومی	۰.۳۶۵*	رنگ اقامتگاه
۰.۳۵۵*	راحتی اقامتگاه	۰.۳۲۲*	آسایش حرارتی	۰.۳۴۹*	خدمات اقامتگاه
۰.۳۴۷*	نور اقامتگاه	۰.۳۰۶*	تمیزی اقامتگاه	۰.۳۴۱*	نور اقامتگاه
۰.۳۱۰*	خدمات اقامتگاه	۰.۳۰۵*	نور اقامتگاه	۰.۳۲۴*	قیمت اقامتگاه
۰.۳۰۶*	آسایش حرارتی	۰.۲۹۰*	خدمات اقامتگاه	۰.۳۰۸*	آسایش حرارتی
۰.۲۵۳*	صداهای محیطی	۰.۲۷۸*	راحتی اقامتگاه	۰.۲۸۳*	صداهای محیطی
۰.۲۲۹*	حضور فرهنگ و هنر بومی	۰.۲۲۶*	صداهای محیطی	۰.۲۷۲*	راحتی اقامتگاه
۰.۱۸۷*	قیمت اقامتگاه	۰.۲۲۵*	قیمت اقامتگاه	۰.۲۴۱*	تمیزی اقامتگاه

جدول‌های ۷ و ۸ به ترتیب نتایج آزمون‌های ناپارامتری من-ویتنی و کراسکال-والیس را برای سنجش معناداری تفاوت نمره متغیرها در بین گروه‌های پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهند. مطابق جدول ۷ که به بررسی تفاوت نمره متغیرها بر اساس دو متغیر «جنسیت» و «سابقه بازدید قبلی از اقامتگاه» می‌پردازد، تفاوت‌های معناداری در متغیرهای «غذا» ($\text{sig.}=0.023$) و «تمایل به بازدید دوباره» ($\text{sig.}=0.002$) و همچنین، متغیرهای معماری «صداهای محیطی» ($\text{sig.}=0.006$)، «نور» ($\text{sig.}=0.007$) و «راحتی» ($\text{sig.}=0.029$) در بین مردان و زنان مشاهده شده است؛ به نحوی که در همه متغیرهای مذکور، میانگین نمره زنان به طور معناداری کمتر از مردان بوده است. همچنین، تفاوت‌های معناداری در دو متغیر «تمایل به بازدید دوباره» ($\text{sig.}=0.023$) و «صداهای محیطی» ($\text{sig.}=0.002$) در بین

افرادی که برای اولین بار از اقامتگاه مدنظر استفاده می‌کردند و افرادی که تجربه قبلی داشتند، مشاهده شده است؛ به نحوی که در این متغیرها میانگین نمره افرادی که قبلاً اقامتگاه را تجربه کرده بودند، به‌طور معناداری کمتر از نمره افرادی بوده که برای اولین بار از اقامتگاه استفاده می‌کردند.

جدول ۷. آزمون من-وینتی برای سنجش معناداری تفاوت میانگین نمره متغیرها در بین گروه‌ها/سطوح مختلف پاسخ‌دهندگان

متغیر	جنسیت	بازدید قبلی	متغیر	جنسیت	بازدید قبلی
خدمات	Mann-Whitney U	۱۸۳.۰۰۰	Mann-Whitney U	۷۶۴.۰۰۰	۱۷۶۷.۰۰۰
	آماره Z	-۰.۵۱۵	آماره Z	-۱.۲۵۶	-۱.۳۰۵
	معناداری (sig.)	۰.۶۰۶	معناداری (sig.)	۰.۲۰۹	۰.۱۹۲
فضا	Mann-Whitney U	۶۰۰.۵۰۰	Mann-Whitney U	۵۴۹.۵۰۰	۱۳۷۳.۰۰۰
	آماره Z	-۲.۲۸۰	آماره Z	-۲.۷۵۰	-۳.۰۷۹
	معناداری (sig.)	۰.۰۲۳	معناداری (sig.)	۰.۰۰۶	۰.۰۰۲
بست	Mann-Whitney U	۷۴۳.۵۰۰	Mann-Whitney U	۷۲۳.۰۰۰	۱۸۲۵.۰۰۰
	آماره Z	-۱.۳۹۴	آماره Z	-۱.۴۹۹	-۰.۸۴۸
	معناداری (sig.)	۰.۱۶۳	معناداری (sig.)	۰.۱۳۴	۰.۳۹۶
رضایت کلی	Mann-Whitney U	۷۹۶.۰۰۰	Mann-Whitney U	۷۵۷.۰۰۰	۱۸۷۶.۰۰۰
	آماره Z	-۱.۰۳۱	آماره Z	-۱.۲۹۵	-۰.۷۵۸
	معناداری (sig.)	۰.۳۰۳	معناداری (sig.)	۰.۱۹۵	۰.۴۴۹
بازدید دوباره	Mann-Whitney U	۵۰۸.۰۰۰	Mann-Whitney U	۵۶۴.۵۰۰	۱۸۸۲.۰۰۰
	آماره Z	-۳.۱۱۹	آماره Z	-۲.۷۱۷	-۰.۷۳۴
	معناداری (sig.)	۰.۰۰۲	معناداری (sig.)	۰.۰۰۷	۰.۴۶۳

ادامه جدول ۷.

متغیر	جنسیت	بازدید قبلی	متغیر	جنسیت	بازدید قبلی
توصیفی-تجزیه‌ای	Mann-Whitney U	۷۵۰.۰۰۰	زیارتی	Mann-Whitney U	۱۹۴۸.۰۰۰
	آماره Z	-۱.۳۶۳		آماره Z	-۰.۴۰۸
	معناداری (sig.)	۰.۱۷۳		معناداری (sig.)	۰.۶۸۳
ویژگی‌های بصری	Mann-Whitney U	۶۸۰.۵۰۰	ویژگی‌های بصری	Mann-Whitney U	۲۰۰۲.۵۰۰
	آماره Z	-۱.۸۴۹		آماره Z	-۰.۱۳۵
	معناداری (sig.)	۰.۰۶۴		معناداری (sig.)	۰.۸۹۳
فرهنگ بومی	Mann-Whitney U	۸۷۰.۵۰۰	فرهنگ بومی	Mann-Whitney U	۱۹۲۶.۰۰۰
	آماره Z	-۰.۴۷۱		آماره Z	-۰.۵۱۴
	معناداری (sig.)	۰.۶۳۷		معناداری (sig.)	۰.۶۰۸
زیارتی	Mann-Whitney U	۶۳۳.۵۰۰	زیارتی	Mann-Whitney U	۱۸۹۲.۵۰۰
	آماره Z	-۲.۱۷۸		آماره Z	-۰.۶۷۲
	معناداری (sig.)	۰.۰۲۹		معناداری (sig.)	۰.۵۰۲
فرهنگ بومی	Mann-Whitney U	۷۲۳.۵۰۰	فرهنگ بومی	Mann-Whitney U	۱۸۷۶.۵۰۰
	آماره Z	-۱.۴۹۴		آماره Z	-۰.۶۲۱
	معناداری (sig.)	۰.۱۳۵		معناداری (sig.)	۰.۵۳۵

همچنین، مطابق جدول ۸ که به بررسی تفاوت نمره متغیرها بر اساس گروه‌ها در متغیرهای جمعیت‌شناختی «محل سکونت»، «سطح تحصیلات»، «نوع سفر» و «هدف سفر» می‌پردازد، در افراد با سطح تحصیلات متفاوت، میانگین نمرات متغیرهای «غذا» ($sig.=0.002$)، «رضایت از اقامتگاه» ($sig.=0.036$)، «بو و رایحه» ($sig.=0.024$)، «نور» ($sig.=0.039$)، «راحتی» ($sig.=0.018$)، «ویژگی‌های بصری» ($sig.=0.038$) و «حضور فرهنگ و هنر بومی» ($sig.=0.020$) به طور معناداری متفاوت بوده است. در افراد با نوع سفرهای متفاوت (انفرادی، همراه خانواده، همراه دوستان/همکاران) نیز میانگین نمرات متغیرهای «غذا» ($sig.=0.000$)، «قیمت» ($sig.=0.007$)، «تمایل به بازدید دوباره» ($sig.=0.000$)، «تمایل به توصیه به دیگران» ($sig.=0.027$) و متغیرهای معماری مانند «رنگ» ($sig.=0.000$)، «آسایش حرارتی» ($sig.=0.001$)، «نور» ($sig.=0.002$)، «راحتی» ($sig.=0.011$)، «ویژگی‌های بصری» ($sig.=0.000$) و «حضور فرهنگ و هنر بومی» ($sig.=0.001$) به طور معناداری متفاوت بوده است.

جدول ۸. آزمون کراسکال-والیس برای سنجش معناداری تفاوت میانگین نمره متغیرها در بین گروه‌ها/سطوح مختلف پاسخ‌دهندگان

هدف از سفر	متغیر	رتبه	تصنیفات	رتبه	متغیر	رتبه	تصنیفات	رتبه	متغیر	رتبه	تصنیفات	رتبه	متغیر			
۳۷۴۴	۱۶۶۶۱	۳۳۳۸	۱۹۹۵	Kruskal-Wallis H	رتبه	۰۷۰۸	۵۳۳۲	۴۸۵۹	۴۶۲۵	Kruskal-Wallis H	۲	۰۰۹۹	۰۸۷۱			
														آزادی (df.)	۳	۰۰۹۹
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۰	۰۰۹۹
۰۲۹۱	۰۰۰۰	۰۳۴۲	۰۳۶۹	Kruskal-Wallis H	سطوح محیطی	۲۸۳۹	۱۷۰۵۸۹	۱۲۰۵۲۸	۵۰۱۴	Kruskal-Wallis H	۲	۰۰۸۲	۰۴۱۷			
														آزادی (df.)	۳	۰۰۸۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۰	۰۰۸۲
۵۰۱۰۴	۲۸۵۲	۴۱۰۳	۰۱۳۸	Kruskal-Wallis H	بزرگ‌راه	۴۲۹۹	۹۹۴۴	۴۳۳۹	۲۳۸۹	Kruskal-Wallis H	۲	۰۳۰۳	۰۸۱۷			
														آزادی (df.)	۳	۰۳۰۳
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۲۴	۰۳۰۳
۰۱۶۴	۰۲۴۰	۰۲۵۱	۰۹۳۳	Kruskal-Wallis H	آبشار	۱۶۰۷	۵۳۳۷	۸۵۲۴	۰۷۰۰	Kruskal-Wallis H	۲	۰۷۰۵	۰۵۶۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۷۰۵
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۱	۰۷۰۵
۰۹۳۶	۳۶۴۵	۹۴۶۶	۰۳۶۲	Kruskal-Wallis H	فرز	۴۶۶۷	۲۲۰۳۷	۴۱۳۴	۳۰۹۸	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۱۲	۱۸۴۹			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۱۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۲	۰۲۱۲
۳	۰	۳	۰	Kruskal-Wallis H	راه	۱۲۸۴	۷۲۱۸	۶۹۰۲	۰۳۴۴	Kruskal-Wallis H	۲	۰۸۴۲	۰۷۲۹			
														آزادی (df.)	۳	۰۸۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۱۱	۰۸۴۲
۰۸۱۷	۰۱۶۲	۰۰۲۴	۰۸۷۷	Kruskal-Wallis H	ویژگیهای شهری	۳۷۷۹	۲۴۸۷۹	۸۴۳۷	۱۶۲۴	Kruskal-Wallis H	۲	۰۴۴۴	۰۲۸۶			
														آزادی (df.)	۳	۰۴۴۴
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۰	۰۴۴۴
۲۰۳۸	۱۳۶۴۳	۶۰۷۴	۳۹۰۱	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۱	۰۲۴۲
۰۵۶۵	۰۰۰۱	۰۱۰۸	۰۱۴۲	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۱	۰۲۴۲
۱۸۴۹	۱۲۸۱۷	۸۳۵۰	۲۳۳۲	Kruskal-Wallis H	ویژگیهای شهری	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۲	۰۲۴۲
۰۶۰۴	۰۰۰۲	۰۰۳۹	۰۳۳۸	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۲	۰۲۴۲
۱۲۹۹	۸۹۵۶	۱۰۱۱۵	۳۷۲۸	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۱۱	۰۲۴۲
۰۷۲۹	۰۰۱۱	۰۰۱۸	۰۱۵۵	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۱۱	۰۲۴۲
۳۷۷۹	۲۴۸۷۹	۸۴۳۷	۱۶۲۴	Kruskal-Wallis H	ویژگیهای شهری	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۰	۰۴۴۴
۰۲۸۶	۰۰۰۰	۰۰۳۸	۰۴۴۴	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۰	۰۴۴۴
۲۲۸۸	۱۴۸۵۷	۹۸۲۶	۳۲۱۲	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۱	۰۲۴۲
۰۵۱۵	۰۰۰۱	۰۰۲۰	۰۲۰۱	Kruskal-Wallis H	بزرگراه	۳۲۹۷	۴۵۳۵	۷۳۷۲	۲۸۳۷	Kruskal-Wallis H	۲	۰۲۴۲	۰۵۱۵			
														آزادی (df.)	۳	۰۲۴۲
														معناداری (Asy.sig.)	۰۰۰۱	۰۲۴۲

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش عوامل و عناصر معمارانه اقامتگاه‌های بومگردی استان خراسان شمالی در ایجاد «رضایت بومگردان» و پیامدهای بعدی آن، یعنی «تمایل به بازدید دوباره از اقامتگاه» و «تمایل به توصیه اقامتگاه به دیگران» انجام شده است. نتایج پژوهش در چند بخش، به شرح زیر قابل ارائه است.

الف) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بومگردان: یافته‌های جمعیت‌شناختی نشان‌دهنده استقبال کمتر از اقامتگاه در سنین بالاتر جامعه است. همچنین، یافته‌ها نشان‌دهنده استقبال بیشتر قشر تحصیل کرده از اقامتگاه‌ها و سطح بالای وفاداری و حمایت مجدد گردشگران است. یعنی افراد جوان‌تر و با تحصیلات بیشتر، اقبال بیشتری به اقامتگاه‌ها داشته‌اند. علت اقبال این گروه جامعه، با توجه به اینکه افراد جوان‌تر و تحصیل کرده بیشتر با رسانه‌ها و فضای مجازی در ارتباط هستند، ممکن است به تأثیر تبلیغات گسترده تجربه بومگردی و اقامتگاه‌ها در رسانه‌های اجتماعی و فضاهای مجازی در سال‌های اخیر مربوط باشد.

ب) شکاف بین انتظارات و تجربیات بومگردان در اقامتگاه: یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده شکاف قابل توجهی بین تجربه بومگردان از اقامتگاه‌ها و انتظارات آن‌هاست. این امر نشانگر عدم تطابق بین انتظارات مهمانان و تجربه واقعی آن‌ها بوده و همچنین نشان می‌دهد که وضعیت فعلی معماری و سایر امکانات اقامتگاه‌ها در برآوردن نیازها و انتظارات بومگردان، کافی و رضایت‌بخش نبوده و نیازمند ارتقا و بهبود است. این نتیجه هم‌راستا با پژوهش‌های الیور (1980) و عدنان و عمر (2021) درباره انتظارات گردشگران است.

ج) رابطه ویژگی‌های معماری اقامتگاه با سطح رضایت بومگردان: یافته‌های مربوط به تحلیل همبستگی جنبه‌های مختلف اقامتگاه با سطح رضایت بومگردان، تمایل به بازدید دوباره و تمایل به توصیه اقامتگاه به دیگران، نشان می‌دهد که ویژگی‌های زیبایی‌شناختی و جنبه‌های بصری اقامتگاه با رضایت گردشگران رابطه دارد. این نتیجه با پژوهش‌های تورس-سورو و همکاران (2012)، ژانگ و همکاران (2019)، بویکه و همکاران (2015) و سوماناپالا و همکاران (2017) هم‌راستا است. همچنین، ویژگی‌های عملکردی و مرتبط با آسایش در اقامتگاه نیز رابطه معنادار با رضایت گردشگران داشته است که با پژوهش‌های

لیان چان و بوم (2007)، مارکوسن (2011) و کو و همکاران (2000)، فضلی و رکن-الدین افتخاری (۱۴۰۱) و رئیسی‌نژاد، میرحسینی و جهانبخش (۱۴۰۰) همخوانی دارد. اما نتیجه پژوهش رئیسی‌نژاد و همکاران (۱۴۰۱) برخلاف این پژوهش، نشان می‌دهد که مؤلفه‌های طبیعت‌گرایی و عملکردی، رتبه بالاتری نسبت به مؤلفه‌های کالبدی-فضایی داشته است که این تفارت می‌تواند مربوط به تفاوت در کیفیت کالبدی اقامتگاه‌های مورد بررسی، بافت اجتماعی-فرهنگی منطقه و انتظارات گردشگران باشد. همچنین می‌توان نتیجه گرفت که در ایجاد تجربه رضایت‌بخش از اقامتگاه، جنبه‌های زیبایی‌شناختی و جذابیت‌های بصری اقامتگاه، نقش بیشتری نسبت به جنبه‌های عملکردی و آسایش داشته است. اگرچه جنبه فرهنگی اقامتگاه، یعنی «حضور فرهنگ و هنر بومی در اقامتگاه» رابطه ضعیفی با «رضایت گردشگران» داشته است اما از آنجا که همبستگی مثبت قوی‌تری با وفاداری گردشگران دارد، نقش آن را نباید نادیده گرفت. این نتیجه با پژوهش‌های لیان چان و بوم (2007)، تورس-سورو و همکاران (2012)، کارواچه فرانکو و همکاران (2000) و سیسرالی و همکاران (2017)، فضلی و رکن‌الدین افتخاری (۱۴۰۱)، رئیسی‌نژاد، میرحسینی و جهانبخش (۱۴۰۰) و رئیسی‌نژاد و همکاران (۱۴۰۱) همخوانی دارد.

د) تفاوت بین تجربه گروه‌های مختلف بومگردان: مطابق با یافته‌ها، میانگین نمره برخی متغیرها در زنان به‌طور معناداری کمتر از مردان بوده است. این امر می‌تواند ناشی از حساسیت بیشتر زنان و سطح بالاتر انتظارات آن‌ها در این متغیرها باشد. میانگین نمرات بسیاری از متغیرها در بین سطوح مختلف تحصیلات تفاوت معناداری نشان داده است. یعنی سطح تحصیلات متفاوت بر سطح انتظارات و کیفیت تجربه بومگردان تأثیرگذار بوده است. همچنین، میانگین نمرات بسیاری از متغیرها در بین سطوح مختلف نوع سفر نیز تفاوت معناداری نشان داده است. یعنی نوع سفر و اینکه تجربه کردن اقامتگاه به همراه چه کسانی باشد نیز می‌تواند بر کیفیت تجربه اقامتگاه و سطح انتظارات بومگردان اثرگذار باشد.

ه) نوآوری پژوهش: نوآوری اصلی این پژوهش در تمرکز دقیق روی تأثیر جنبه‌های معماری اقامتگاه‌های بومگردی بر رضایت و وفاداری گردشگران است؛ در حالی که بسیاری از پژوهش‌های پیشین به بررسی کلی عوامل تأثیرگذار بر رضایت گردشگران

پرداخته‌اند. این پژوهش با جزئیات بیشتری به بررسی عناصر خاص معماری از جمله ویژگی‌های بصری، زیبایی‌شناختی، عملکردی و فرهنگی پرداخته است. این امر یک گام مهم در جهت پر کردن شکاف دانش موجود در رابطه با نقش دقیق و مشخص معماری در ایجاد تجربه‌های به یاد ماندنی و پایدار برای گردشگران است.

(و) کاربردهای پژوهش: یافته‌های این پژوهش از جنبه نظری، می‌تواند به فهم عمیق‌تری از نقش ویژگی‌های معمارانه در تجربه گردشگران بومگرد و نیز توسعه مدل‌های نظری جدیدی درباره رابطه بین عناصر معماری اقامتگاه‌ها و رفتار گردشگران کمک کند. از جنبه عملی، نتایج پژوهش می‌تواند به معماران و طراحان کمک کند تا با در نظر گرفتن جنبه‌های بصری و زیبایی‌شناختی و عملکردی، اقامتگاه‌هایی طراحی کنند که بیشترین تأثیر مثبت را بر رضایت گردشگران داشته باشند. این امر نه تنها به افزایش وفاداری گردشگران، بلکه به جذب مشتریان جدید از طریق توصیه‌های مثبت نیز کمک می‌کند. همچنین، یافته‌های مربوط به تفاوت بین گروه‌های جامعه می‌تواند به مدیران اقامتگاه‌ها کمک کند تا خدمات و طراحی‌های خود را به گونه‌ای تنظیم کنند که به صورت بهینه نیازهای مختلف را پوشش دهند و تجربه‌ای شخصی‌سازی شده ارائه نمایند. با توجه به اهمیت جنبه‌های فرهنگی و هنر بومی در رضایت و وفاداری گردشگران، این نتایج می‌تواند به ترویج استفاده از عناصر محلی در طراحی اقامتگاه‌ها کمک کند. این امر نه تنها به حفظ و تقویت فرهنگ و هنر محلی کمک می‌کند، بلکه به رشد پایدار بومگردی نیز منجر می‌شود.

(و) محدودیت‌های پژوهش: از محدودیت‌های پژوهش، دامنه جغرافیایی محدود آن است که باعث می‌شود با توجه به تفاوت‌های فرهنگی-اجتماعی، کیفیت اقامتگاه‌ها و انتظارات گردشگران، نتایج این پژوهش قابل تعمیم به سایر نقاط کشور نباشد. همچنین از آنجا که پژوهش، مقطعی است؛ تأثیر زمان و تغییر در انتظارات گردشگران در آن بررسی نشده است. با وجود تلاش‌های پژوهش حاضر برای برشمردن عوامل کالبدی و محیطی، این عوامل باز هم می‌تواند دقیق‌تر و مفصل‌تر بررسی شوند.

(ز) پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی: با توجه به محدودیت‌های پژوهش حاضر، انجام پژوهش‌های طولی، پژوهش‌هایی با دامنه جغرافیایی گسترده‌تر یا مقایسه مناطق مختلف کشور و همچنین، برشمردن جزئیات و ظرایف مؤلفه‌های کالبدی-فضایی اقامتگاه‌ها و

رابطه آن‌ها با رضایت و وفاداری گردشگران می‌تواند خلأهای پژوهشی را تا حدودی پر کنند.

ه) پیشنهاد برای بهبود شرایط اقامتگاه‌ها: بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش، پیشنهادهای زیر می‌تواند به ارتقای رضایت بومگردان کمک کند و نیز وفاداری و حمایت آن‌ها را افزایش دهد:

- توجه به جذابیت بصری و جنبه‌های زیبایی‌شناختی اقامتگاه می‌تواند رضایت بومگردان و حمایت بعدی آن‌ها را افزایش دهد.
- توجه به جنبه‌های کارکردی و آسایش اقامتگاه، مانند راحت بودن، استانداردهای تمیزی اقامتگاه، صداهای مطبوع، نور و دمای مناسب می‌تواند کیفیت تجربه و رضایت بومگردان را افزایش دهد.
- ترکیب عناصر فرهنگ و هنر بومی، مانند نقوش و صنایع دستی با عناصر معماری و طراحی داخلی اقامتگاه می‌تواند تجربه جذاب‌تری برای بومگردان ایجاد کند و ضمن ارتقای آگاهی بومگردان از فرهنگ و سبک زندگی آن منطقه، حمایت و بازدید بعدی را به دنبال داشته باشد.
- توجه به تفاوت‌های جنسیتی و نیازها و ترجیحات خاص بومگردان زن و انتظارات بالاتر آن‌ها می‌تواند به بهبود سطح رضایت ایشان و همچنین، افزایش احتمال بازدید دوباره آن‌ها کمک کند. این امر می‌تواند از طریق طراحی اتاق‌های متفاوت برای زنان یا فضاهای مختص آن‌ها انجام گیرد.
- کنترل مداوم کیفیت فضاها و به‌روزرسانی مستمر امکانات و خدمات برای برآورده کردن نیازهای عموم بومگردان و به‌ویژه مهمانان تکراری، ضروری است.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

سپاسگزاری

از کلیه گردشگران و مدیران اقامتگاه‌ها که پاسخگو بوده‌اند، سپاسگزاری می‌شود.

ORCID

Nastaran Nasiri  <http://orcid.org/0009-0005-4990-0450>

Reza Moradpour  <http://orcid.org/0000-0003-3919-2639>

منابع

۱. اردکانی، سیدسعید، میرغفوری، سیدحبیب‌اله، برقی، شاهین (۱۳۸۹). شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مؤثر بر سطح رضایت گردشگران خارجی در شیراز با استفاده از تکنیک‌های تحلیل عاملی و تصمیم‌گیری چندشاخصه. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۵ (۱۳)، ۱-۲۴. https://tms.atu.ac.ir/article_5061.html
۲. رئیسی‌نژاد، امیرافشین، میرحسینی، سیدمحمد، جهانبخش، حیدر (۱۴۰۰). بررسی ارتباط ساختار معماری اقامتگاه‌های بوم‌گردی با میزان رضایتمندی گردشگران، مطالعه موردی: اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستای جنت رودبار، رامسر، استان مازندران. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۱۰ (۱)، ۸۱-۹۳. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.215665.1941>
۳. رئیسی‌نژاد، امیرافشین، میرحسینی، سیدمحمد، جهانبخش، حیدر، تیموری، محمود (۱۴۰۱). ارزیابی میزان رضایتمندی گردشگران از کیفیت معماری اقامتگاه‌های بوم‌گردی با هدف تدوین ضوابط ساماندهی آن‌ها (مطالعه موردی: اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستایی تنکابن، استان مازندران). *نشریه روستا و توسعه*، ۱۰۰، ۲۰-۴۴. <https://doi.org/10.30490/rvt.2021.354210.1344>
۴. زیاری، کرامت‌اله، امانپور، سعید، امیری‌فهلپانی، محمدرضا (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری شهری با تأکید بر عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران (نمونه موردی: شهر نورآباد ممسنی). *نشریه جغرافیایی سرزمین*، ۱۰ (۳۷)، ۳-۱۵. https://journals.srbiau.ac.ir/article_5285.html
۵. صالح‌پور، مرجان (۱۳۹۶). بررسی اقامتگاه بوم‌گردی و خصوصیات آن به‌عنوان یک اقامتگاه پایدار. *چهارمین کنفرانس بین‌المللی فناوری‌های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی، تهران*. <https://civilica.com/doc/702640>
۶. صباغ‌کرمانی، مجید، امیریان، سعید (۱۳۷۹). بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده‌ستانده. *نشریه پژوهشنامه بازرگانی*، ۱۶، ۵۷-۸۴. <http://ensani.ir/fa/article/6505>
۷. عمارلو، فاطمه (۱۳۹۲). تأثیر مصالح بوم‌آورد بر قابلیت گردشگری در مناطق حاشیه‌ای کویر. *اولین همایش ملی معماری، مرمت، شهرسازی و محیط‌زیست پایدار، همدان*، ۲۸ شهریور ۱۳۹۲. <https://civilica.com/doc/263437>

۸. فضلی، نفیسه، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۴۰۱). میزان تأثیر گذاری ابعاد مختلف کیفیت بر پایداری اقامتگاه‌های بومگردی (مورد مطالعه: استان تهران). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۱ (۴۰)، ۴۱-۷۸. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21451.3541>
۹. قبری، سیروس، فتاحی، احداله، نصیری، خدیجه (۱۳۹۸). سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات گردشگری با استفاده از مدل کانو- سروکوال، مطالعه موردی: روستاهای دهستان سپیددشت، شهرستان خرم‌آباد، استان لرستان. مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۹ (۳۳)، ۱۱۵-۱۳۰. <https://doi.org/10.30488/gps.2019.91876>
۱۰. مدنیان، سیدمحمد، شکرچی‌زاده، احمدرضا (۱۳۹۸). بررسی و واکاروی مفهوم و ابعاد مدیریت کیفیت خدمات. فصلنامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت، ۹ (۲)، ۹۰-۱۰۹. https://www.jstandardization.ir/article_116585.html
11. Adnan, S. F., & Omar, S. I. (2021). Tourists' satisfaction towards adventure lodges. *Journal of Ecotourism*, 7(3), pp. 4-8. <https://doi.org/10.1080/14724049.2021.1942018>
12. Akama, J. S., & Kieti, D. M. (2003). *Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: A case study of Tsavo West National Park. Tourism Management*, 24(1), 73-81. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00044-4)
13. Alegre, J., & Garau, J. (2010). *Factors affecting tourist satisfaction at sun and sand destinations. Annals of Tourism Research*, 37(1), 52-73. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738309000929>
14. Ali, F., & Amin, M. (2014). The influence of physical environment on emotions, customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry. *Journal for Global Business Advancement*, 7(3), 249-266. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2014.064109>
15. Ali, F., & Omar, R. (2014). Determinants of customer experience and resulting satisfaction and revisit intentions: PLS-SEM approach towards Malaysian resort hotels. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism* (APJIHT), 3, 1-19. <https://doi.org/10.7603/s40930-014-0010-2>
16. Aref, F. & Gill, S. S. (2009). Rural tourism development through rural cooperatives. *Nature and Science*, 7(10): 68-73. <https://www.semanticscholar.org/paper/RURAL-TOURISM-DEVELOPMENT-THROUGH-RURAL-Aref-Gil/686d378218eaf5423a2f54b06c527ba4c5ddb00>

17. Bagri, S. C., & Kala, D. (2015). *Tourists' satisfaction at Trijuginarayan: An emerging spiritual and adventure tourist destination in Garhwal Himalaya, India.* *TURIZAM*, 19(4), 165-182. <https://doi.org/10.18421/TRZ19.04-03>
18. Baniya, R., & Thapa, P. (2017). Hotel attributes influencing international tourists' satisfaction and loyalty. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 7, 44-61. <https://www.semanticscholar.org/paper/Hotel-Attributes-Infl-uencing-International-%E2%80%99-and-Baniya/047e16cd0d88025005d2d3d13b729966a53c5831>
19. Bazneshin, S. D., Hosseini, S. B., & Azeri, A. R. K. (2015). The physical variables of tourist areas to increase the tourists' satisfaction regarding the sustainable tourism criteria: Case study of Rudsar Villages, Sefidab in Rahim Abad. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 201, 128-135. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.08.141>
20. Brown, A. H., & Green, T. D. (2019). *The essentials of instructional design: Connecting fundamental principles with process and practice.* Routledge. <https://www.routledge.com/The-Essentials-of-Instructional-Design-Connecting-Fundamental-Principles-with-Process-and-Practice/Brown-Green/p/book/9781032520018?srsItd=AfmBOoq-FyRRCR08V95guEXp6KKUzskRdCJ3zamtsIHyy6BXrMBSExkK9>
21. Buyeke, E., Riungu, G. K., Kiama, F. K., & Mukolwe, E. (2015). *The influence of homestay facilities on tourist satisfaction in the Lake Victoria Kenya Tourism Circuit.* *Journal of Ecotourism*, 14(2-3), 278-287. <https://doi.org/10.1080/14724049.2015.1105811>
22. Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2020). Exploring the satisfaction of ecotourism in protected natural areas. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 672-683. <https://doi.org/10.30892/gtg.29223-498>
23. Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., Viquez-Paniagua, A. G., Carvache-Franco, O., & Perez-Orozco, A. (2021). Satisfaction and Its Relationship with Loyalty in Ecotourism: A Study in Costa Rica. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(3), 787-796. [https://doi.org/10.14505/jemt.12.3\(51\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.12.3(51).18)
24. Chan, C. S., & Marafa, L. M. (2018). Branding places and tourist destinations: a conceptualisation and review. In: *The Branding of Tourist Destinations: Theoretical and Empirical Insights* (pp. 15-42). Emerald

- Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78769-373-920181002>
25. Chan, J. K., & Baum, T. (2007). *Ecolodge service consumption and customer satisfaction*. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 384-398.
26. Chelladurai, P., & Chang, K. (2000). Targets and standards of quality in sport services. *Sport Management Review*, 3(1), 1-22. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(00\)70077-5](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(00)70077-5)
27. Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517709000338>
28. Chogan, P. (2022). Exploring motivations and satisfaction of ecolodge patrons in desert areas of Iran. *International Hospitality Review*, 36(2), 358-372. <https://doi.org/10.1108/IHR-12-2020-0071>
29. Cicerali, E. E., Kaya Cicerali, L., & Saldamlı, A. (2017). Linking psycho-environmental comfort factors to tourist satisfaction levels: Application of a psychology theory to tourism research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(7), 717-734. <https://doi.org/10.1080/19368623.2017.1296395>
30. Disegna, M., & Osti, L. (2016). Tourists' expenditure behaviour: The influence of satisfaction and the dependence of spending categories. *Tourism Economics*, 22(1), 5-30. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0410>
31. Ellis, C. L., & Vogelsong, H. (2003). *Assessing tourist satisfaction*. *Journal of Recreation Research*, 50-58.
32. Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: a Scottish perspective. *Tourism Management*, 26(3), 335-346. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.016>
33. Hanaysha, J. (2016). Physical environment as a key success factor for building strong brand equity: A study on restaurant industry. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 5(5), 686-693. <https://core.ac.uk/reader/267832888>
34. Hayati, Y., & Novitasari, N. (2017). *Tourist satisfaction and its factors*. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 6(2), 315-328.
35. Hui, T. K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation, and revisiting Singapore. *Tourism Management*, 28(4), 965-975. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.08.008>

36. Iniesta-Bonillo, M. A., Sánchez-Fernández, R., & Jiménez-Castillo, D. (2016). Sustainability value and satisfaction: Model testing and cross-validation in tourist destinations. *Journal of Business Research*, 69(9), 3857–3862. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.071>
37. Kerstetter, D. L., Hou, J. S., & Lin, C. H. (2004). Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. *Tourism Management*, 25(4), pp. 491-498. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00119-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00119-5)
38. Khound, J. M. (2013). Constraints and prospects of rural tourism development: An overview of tourism in Shyamgaon of Titabor of Jorhat, District (Assam). *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 1(1), 27-31. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=02f7d4bc5fba882693226389e9220eee829497d4>
39. Khuong, M. N., & Ngoc, N. T. (2014). *Factors affecting tourist destination satisfaction. Proceedings of 5th International Conference on Business and Economic Research*, 312-326.
40. Kim, K. H., & Lee, S. M. (2014). Effects of ecotourism village attributes on tourists' satisfaction-focused on comparison of adults and children. *Journal of Agricultural Extension & Community Development*, 21(4), 909-937. <https://doi.org/10.12653/jecd.2014.21.4.0909>
41. Kunjuraman, V., & Hussin, R. (2013). *Satisfaction of domestic tourists with the Homestay Programme in Mesilou Village, Kundasang, Sabah. Proceedings of the 3rd Regional Conference on Tourism Research*, 18-25.
42. Lane, B. (1994). What is rural tourism?. *Journal of sustainable tourism*, 2(1-2), 7-21. <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>
43. Lee, S., Chua, B. L., & Han, H. (2017). Role of service encounter and physical environment performances, novelty, satisfaction, and affective commitment in generating cruise passenger loyalty. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(2), 131-146. <https://doi.org/10.1080/10941665.2016.1182039>
44. Li, Y., Trimmer, J. T., Hand, S., Zhang, X., Chambers, K. G., Lohman, H. A., & Guest, J. S. (2022). Quantitative sustainable design (QSD) for the prioritization of research, development, and deployment of technologies: a tutorial and review. *Environmental Science: Water*

- Research & Technology*, 8(11), 2439-2465.
<https://doi.org/10.1039/D2EW00431C>
45. Lian Chan, J. K., & Baum, T. (2007). Tourist perceptions of destination services. *Annals of Tourism Research*, 30(4), pp. 679-698.
46. Lu, W., & Stepchenkova, S. (2012). Ecotourism experiences reported online: Classification of satisfaction attributes. *Tourism Management*, 33(3), 702-712.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.003>
47. Lu, W., & Stepchenkova, S. (2012b). Expectation and disconfirmation theory in tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 6(1), pp. 6-8.
48. Mafi, M., Pratt, S., & Trupp, A. (2020). Determining ecotourism satisfaction attributes—a case study of an ecolodge in Fiji. *Journal of Ecotourism*, 19(4), 304-326.
<https://doi.org/10.1080/14724049.2019.1698585>
49. Marcussen, C. H. (2011). *Determinants of tourist satisfaction and intention to return*. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59(2), 203-221. <https://hrcak.srce.hr/clanak/105712>
50. Matzler, K., & Sauerwein, E. (2002). *The Kano Model: How to delight your customers*. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19(2), 129-150.
<https://www.semanticscholar.org/paper/THE-KANO-MODEL%3A-HOW-TO-DELIGHT-YOUR-CUSTOMERS-Sauerwein-Bailom/401d615b3f86be1b46e3096c07e730aee17c906d>
51. Titu, M. T., Rauleaa, A. S. P., Titu, S. (2016), Measuring Service Quality in Tourism Industry. *Social and Behavioral Sciences*, 221, 294 – 301.
https://www.researchgate.net/publication/304105995_Measuring_Service_Quality_in_Tourism_Industry
52. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), pp. 460-469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
53. Padlee, S. F., Haron, M. S., & Jamil, N. (2019). *Factors influencing tourist satisfaction in luxury resorts: The importance of service quality and guest satisfaction*. *Journal of Tourism Studies*, 15(2), 90-105.
54. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
<https://doi.org/10.1177/002224298504900403>

55. Qu, H., Ryan, C., & Chu, R. (2000). *Factors affecting customer satisfaction with hotels. International Journal of Hospitality Management, 19*(3), 275-297.
56. Raajpoot, N. (2002). *TANGSERV: A multiple item scale for measuring tangible quality in service industries. Journal of Service Research, 5*(2), 91-101. https://doi.org/10.1300/J369v05n02_08
57. Robinson, P., Lück, M., & Smith, S. (2020). *Tourism*. CABI. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781789241488.0000>
58. Scerri, M., Edwards, D., & Foley, C. (2016). The value of architecture to tourism. In *Proceedings of 26th Annual CAUTHE Conference* (pp. 1-21). https://www.researchgate.net/publication/298952575_THE_VALUE_OF_ARCHITECTURE_TO_TOURISM
59. Stronza, A. L., Hunt, C. A., & Fitzgerald, L. A. (2019). Ecotourism for conservation?. *Annual Review of Environment and Resources, 44*, 229-253. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-101718-033046>
60. Sumanapala, H. D. P., Kotagama, S. W., Perera, P. K. P., & Galahitiyawe, N. W. K. (2017). Comparison of characteristics of tourists visiting ecotourism lodges. *Sri Lanka Journal of Social Sciences, 40*(2), pp. 119-126. <http://dx.doi.org/10.4038/sljss.v40i2.7542>
61. Titu, M. M., Raulea, A. S. & Titu, S. (2016). Measuring Service Quality in Tourism Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 221*, 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.118>
62. Torres-Sovero, C., et al. (2012). *Ecotourism satisfaction in Peruvian Amazon. Journal of Ecotourism, 11*(3), 135-150.
63. Torres-Sovero, C., González, J. A., Martín-López, B., & Kirkby, C. A. (2012). Social–ecological factors influencing tourist satisfaction in three ecotourism lodges in the southeastern Peruvian Amazon. *Tourism Management, 33*(3), 545-552. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.06.008>
64. Van der Zee, E., & Vanneste, D. (2015). Tourism networks unravelled; A review of the literature on networks in tourism management studies. *Tourism Management Perspectives, 15*, 46-56. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.006>
65. Vui, C. N. (2021). Modelling eco-tourists experience satisfaction and word of mouth recommendation: A mediation model of satisfaction.

Tourism Review, 76(2), 295-311. <https://ijbmcjournals.org/wp-content/uploads/2021/05/ijba-vol-1-1-2-2021.pdf>

66. Wang, X., & Qu, H. (2006). A study on tourist satisfaction at heritage sites. *Tourism Management*, 27(5), 895-907.
67. Wong, K. K., & Law, R. (2003). Difference in tourist satisfaction and loyalty between first-time and repeat visitors to Hong Kong. *Tourism Management*, 24(3), 277-287.
68. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
69. Zhang, X. (2019). Study on the Influence of Ecotourism Environmental Image on Leisure Experience and Tourism Satisfaction. *Ekoloji Dergisi*, (107).

References [In Persian]

1. Ammarlo, F. (2013). The effect of organic materials on the ability of tourism in the marginal areas of the desert. *The 1st national conference on architecture, restoration, urban planning and sustainable environment*, Hamadan. <https://civilica.com/doc/263437>
2. Ardakani, S. S., Mirghafouri, S. H., & Barghi, S. (2010). Specification and Prioritization of the Factors Affecting Foreign Tourists Satisfaction Level in Shiraz, Using Factor Analysis and MADM Techniques. *Journal of Tourism Management Studies*, 5 (13), 1-24. https://tms.atu.ac.ir/article_5061.html
3. Fazli, N., & Roknoddin Eftekhari, A. (2022). Measuring the Effect of Different Quality Dimensions on the Sustainability of Ecolodge (Case Study: Tehran Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 11 (40), 41-78. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21451.3541>
4. Ghanbari, S., Fattahi, A., & Nasiri, K. (2019). Measurement tourists' satisfaction of the quality of tourism services using the model Kano – SERVQUAL), Case Study: Papi Villages, KhoramAbad Township, Lorestan Province. *Geographical Planning of Space Quarterly Journal*, 9 (33), 115-130. <https://doi.org/10.30488/gps.2019.91876>
5. Madanian, S. M., & Shekarchizadeh, A. (2019). Examining the concept and dimensions of service quality management. *Quality & Standard*

Management Journal, 9(2), 90-109.
https://www.jstandardization.ir/article_116585.html

6. Ra'isinejad, A., Mirhosseini, S. M., & Jahanbakhsh, H. (2021). Study the Relationship between Architecture Structure of Eco_tourist Residence with Tourist Satisfaction (Case Study: Residence of Janat Rudbar Village, Ramsar, Mazandaran Province). *Journal of Tourism and Development*, 10(1), 81-93.
<https://doi.org/10.22034/jtd.2020.215665.1941>
7. Ra'isinejad, A., Mirhosseini, S. M., Jahanbakhsh, H., & Teymouri, M. (2022). Evaluation of tourists' satisfaction with the architectural quality of ecolodges for the purpose of developing organization regulations (Case study: Rural ecolodges in Tonekabon, Mazandaran Province). *The Journal of Village and Development*, 100, 20-44.
<https://doi.org/10.30490/rvt.2021.354210.1344>
8. Sabbagh Kermani, M., & Amirian, S. (2000). Investigating the economic effects of tourism in the Islamic Republic of Iran using data analysis. *Iranian Journal of Trade Studies*, 16, 57-84.
<http://ensani.ir/fa/article/6505>
9. Salehpour, M. (2017). Investigating the ecolodge and its characteristics as a sustainable accommodation. *The 4th International Conference on Advanced Technologies in Civil Engineering, Architecture and Urban Planning*, Tehran. <https://civilica.com/doc/702640>
10. Ziari, K., Amanpour, S., & Amiri Fahlyani, M. (2013). Investigating the effective factors in the development of the urban tourism industry with an emphasis on the effective factors on tourists' satisfaction (Case study: Noorabad Mamsani city). *Quarterly Geographical Journal of Territory*, 10 (37), 3-15. https://journals.srbiau.ac.ir/article_5285.html

استناد به این مقاله: نصیری، نسترن و مرادپور، رضا. (۱۴۰۳). نقش معماری اقامتگاه های بوم گردی در رضایتمندی و وفاداری گردشگران (نمونه موردی: استان خراسان شمالی). *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۹(۶۸)، ۳۶۳-۴۰۶.

doi: 10.22054/tms.2024.80597.2951



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.