

تحلیل کیفیت و تبیین مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی کاشان و نقش آن در رضایتمندی گردشگران شهری

صدیقه کیانی سلمی (استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران، نویسنده مسئول)

s.kiani@kashanu.ac.ir

محسن شاطریان (استاد گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران)

shaterian@kashanu.ac.ir

فاطمه شیخ‌زاده (دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران)

f_sheikhzadehf@sub.ac.ir

تاریخ تصویب: ۱۳۹۸/۰۸/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۲۸

صص ۱۸۴-۱۶۵

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی شهر کاشان و تأثیر آن بر رضایتمندی گردشگران شهری انجام شده است. داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل و با استفاده از Amos مدل‌سازی شده اند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۱۰ نفر محاسبه و به صورت تصادفی بین گردشگرانی که در اقامتگاه‌های سنتی کاشان اقامت داشته و یا از آن‌ها بازدید به عمل آورده اند، توزیع گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد شش شاخص تأثیرگذار بر مطلوبیت اقامتگاه‌ها به ترتیب عبارتند از: امکانات و تجهیزات، دسترسی و زیرساخت‌ها، مدیریتی - خدماتی، کالبدی - عملکردی، اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی. شاخص امکانات و تجهیزات موجود در اقامتگاه‌های سنتی با بار عاملی ۰/۹۹ بیشترین اثر را در تبیین مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی داشته است. در نهایت مدل تحقیق نشان می‌دهد معناداری اثر مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی بر میزان رضایتمندی گردشگران با بار عاملی ۰/۶۴ و سطح معناداری صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. می‌توان چنین بیان کرد بین متغیر مستقل مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی و رضایتمندی گردشگران ارتباط مثبت مستقیم و معناداری مشاهده می‌گردد به نحوی که با افزایش مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی بر رضایتمندی گردشگران نیز افزوده می‌شود.

کلیدواژه‌ها: اقامتگاه‌های سنتی، خانه قدیمی، رضایتمندی، شهر کاشان، مدل‌سازی معادلات ساختاری.

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسأله

انسان امروزی در راستای دسترسی به اهدافی چون آشنایی با حقایق تاریخی گذشتگان، بهره گیری از مواهب طبیعی و فرار از روزمرگی های زندگی، توریسم را وسیله مناسبی می داند (مولایی و ابراهیمی، ۱۳۹۳، ص. ۱۳۶) که منش و روش زندگی انسان ها را دگرگون می سازد (حیدری و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۳۰) و به عنوان یکی از درآمدزاترین صنایع (وارثی و رضایی، ۱۳۹۱، ص. ۲)، نقش قابل توجهی در اشتغال ایفا می نماید. ناگفته نپیداست مسافر با هر انگیزه و به هر مقصدی که سفر کند نیاز به محلی برای اقامت، استراحت و آسایش دارد (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۱، ص. ۵۶) به نحوی که هتل ها، بخشی مهم و تأثیرگذار در صنعت گردشگری هستند (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۱۴۰). خدمات مهمانپذیری^۱ و هتلداری به عنوان یک صنعت به طور تقریبی یک سوم از کل هزینه های سفر را به خود اختصاص می دهند (اسعدی و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۲) و انواع متنوعی از هتل، هتل آپارتمان، متل، مسافر خانه، ویلا، خانه محلی، پلاژ، کمپ و ... را به لحاظ ساختار بنا در بر می گیرد که هر یک ویژگی های خاص خود را داشته (وثوقی و شمسی ماریینی، ۱۳۹۴، ص. ۷۱) و می تواند از یک هتل بسیار مجلل تا زیراندازی ساده در کنار یک پارک باشد (خادم الحسینی و همکاران، ۱۳۹۱، ص. ۱۰۲). این نوع خدمات از نیازهای ثانویه بخش گردشگری است (همان، ص. ۱۰۳) که هر شهر

و مکان توریستی به آن نیاز دارد (موحد، ۱۳۸۷، ص. ۱۰۷) و در صورت طراحی مناسب می توانند جاذبه گردشگری به شمار آمده (کریم پور و قاسم نیا، ۱۳۹۵، ص. ۱۴۵) و نقش مهمی در افزایش ماندگاری گردشگر در شهر ایفا نمایند (موحد، ۱۳۸۷، ص. ۱۰۶). به دلیل تنوع سلیق و بینه مالی گردشگران، شهر به انواع هتل ها بر حسب درجات مختلف نیاز دارد (قاسمی، ۱۳۹۰، ص. ۳) که با سرمایه گذاری اصولی، می تواند نقش اساسی در رضایتمندی گردشگران داشته باشد (موحد، ۱۳۸۷، ص. ۲). در بین کلیه صنایع خدماتی، صنعت توریسم یکی از حساس ترین صنایع نسبت به موضوع کیفیت است (مستوفی الممالکی و فرمانی، ۱۳۸۸، ص. ۳۶). به طوریکه در دهه های گذشته، رضایت مشتری و کیفیت خدمات به عنوان یک موضوع عمده، توجه متخصصان را به خود جلب کرده است (الیور^۲، ۱۹۹۷، ص. ۶۱). گسترده ترین مفهوم مورد پذیرش جهانی در خصوص رضایت مشتری نظریه عدم تأیید انتظارات است (بارسکی^۳، ۱۹۹۲؛ اوه و پارکس^۴، ۱۹۹۷؛ امسی کویتی^۵، ۲۰۰۰). این نظریه توسط الیور (۱۹۸۰) ارائه شده است. وی معتقد است سطح رضایت حاصل از تفاوت بین عملکرد مورد انتظار و ادراک شده است. در فرایند بازاریابی پس از تأمین انتظارات مشتری رضایت پدید می آید و وفاداری مشتری نیز پیامد

۱. Oliver

۳. Barsky

۴. Oh and Parks

۵. McQuitty, Finn and Wiley

رضایتمندی مشتری است (کوسکلا، ۲۰۰۲، ص. ۲۸).

شهرستان کاشان از شرایط جغرافیایی و تاریخی منحصر منحصر به فرد، آیین‌ها و مراسم خاص مانند گلابگیری و صدها جاذبه دیگر برخوردار است (محبوب فر و همکاران، ۱۳۹۰، ص. ۱۳۲). در شهر تاریخی کاشان حدود ۶۰۰ باب خانه قدیمی با ارزش مربوط به دوره‌های مختلف تاریخی نظیر قاجار و صفویه وجود دارد. همین امر سبب شده لقب موزه‌ای از خانه‌های تاریخی به این شهر داده شود. در سال‌های اخیر مرمت، بازسازی و تبدیل آن‌ها به اقامتگاه‌های سستی از جمله فعالیت‌هایی است که در بخش خصوصی در زمینه توسعه گردشگری و پاسخگویی به نیازهای اقامتی گردشگران انجام گرفته است. با توجه به اینکه اقامتگاه‌های سستی تعداد قابل توجهی از اقامتگاه‌های گردشگران در شهر کاشان را به خود اختصاص داده است، لزوم بررسی مطلوبیت و کیفیت این نوع از اقامتگاه ضروری است. در این پژوهش سعی شده مطلوبیت خانه‌های قدیمی تغییر کاربری داده شده به اقامتگاه‌های سستی از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، مدیریتی - خدماتی، کالبدی - عملکردی، دسترسی و زیرساخت‌ها، امکانات و تجهیزات بررسی شود. در ادامه اثرگذاری مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی بر میزان رضایتمندی گردشگران مورد ارزیابی قرار گرفته است. به این ترتیب پژوهش برای پاسخ به سوالات ذیل طراحی گردیده است.

- کدام عامل نقش بیشتری در مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی کاشان داشته است؟

- آیا بین مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی و رضایتمندی گردشگران ارتباط معناداری مشاهده می‌گردد؟

۲.۱. پیشینه پژوهش و مبانی نظری

از مهمترین مطالعاتی که به موضوع بررسی ارتباط مطلوبیت اقامتگاه‌ها و میزان رضایتمندی گردشگران پرداخته، می‌توان به مطالعات ارائه شده در جدول (۱) اشاره کرد.

نتایج حاصل از بررسی مطالعات صورت گرفته در داخل و خارج کشور با موضوع خدمات اقامتی نشان می‌دهد محققان مختلف با رویکردهای متفاوت این موضوع را در عرصه‌های گوناگون مورد بررسی و تحلیل قرار داده اند. لیکن در زمینه تحلیل کیفیت و تبیین مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی کاشان و نقش آن در رضایتمندی گردشگران مطالعه‌ای انجام نگرفته است. پژوهش حاضر پس از بررسی پیشینه تحقیق، با رویکردی سیستماتیک و در نظر داشتن مکانسیم اثرگذاری رضایت از خدمات اقامتی گردشگران بر رضایتمندی آنان برای اولین بار اقدام به مطالعه در شهر کاشان نموده است.

جدول ۱. نتایج بررسی پیشینه پژوهش

نام محقق	سال انجام	عنوان تحقیق	نتایج
شریفی	۱۳۹۰	نقش خانه های قدیمی در توسعه فعالیت های گردشگری شهر تبریز	خانه های قدیمی شهر تبریز در صورت اجرای عملیات صحیح مرمت و بازسازی و همچنین تغییر کاربری مناسب، موجب توسعه ی گردشگری در شهر تبریز خواهند شد.
سهرابی و همکاران	۱۳۹۱	شناسایی معیارها و تبیین مجموعه های فازی انتخاب هتل از دیدگاه گردشگران تهران	با استفاده از آزمون تحلیل عاملی، فاکتورهای اثر گذار در سه دسته ی "هزینه"، "آرامش، تفریح و گردش" و "در نهایت، امکانات، خدمات و امنیت" دسته بندی شده است.
فیض و همکاران	۱۳۹۱	کیفیت خدمات و رضایت مشتریان در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل - های شهر مشهد)	کیفیت خدمات هتل های شهر مشهد در حد قابل قبولی قرار دارد و مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده راضی هستند. همچنین آمیخته «مکان» دارای بیشترین اهمیت و آمیخته «قیمت» دارای کمترین اهمیت است.
سرلک و مهدیزاده	۱۳۹۲	قیاس تطبیقی حس مکان در هتل های مدرن و اقامتگاه های مستقر در ابنیه تاریخی	پیمایش انجام شده بین هتل پنج ستاره امیر کبیر شهرستان اراک و اقامتگاه سنتی ارگ گوگرد در شهرستان گلپایگان نشانگر علاقه به رجوع مجدد بیش از ۵۵٪ مسافران به بنای سنتی بوده است.
پورفرج و همکاران	۱۳۹۲	بررسی ارزش ویژه مشتری و رضایتمندی گردشگران داخلی از هتل های پنج ستاره تهران	متغیرهای ارزش ادراکی، ارزش برند و ارزش ارتباطی با متغیر رضایت گردشگران هتل های پنج ستاره تهران ارتباط مستقیم و معنادار دارد.
صادقی و همکاران	۱۳۹۲	ارزیابی تاثیر کیفیت کارکردی، کیفیت فنی و تصویر ذهنی بر رضایتمندی مشتریان در هتل های ۳، ۴ و ۵ ستاره سطح شهر مشهد	انتظار علمی محقق مبنی بر تاثیر مستقیم، مثبت و معنادار کیفیت کارکردی بر تصویر ذهنی و ادراک از کیفیت خدمات، تصویر ذهنی بر ادراک از کیفیت خدمات، ادراک از کیفیت خدمات درک شده بر روی رضایت مشتری، کیفیت فنی بر روی تصویر ذهنی مورد قبول واقع گردید.
قاسمی و همکاران	۱۳۹۳	تحلیل کیفی و مکانی مراکز اقامتی شهر شیراز جهت توسعه گردشگری (با تأکید بر هتل ها)	بهبود کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی (هتل ها) باعث جذب و توسعه گردشگری در شهر شیراز می شود و بین کیفیت امکانات و خدمات مراکز اقامتی (هتل ها) و میزان رضایتمندی گردشگران رابطه معناداری وجود دارد
عبدالله زاده و همکاران	۱۳۹۴	رضایتمندی گردشگران ورزشی از زیرساخت های اقامتی (هتل ها) در شهر تبریز	بین زیرساخت های اقامتی و رضایتمندی گردشگران همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد. نتایج آزمون رگرسیون نشان داد امکانات بهداشتی و عمومی هتل ها در رضایتمندی گردشگران ورزشی تأثیر بیشتری داشته است. همچنین بین مدت زمان اقامت در هتل و رضایتمندی گردشگران ارتباط معکوس معنی دار وجود داشته است.
اسعدی و همکاران	۱۳۹۵	سنجش و تحلیل کیفیت خدمات هتل - های سنتی با استفاده از ابزار تحلیل اهمیت - عملکرد از دیدگاه گردشگران داخلی در هتل های سنتی یزد	۷ عامل امکانات فیزیکی هتل، تسهیلات ورزشی و تفریحی، اغذیه و نوشیدنی های سنتی، رفتار کارکنان، بهداشت، فضای سنتی داخل هتل و اتاق ها، سیستم پاسخگویی و ارائه خدمات به عنوان عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات هتل های سنتی به شمار می روند

ادامه جدول ۱

نام محقق	سال انجام	عنوان تحقیق	نتایج
امان پور و همکاران	۱۳۹۵	سنجش میزان رضایت مندی گردشگران نرووزی از تسهیلات و خدمات رفاهی، توریستی شهرستان شوشتر	از نظر پرسش شوندهگان، وضعیت تأسیسات و خدمات گردشگری شهر شوشتر در سطح مطلوبی قرار ندارد
چو ^۱ و همکاران	۲۰۰۸	مدل تصمیم گیری چند معیاره فازی برای انتخاب مکان هتل های توریستی بین المللی	با استفاده از ۲۱ معیار برای شناسایی مکان هتل توریستی بین المللی در تایوان اقدام شد تا روند محاسباتی و تأثیر سیستم تصمیم گیری چند شاخصه فازی ^۲ پیشنهاد شده توسط این مقاله را نشان دهد.
گالدونفو دومینیسی ^۳ و همکاران	۲۰۱۰	رضایت مشتری از صنعت هتلداری سیسیل	نتایج حاصل از کاربرد رویکرد حوادث بحرانی از طریق تجزیه و تحلیل های آماری، سطح کلی رضایت مشتری برای هتل ها و سرویس های ارائه شده در سیسیل را سنجش کرده و در نتیجه پیشنهاداتی برای بهبود رضایت مشتری برای مدیریت هتل ارائه کرده است.
لی نا ^۴	۲۰۱۰	بررسی کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتری در صنعت هتلداری بین گردشگران آسیایی و اروپایی	انتظارات مشتری و ادراکات برای مردان و زنان، مهمانان آسیایی و اروپایی نتایج متفاوتی را در ارائه خدمات، امکانات هتل، عوامل هتل ها و غیره گزارش می نماید که بر انتخاب آنها تأثیر می گذارد.
ایوانکا آلونی ^۵ و همکاران	۲۰۱۱	اندازه گیری سطح رضایتمندی در صنعت هتلداری	نتایج حاصل از این مطالعه، متخصصان هتلداری را با روش های مختلف اندازه گیری رضایت و مدیریت مشتری در هتل های اوپتیا ^۶ آشنا می سازد.
مهاجرانی و میرعمادی	۲۰۱۲	مدل رضایت مشتری در صنعت هتل: مطالعه موردی جزیره کیش در ایران	نتایج نشان می دهد بین تصویر ذهنی، انتظارات مشتری، کیفیت خدمات، ارزش درک شده و وفاداری مشتری همبستگی معناداری وجود دارد.
اسماگیلو ^۷ و همکاران		استفاده از میراث تاریخی به عنوان عاملی برای توسعه گردشگری	در این تحقیق تجربه کشورهای اروپای شرقی در مورد استفاده از میراث تاریخی شهرها با هدف توسعه اقتصادی و اجتماعی منطقه را بررسی کرده اند. موضوع میراث تاریخی و فرهنگی سرمایه مهم شهرها می باشد که می تواند درآمد ایجاد کند و به طور مهم و مؤثری اقتصاد شهرها را تحت تأثیر قرار دهد.

1. Chou
2. Fuzzy Multi- Criteria Decision Making
3. Gandolfo Dominici et al
4. Le Na
5. Ivanka Avelini Holjevac
6. Opatija
7. ISmagilova

۲. روش شناسی پژوهش

برای اطمینان از روایی ابزار پژوهش، پرسشنامه در اختیار اساتید دانشگاه، کارشناسان خبره گردشگری و مدیران هتل و آژانس‌های گردشگری قرار داده شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار ضریب آلفا در این تحقیق ۰/۹۰۶ محاسبه شده است. پایایی گویه‌های پرسشنامه به تفکیک شاخص در جدول (۲) آمده است.

۱.۲. روش پژوهش

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و روش بررسی توصیفی - تحلیلی و پیمایشی می‌باشد. داده‌های گردآوری شده از طریق پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس اس^۱ و ایموس^۲ تجزیه و تحلیل و مدل‌سازی شده است.

۱.۱.۲. متغیرها و شاخص‌های پژوهش

قسمت اول پرسشنامه با ۱۳ گویه عمومی اطلاعات توصیفی پاسخگویان را مورد شناسایی قرار می‌دهد. قسمت دوم، برای تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق تدوین گردیده است. متغیر مستقل تحقیق "مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی شهر کاشان" با بهره گیری از ۴۷ گویه در قالب ۶ شاخص اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، مدیریتی - خدماتی، کالبدی - عملکردی، دسترسی و زیرساخت‌ها و امکانات و تجهیزات مورد سنجش قرار گرفته است. متغیر وابسته رضایتمندی گردشگران است و با ۴ گویه ارزیابی شده است. در شکل شماره (۱) مدل مفهومی تحقیق ترسیم گردیده است.

جدول ۲. پایایی متغیرها و شاخص‌های تحقیق

کد	شاخص	آلفا	متغیر	
C	اقتصادی	۰/۹۰۶	مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی	مستقل
D	اجتماعی - فرهنگی			
E	مدیریتی - خدماتی			
F	کالبدی - عملکردی			
G	دسترسی و زیرساخت‌ها			
H	امکانات و تجهیزات			
B	۰/۶۷۸		رضایتمندی	وابسته

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶)

جامعه آماری مورد مطالعه گردشگرانی است که در اقامتگاه‌های سستی اقامت داشته و یا از آن بازدید به عمل آورده اند. طبق آمار اخذ شده در سال ۱۳۹۵ تعداد ۲۹ اقامتگاه گردشگری در شهر کاشان وجود داشته (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان، ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶، ص. ۲۴۴) که از این تعداد ۱۳ اقامتگاه از نوع هتل‌های سستی بوده است و در سال ۹۶ تعداد ۲ اقامتگاه سستی به اقامتگاه‌های شهر کاشان اضافه شده است. نام اقامتگاه‌های سستی شهر کاشان در جدول (۳) آمده است. تعداد کل گردشگران



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

1. SPSS
2. AMOS

داخلی که در نه ماه نخست سال ۱۳۹۶ از شهر کاشان دیدن کرده اند، حدود یک میلیون و سیصد و سی و پنج هزار نفر می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۱۰ نفر محاسبه و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی، بهار و تابستان ۱۳۹۶، در بین گردشگران داخلی توزیع گردید.

جدول ۳. نام، سال تأسیس و موقعیت مکانی اقامتگاه های سنتی شهر کاشان در سال ۱۳۹۶

نام اقامتگاه	تأسیس	موقعیت مکانی	نام اقامتگاه	تأسیس	موقعیت مکانی
اقامتگاه تاریخی خونه نقلی	۱۳۷۹	خیابان ملا حبیب الله شریف	اقامتگاه تاریخی سرای عامری	۱۳۹۳	خیابان علوی
اقامتگاه تاریخی احسان	۱۳۸۴	خیابان فاضل نراقی	اقامتگاه تاریخی صادقی	۱۳۹۳	خیابان علوی
اقامتگاه تاریخی منوچهری	۱۳۸۸	خیابان محتشم	اقامتگاه سنتی خانه دوست	۱۳۹۳	خیابان ملا حبیب الله شریف
اقامتگاه سنتی رضوانیان	۱۳۸۹	خیابان ملا حبیب الله شریف	اقامتگاه تاریخی سرای درب باغ	۱۳۹۵	خیابان فاضل نراقی
اقامتگاه تاریخی نگین	۱۳۹۱	خیابان محتشم	اقامتگاه تاریخی مرشدی	۱۳۹۵	خیابان ملا حبیب الله شریف
اقامتگاه تاریخی ایرانی	۱۳۹۲	خیابان علوی	اقامتگاه تاریخی نه چم (عادل)	۱۳۹۵	خیابان فاضل نراقی
اقامتگاه تاریخی مهینستان راهب	۱۳۹۲	خیابان فاضل نراقی	اقامتگاه تاریخی ثنا	۱۳۹۶	خیابان فاضل نراقی
اقامتگاه تاریخی آریانا	۱۳۹۶	خیابان ملا حبیب الله شریف	-	-	-

مأخذ: (میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری کاشان، ۱۳۹۶)

۲.۲. قلمرو جغرافیایی پژوهش

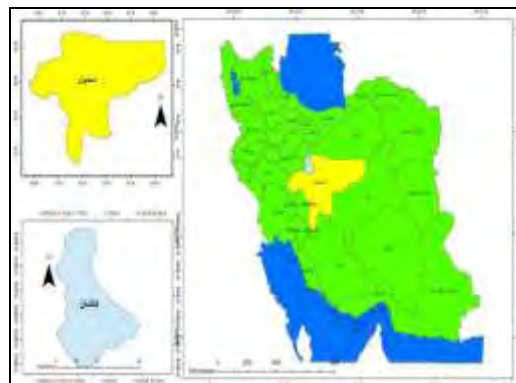
انگیز در اذهان گردشگران ایرانی و خارجی است. در سال های اخیر مرمت این خانه ها مورد توجه بخش خصوصی قرار گرفته و تعدادی از آن ها مانند خانه های تاریخی احسان، منوچهری، راهب، عامری ها، خانه نقلی و خانه تاریخی نگین به عنوان اقامتگاه سنتی در شهر کاشان احیاء شده است که به عنوان اقامتگاه سنتی خدمات اقامتی به گردشگران ارائه می نماید. در شکل شماره (۲) موقعیت منطقه مورد مطالعه نمایش داده شده است.

شهرستان کاشان در طول شرقی ۵۱ درجه و ۲۷ دقیقه از نصف النهار گرینویچ و عرض شمالی ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه دارای ۴ بخش مرکزی، قمصر، نیاسر و برزک و ۹ دهستان است (استانداری اصفهان، ۱۳۹۰، ص. ۱۶) و با قرار داشتن بر روی زنجیره بزرگ راه های کشور دارای موقعیت ممتازی می باشد (مسیحی و یعقوبی، ۱۳۹۵، ص. ۹-۱۰). نام کاشان یادآور خانه های تاریخی با سبک معماری زیبا و دل

جدول ۴. اطلاعات توصیفی پاسخگویان

متغیر	گزینه‌ها	درصد	متغیر	گزینه‌ها	درصد
نحوه آشنایی برای انتخاب اقامت-گاه	توصیه دوستان و آشنایان	۵۹	فصل حضور	بهار	۷۵
	ایترنت	۲۱		تابستان	۲۳
	بسته های خریداری شده از تور	۸		پاییز	۱
				زمستان	۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش، (۱۳۹۶)



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی شهر کاشان

۳. یافته های پژوهش

نتایج حاصل از بررسی توصیفی داده های پژوهش حاکی از آن است ۵۷ درصد از شرکت کنندگان مرد و ۴۳ درصد زن هستند. ۶۸ درصد متأهل و ۳۲ درصد مجرد بوده اند. گروه سنی ۲۱-۳۰ سال با ۳۳/۵ درصد بیشترین پاسخگو را داشته است. ۴۲/۵ درصد از پاسخگویان اقامتگاه‌های سستی را برای اقامت انتخاب می کنند. کمترین ترجیح برای اقامت به مدارس و حسینیه ها با ۶ درصد، تعلق دارد. تحلیل ها نشان می دهد که متأهل ها با ۶۲ درصد استقبال بیشتری نسبت به مجردها (با ۳۶ درصد) از اقامتگاه های سستی به عمل می آورند. همچنین در بررسی ارتباط جنسیت گردشگران و انتخاب محل اقامت در شهر کاشان، نتایج آزمون نشان می دهد که مردها با ۶۶ درصد تمایل بیشتری نسبت به زن ها (۵۷ درصد) برای اقامت در اقامتگاه های سستی دارند. همچنین ۳۹ درصد از گردشگران بیان داشته اند ۲-۳ روز در کاشان اقامت خواهند داشت.

۱.۳. شناسایی عوامل تبیین کننده مطلوبیت

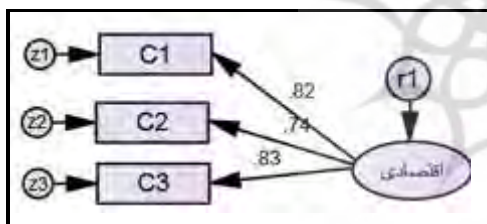
اقامتگاه های سستی کاشان

به دنبال شناسایی عوامل تبیین کننده مطلوبیت اقامتگاه های سستی کاشان، متغیر پنهان مطلوبیت با استفاده از مدل عاملی مرتبه دوم در قالب شش شاخص اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، مدیریتی- خدماتی، کالبدی-عملکردی، دسترسی و زیرساخت-ها و امکانات و تجهیزات مورد سنجش قرار گرفته است. رضایتمندی گردشگران نیز با استفاده از مدل عاملی مرتبه اول و ۴ متغیر آشکار تبیین شده است. شکل (۳) مدل ساختاری اثر مطلوبیت اقامتگاه ها بر رضایتمندی گردشگران را نشان می دهد. بار عاملی ۰/۹۹ برای عامل امکانات و تجهیزات نشان می دهد از نظر گردشگران، امکانات و تجهیزات موجود در اقامتگاه های سستی شهر کاشان نسبت به شاخص های دیگر، بیشترین اثر را در مطلوبیت اقامتگاه های سستی دارا بوده است.

۳.۱.۱. تبیین بعد مطلوبیت اقتصادی اقامتگاه-

های سستی کاشان

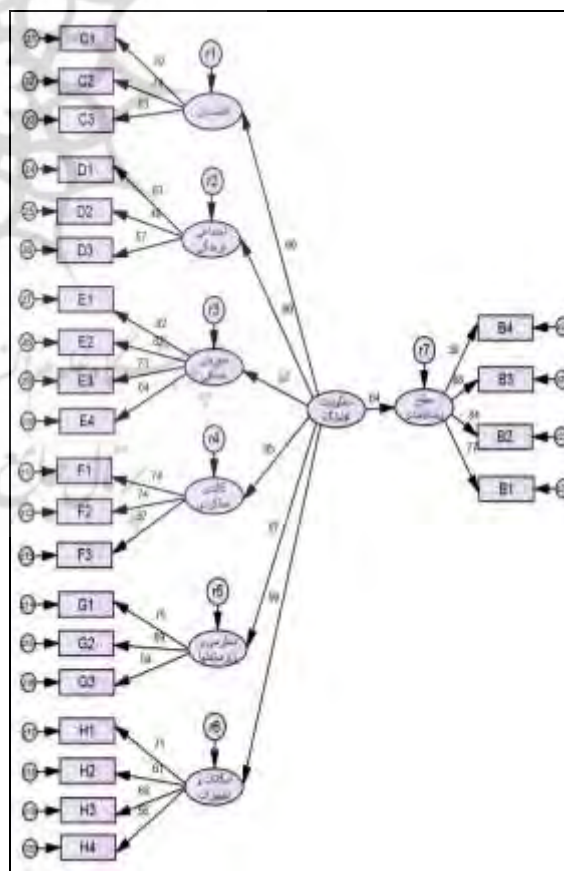
شرح روابط رگرسیونی بین متغیرهای پنهان و مشاهده شده نشان می دهد، اگر چه شاخص اقتصادی تأثیر معناداری با بار عاملی ۰/۶۹ بر مطلوبیت اقامتگاهها داشته است، لیکن نسبت به سایر شاخصها کمترین میزان مطلوبیت را داراست. در شکل شماره (۴) مدل عاملی مرتبه اول برای سنجش مطلوبیت اقتصادی اقامتگاههای سستی به وسیله سه متغیر مشاهده شده هزینه اقامت و هزینه دسترسی، قیمت صنایع دستی موجود در اقامتگاه و بهای امکانات موجود و نرخ غذا و نوشیدنی در خانههای قدیمی سنجیده شده است.



شکل ۴. مدل عاملی مرتبه دوم شاخص پنهان اقتصادی

مطلوب بودن بهای امکانات موجود، نرخ غذا و نوشیدنی در خانههای قدیمی کاشان با وزن رگرسیونی ۰/۸۳ بالاترین توانایی را در تبیین بعد اقتصادی مطلوبیت اقامتگاه به خود اختصاص داده است (جدول شماره ۵).

پس از آن بار عاملی ۰/۸۷ برای دو شاخص «مدیریتی - خدماتی» و «دسترسی و زیرساختها» مطلوبیت بالای این دو شاخص را نشان می دهد. مطلوبیت اقامتگاههای سستی از نظر شاخص کالبدی - عملکردی بار عاملی ۰/۸۵ را به خود اختصاص داده است. شاخص اجتماعی - فرهنگی با بار عاملی ۰/۸۰ و شاخص اقتصادی با بار عاملی ۰/۶۹ تأثیر بالایی در مطلوبیت اقامتگاهها دارند. در نهایت مدل تحقیق نشان می دهد متغیر پنهان مطلوبیت اقامتگاهها به عنوان متغیر مستقل با بار عاملی ۰/۶۴ تأثیر معناداری بر متغیر پنهان رضایتمندی گردشگران به عنوان متغیر وابسته دارد.



شکل ۳. مدل ساختاری اثر مطلوبیت اقامتگاهها بر

رضایتمندی گردشگران

جدول ۵. وزن رگرسیونی متغیر پنهان اقتصادی و متغیرهای مشاهده شده آن

شاخص	وزن رگرسیونی	نماگر	کد	وزن رگرسیونی
اقتصادی	۰/۶۹	هزینه اقامت در خانه های قدیمی و هزینه دسترسی به سایر اماکن گردشگری کاشان مطلوب می باشد.	C1	۰/۸۲
		قیمت صنایع دستی در اقامتگاه های سنتی مطلوب است.	C2	۰/۷۴
		بهای امکانات موجود و نرخ غذا و نوشیدنی در خانه های قدیمی کاشان مناسب است.	C3	۰/۸۳

مأخذ: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۶)

۳.۱.۲. تبیین بعد مطلوبیت اجتماعی - فرهنگی

اقامتگاه های سنتی کاشان

شاخص اجتماعی - فرهنگی به وسیله سه نماگر ترکیبی جدول شماره (۶) سنجیده شده است. نماگر «مطلوب بودن اقامتگاه های سنتی به دلیل وجود ویژگی هایی مانند حس هویت، تعامل بیشتر با ساکنان بومی، احساس امنیت، علاقه مندی به تجربه یک زندگی سنتی، غذاهای محلی و وجود صنایع دستی در تزیین اقامتگاه ها» با وزن رگرسیونی ۰/۸۳ اثر -

گذارترین متغیر بوده است. پس از آن نماگر «درک بهتر تاریخ، فرهنگ و آداب و رسوم کاشان برای گردشگران» با بار عاملی ۰/۵۷ به خوبی توانسته متغیر اجتماعی - فرهنگی را اندازه گیری کند. نماگر «اجرای برنامه های فرهنگی و هنری نظیر اجرای زنده موسیقی» با بار عاملی ۰/۴۹ سومین متغیر معنادار در اندازه گیری شاخص اجتماعی - فرهنگی بوده است.

جدول ۶. وزن رگرسیونی متغیر پنهان اجتماعی - فرهنگی و متغیرهای مشاهده شده آن

شاخص	وزن رگرسیونی	نماگر	کد	وزن رگرسیونی
اجتماعی - فرهنگی	۰/۸۰	- من به دلیل وجود ویژگی هایی مانند حس هویت، تعامل بیشتر با ساکنان بومی و احساس امنیت و علاقه مندی به تجربه یک زندگی سنتی، غذاهای محلی و وجود صنایع دستی در تزیین اقامتگاه ها مایلیم در اقامتگاه های سنتی اقامت کنم.	D1	۰/۸۳
		- اجرای برنامه های فرهنگی و هنری نظیر اجرای زنده موسیقی در اقامتگاه های سنتی تقاضا برای اقامت را افزایش می دهد.	D2	۰/۴۹
		- اقامت در اقامتگاه های سنتی کاشان درک بهتر تاریخ، فرهنگ و آداب و رسوم کاشان را برای گردشگران فراهم می سازد.	D3	۰/۵۷

مأخذ: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۶)

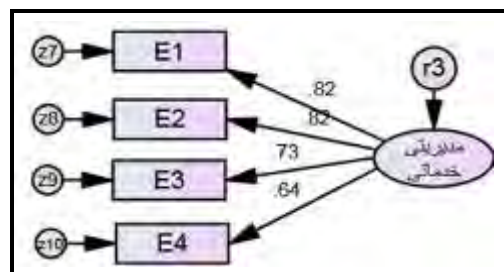
۳.۱.۳. تبیین بعد مطلوبیت مدیریتی - خدماتی

اقامتگاه های سنتی کاشان

شاخص مدیریتی - خدماتی با بار عاملی ۰/۸۷ در جایگاه دوم، تبیین مطلوبیت اقامتگاه های سنتی شهر

کاشان قرار داشته است. این شاخص با چهار نماگر ترکیبی، سنجیده شده است که در جدول شماره (۷) وزن رگرسیونی، کد و نام هریک از متغیرها و در

شکل (۵) مدل عاملی مرتبه اول برای شناسایی عناصر آن نمایان است.



شکل ۵. مدل عاملی شاخص مدیریتی - خدماتی

دو متغیر «مطلوبیت نحوه مدیریت و کیفیت تبلیغ اقامتگاه‌ها» و «مطلوبیت سرعت و کیفیت خدمات ارائه شده توسط نیروهای کار ماهر و آموزش دیده» با وزن رگرسیونی ۰/۸۲ سبب شده‌اند تا شاخص

مدیریتی - خدماتی تأثیر معناداری بر مطلوبیت اقامتگاه‌ها داشته باشد. سومین نماگر مدیریتی - خدماتی از ترکیب سه متغیر «وجود سرگرمی‌های متنوعی از قبیل نمایشگاه، گالری، جشن‌ها؛ وجود اطلاعات دقیقی از جاذبه‌های گردشگری و امکان دسترسی به تورهای کاشان گردی و رزرواسیون اینترنتی در اقامتگاه‌های سستی» با بار عاملی ۰/۷۳ بر مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی کاشان اثر معناداری داشته است. رفتار دوستانه پرسنل، با وزن رگرسیونی ۰/۶۴ نسبت به دیگر نماگرها در مرتبه پایین تری از تأثیرگذاری قرار داشته است.

جدول ۷. وزن رگرسیونی متغیر پنهان مدیریتی - خدماتی و متغیرهای مشاهده شده آن

وزن رگرسیونی	کد نماگر	نماگر	وزن رگرسیونی	شاخص
۰/۸۲	E1	نحوه مدیریت اقامتگاه‌های سستی کاشان و کیفیت تبلیغ شده برای خانه‌های قدیمی مطلوب است.	۰/۸۷	مدیریتی - خدماتی
۰/۸۲	E2	سرعت و کیفیت خدمات ارائه شده در سطح بالایی است و توسط نیروهای کار ماهر و آموزش دیده ارائه می‌شود.		
۰/۷۳	E3	در درون اقامتگاه‌های سستی سرگرمی‌های متنوعی از قبیل نمایشگاه، گالری، جشن‌ها و غیره وجود دارد و اطلاعات دقیقی از جاذبه‌های گردشگری ارائه می‌شود و امکان دسترسی به تورهای کاشان گردی و رزرواسیون اینترنتی در خانه‌های قدیمی مهیاست.		
۰/۶۴	E4	رفتار پرسنل دوستانه است و کارکنان اقامتگاه‌های سستی معتقدند همیشه "حق با مهمان‌ها است" (مهمان‌ها در اولویت هستند).		

مأخذ: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶)

تأثیر بالایی بر مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی دارد. همان‌گونه که از نتایج ارائه شده در جدول شماره (۸) نمایان است، از بین سه نماگر تأثیرگذار در تبیین این شاخص دو نماگر «چشم انداز بصری مناسب و کیفیت بالایی برای اقامت» و «معماری درون‌گرایی

۳. ۱. ۴. تبیین بعد مطلوبیت کالبدی - عملکردی

اقامتگاه‌های سستی کاشان

از دیگر شاخص‌های اثرگذار در شناسایی مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی شهر کاشان، شاخص کالبدی - عملکردی است که با وجود بار عاملی ۰/۸۵

خانه‌های قدیمی، جذابیت‌های محیطی و قرار داشتن
خانه‌های قدیمی در محله‌های قدیمی» با وزن
رگرسیون ۰/۷۴ تأثیرگذاری بالای خود را بر
مطلوبیت اقامتگاه‌ها نشان می‌دهند.

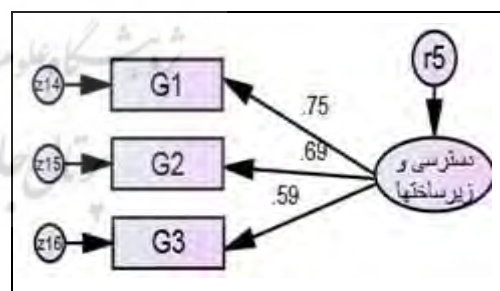
جدول ۸. وزن رگرسیونی متغیر پنهان کالبدی - عملکردی و متغیرهای مشاهده شده آن

وزن رگرسیونی	کد نماگر	نماگر	وزن رگرسیونی	شاخص
۰/۷۴	F1	خانه‌های قدیمی از چشم انداز بصری مناسب و کیفیت بالایی برای اقامت برخوردارند.	۰/۸۵	کالبدی - عملکردی
۰/۷۴	F2	به دلیل معماری درون گرای خانه‌های قدیمی، جذابیت‌های محیطی و قرار داشتن خانه‌های قدیمی در محله‌های قدیمی مایلم خانه‌های قدیمی را برای اقامت انتخاب کنم.		
۰/۳۷	F3	به دلیل وجود کوچه‌های پر پیچ و خم مایل نیستم خانه قدیمی را برای اقامت انتخاب کنم.		

مأخذ: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶)

۳. ۱. ۵. تبیین بعد مطلوبیت دسترسی و زیرساخت‌های اقامتگاه‌های سنتی کاشان
در شکل (۶) مدل عاملی مرتبه دوم برای شناسایی شاخص دسترسی و زیرساخت‌های موجود نشان داده شده است.

رگرسیونی ۰/۷۵، نماگر «G2» با وزن رگرسیونی ۰/۶۹ و نماگر «G3» با وزن رگرسیونی ۰/۵۹ نشان می‌دهند بین مطلوبیت اقامتگاه‌ها از بعد متغیر پنهان دسترسی و زیرساخت‌ها و عواملی نظیر «دسترسی به اقامتگاه‌های سنتی به لحاظ موقعیت مکان و علائم راهنما و ترافیک روان، مشکل کمبود پارکینگ و دسترسی پیاده به سایر مکان‌های تاریخی»، «کیفیت شبکه دسترسی و سهولت دسترسی»، «دسترسی مناسب به پست، مراکز انتظامی، مراکز اطلاع رسانی، ترمینال و دسترسی به بازار و مراکز خرید» رابطه معنادار وجود دارد.



شکل ۶. مدل عاملی شاخص دسترسی و زیرساخت -

ها

همانگونه که در جدول (۹) بیان شده است، شاخص دسترسی و زیرساخت‌ها با بار عاملی ۰/۸۷ تأثیر زیادی بر میزان مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی شهر کاشان داشته است. در این نماگر «G1» با وزن

جدول ۹. وزن رگرسیونی متغیر پنهان دسترسی و زیرساخت ها و متغیرهای مشاهده شده آن

وزن رگرسیونی	کد نماگر	نماگر	وزن رگرسیونی	شاخص
۰/۷۵	G1	دسترسی به اقامتگاه های سنتی (به لحاظ موقعیت مکان و علایم راهنمایی و ترافیک روان) مطلوب است. با اقامت در اقامتگاه های سنتی کاشان با مشکل کمبود پارکینگ مواجهیم. دسترسی پیاده به سایر مکان های تاریخی	۰/۸۷	دسترسی و زیرساخت ها
۰/۶۹	G2	از نظر سهولت دسترسی مطلوب است. کیفیت شبکه دسترسی (خیابان ها و کوچه ها) به اقامتگاه های سنتی مطلوب است.		
۰/۵۹	G3	خانه های قدیمی دسترسی مناسبی به پست، مراکز انتظامی، مراکز اطلاع رسانی، ترمینال و ... دارد. دسترسی به بازار و مراکز خرید مناسب است.		

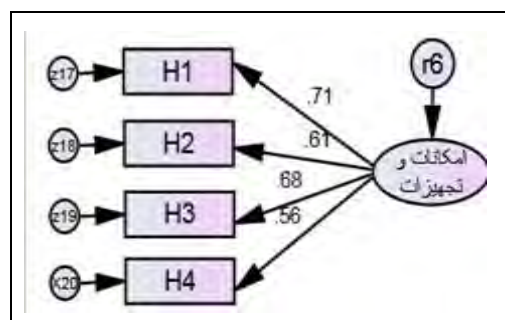
مأخذ: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۶)

۳.۱.۶. تبیین بعد مطلوبیت امکانات و

تجهیزات اقامتگاه های سنتی کاشان

در جدول شماره (۱۰) نماگر «مطلوب بودن امکانات و تجهیزات مناسب برای افراد معلول و کم توان و راحتی امکانات اتاق ها» با وزن رگرسیونی ۰/۶۸، نماگر «علاقه مندی به وسایل و مبلمان قدیمی اقامتگاه های سنتی و جذاب بودن خانه های قدیمی» با وزن رگرسیونی ۰/۶۱ و نماگر «برخوردراری از تبلیغات مناسب و صحیح بودن اطلاعات ارائه شده در تبلیغات» با وزن رگرسیونی ۰/۵۶ از ارتباط معنادار نماگرهای شاخص امکانات و تجهیزات و متغیر پنهان مطلوبیت اقامتگاه های سنتی حکایت دارد.

شاخص امکانات و تجهیزات موجود در اقامتگاه به عنوان اثرگذارترین عامل در تبیین مطلوبیت، بار عاملی ۰/۹۹ را به خود اختصاص داده است. مدل عاملی مرتبه اول در شکل (۷) بیانگر آن است که نماگر «H1» با وزن رگرسیونی ۰/۷۱ معناداری اثر متغیر «برخوردراری مناسب خانه های قدیمی از خدمات بانکی، آنتن دهی تلفن همراه، تجهیزات روشنایی و نورپردازی، تجهیزات سرمایشی - گرمایشی» را در تبیین شاخص امکانات و تجهیزات موجود در اقامتگاه تأیید می کند.



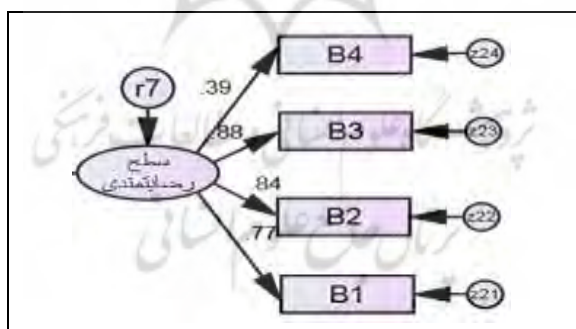
شکل ۷. مدل عاملی متغیر پنهان امکانات و تجهیزات

جدول ۱۰. وزن رگرسیونی متغیر پنهان امکانات و تجهیزات و متغیرهای مشاهده شده آن

وزن رگرسیونی	کد نماگر	نماگر	وزن رگرسیونی	شاخص
۰/۷۱	H1	خانه‌های قدیمی دسترسی مناسبی به خدمات بانکی (خودپرداز، بانک و... دارند). - در خانه‌های قدیمی کاشان آنتن دهی تلفن همراه، تجهیزات روشنایی و نور پردازی، تجهیزات سرمایشی - گرمایشی، در حد مطلوبی است.	۰/۹۹	امکانات و تجهیزات
۰/۶۱	H2	به دلیل علاقه مندی به وسایل و مبلمان قدیمی اقامتگاه‌های سنتی مایلیم در خانه‌های قدیمی اقامت کنم. خانه‌های قدیمی کاشان یکی از مهمترین عوامل جذب گردشگر می باشند.		
۰/۶۸	H3	امکانات و تجهیزات مناسب افراد معلول و کم توان و همچنین راحتی امکانات اتاق، تشک، بالش، حوله ه، تخت و ... در حد مطلوبی است.		
۰/۵۶	H4	خانه‌های قدیمی از تبلیغات مناسبی برخوردار و اطلاعات ارائه شده در تبلیغات صحیح و مبتنی بر واقعیت است.		

مأخذ: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶)

۲.۳. تبیین بعد رضایتمندی از اقامتگاه‌های سنتی کاشان
 طبق نتایج جدول شماره (۱۱) متغیر پنهان رضایتمندی به وسیله چهار نماگر سنجیده شده است. در این شاخص، نماگر «توصیه اقامت در خانه‌های اقامتگاه‌های سنتی و متغیرهای مشاهده شده نشان داده شده است. اثرگذارترین متغیر بوده است.



شکل ۸. مدل عاملی شناسایی متغیر رضایتمندی

جدول ۱۱. وزن رگرسیونی متغیر پنهان سطح رضایتمندی و متغیرهای مشاهده شده آن

وزن رگرسیونی	کد نماگر	نماگر	وزن رگرسیونی	متغیر پنهان
۰/۷۷	B1	تمایل دارم در سفرهای بعدی در خانه‌های قدیمی اقامت نمایم.	۰/۶۴	سطح رضایتمندی
۰/۸۴	B2	اقامت در خانه‌های قدیمی را به دوستانم توصیه می کنم.		
۰/۸۸	B3	اقامت در خانه‌های قدیمی را به خانواده و خویشاوندان توصیه می کنم.		
۰/۳۹	B4	از اقامت در خانه‌های قدیمی رضایت دارم.		

مأخذ: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶)

حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می باشند. مقدار P در کلیه روابط کمتر از ۰/۰۵ است که نشان می دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده های تجربی قرار گرفته اند و این اظهارات برای نمونه های بزرگتر جامعه آماری مناسب است.

به منظور بررسی معناداری تفاوت اثر متغیرهای آشکار بر متغیر پنهان و نیز متغیرهای پنهان بر یکدیگر به وزن های رگرسیونی مراجعه می گردد. مقادیر سه ستاره (***) در ستون (P) به معنای تأیید تفاوت فرضیه با مقدار صفر است. در جدول شماره (۱۲) مقادیر غیراستاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوششان داده شده است. نتایج جدول

جدول ۱۲. برآوردهای غیراستاندارد با سطح تحت پوشش

			Estimate	S.E.	C.R.	P				Estimate	S.E.	C.R.	P
B	<---	A	۰/۵۶۸	۰/۰۷۱	۸/۰۵۷	***	E4	<---	E	۰/۷۵۵	۰/۰۶۴	۱۱/۷۲۹	***
C	<---	A	۱/۰۰۰				F1	<---	F	۱/۰۰۰			
D	<---	A	۳/۲۶۸	۰/۳۴۹	۹/۳۷۳	***	F2	<---	F	۱/۷۴۳	۰/۱۵۶	۱۱/۱۵۱	***
E	<---	A	۱/۱۹۸	۰/۱۲۲	۹/۸۳۷	***	F3	<---	F	۰/۵۸۹	۰/۱۰۲	۵/۷۵۹	***
F	<---	A	۰/۸۳۰	۰/۰۹۳	۸/۹۶۸	***	G1	<---	G	۱/۰۰۰			
G	<---	A	۱/۵۱۳	۰/۱۶۴	۹/۲۰۸	***	G2	<---	G	۰/۶۵۳	۰/۰۶۰	۱۰/۹۰۳	***
H	<---	A	۲/۱۴۰	۰/۲۲۳	۹/۶۱۵	***	G3	<---	G	۰/۵۵۱	۰/۰۵۹	۹/۳۵۷	***
C1	<---	C	۱/۰۰۰				H1	<---	H	۱/۰۰۰			
C2	<---	C	۰/۷۴۶	۰/۰۵۶	۱۳/۲۸۷	***	H2	<---	H	۰/۴۵۷	۰/۰۴۶	۹/۹۸۵	***
C3	<---	C	۱/۰۵۵	۰/۰۷۱	۱۴/۸۸۶	***	H3	<---	H	۰/۵۷۴	۰/۰۵۱	۱۱/۱۵۵	***
D1	<---	D	۱/۰۰۰				B4	<---	B	۱/۱۷۳	۰/۱۷۷	۶/۶۳۴	***
D2	<---	D	۰/۱۷۰	۰/۰۲۲	۷/۷۹۸	***	B3	<---	B	۱/۱۶۷	۰/۰۷۴	۱۵/۸۰۴	***
D3	<---	D	۰/۱۷۴	۰/۰۱۹	۸/۹۸۸	***	B2	<---	B	۱/۰۷۱	۰/۰۷۰	۱۵/۳۱۲	***
E1	<---	E	۱/۰۰۰				B1	<---	B	۱/۰۰۰			
E2	<---	E	۱/۵۳۴	۰/۰۹۷	۱۵/۷۸۵	***	H4	<---	H	۰/۶۴۶	۰/۰۵۰	۹/۲۱۹	***
E3	<---	E	۱/۶۴۶	۰/۱۲۰	۱۳/۷۵۷	***	-	-	-	-	-	-	-

مأخذ: (یافته های تحقیق، ۱۳۹۶)

استفاده از شاخص های برازش مدل صورت می گیرد. برای ارزیابی برازندگی الگوی معادلات ساختاری از چند شاخص استفاده می شود (صالحی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱۲-۱۳). در جدول (۱۳) نتایج ارزیابی

۳.۳. شاخص های برازش مدل

پس از بررسی معنی داری پارامترها با مقدار صفر به ارزیابی مدل نهایی پژوهش توسط شاخص های برازش پرداخته می شود. ارزیابی مدل ساختاری با

۴. نتیجه گیری و پیشنهادها

تحقیق با هدف شناسایی ابعاد مطلوبیت اقامتگاه-های سستی و اثر آن بر میزان رضایتمندی گردشگران صورت پذیرفته است. بار عاملی ۰/۹۹ برای شاخص امکانات و تجهیزات نشان می دهد، عامل مذکور در رضایتمندی گردشگران استفاده کننده از اقامتگاه‌های سستی بالاترین اثر را به خود اختصاص داده است. پس از آن شاخص‌های دسترسی، زیرساخت‌ها و مدیریتی-خدماتی در تبیین مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی اثر مهم و معناداری داشته است. مجموعه شاخص‌های متغیر پنهان اقتصادی به عنوان آخرین شاخص معنادار پایین‌ترین همبستگی را با مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی داشته است و کیفیت خدمات و امکانات و تجهیزات دریافتی برای گردشگران اهمیت بیشتری دارد. چنانچه در نتایج تحقیق فیض و همکاران (۱۳۹۱) نیز عامل قیمت اهمیت کمتری نسبت به دیگر عوامل اثرگذار داشته است. معنادار شدن نماگر وجود کوچه‌های تنگ و پر پیچ و خم با وزن رگرسیون ۰/۳۷ حاکی از آن است، برخلاف مردم بومی که این شاخص را عاملی برای کاهش جمعیت بومی در بافت قدیمی می‌دانند از نظر گردشگران وجود این نوع کوچه‌ها عاملی منفی برای انتخاب محل اقامت نبوده است. همچنین وجود حس هویت، تعامل بیشتر با ساکنان بومی و احساس امنیت، علاقه مندی به تجربه یک زندگی سستی، غذاهای محلی و وجود صنایع دستی در تزئین اقامتگاه‌های سستی و مناسب بودن بهای امکانات و خدمات اقامتگاه‌های سستی بر مطلوبیت اقامتگاه‌های سستی افزوده است. معنادار شدن نقش همه عوامل مورد

مدل تحقیق با استفاده از شاخص‌های برازش آمده است. یکی از اولین آماره‌هایی که به ارزیابی برازش مدل می‌پردازد، شاخص CMIN/DF یا حداقل اختلاف بر درجه آزادی است. محاسبه این آماره به مقدار ۲/۶۸ شاخص را در وضعیت خوبی قرار می‌دهد. مقدار PGFI بیشتر از ۰/۵۵ و مقدار PRATIO بالای ۰/۶۰ محاسبه شده است که در مقایسه با مقدار مطلوب آن در در وضعیت مناسب قرار دارد. شاخص‌های PCFI و PNFI با مقادیر ۰/۷۸۲ و ۰/۳۳۲ در دامنه مقادیر خوب قرار داشته است. RMSEA خطای برآورد در جامعه را محاسبه می‌کند. در این تحقیق مقدار آن به میزان ۰/۰۷۴، وضعیت قابل قبولی را نشان می‌دهد. در مجموع شاخص‌های اصلی برازش مدل نشان می‌دهد که داده‌های تجربی به خوبی توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند و ارتباط مفهومی مناسبی بین مدل تدوین شده و داده‌های تجربی برقرار است.

جدول ۱۳. شاخص‌های اصلی برازش مدل مرتبه

دوم

شاخص	نمرات	وضعیت
DF	۲۴۵	-
CMIN/DF	۲/۶۸	خوب
PGFI	۰/۶۸۸	خوب
PNFI	۰/۳۳۲	خوب
PCFI	۰/۷۸۲	خوب
RMSEA	۰/۰۷۴	قابل قبول
PRATIO	۰/۸۸۸	خوب

مأخذ: (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶)

خانه‌های قدیمی تبریز در رونق گردشگری به نحوی همسو بوده است. در پاسخ به سوال دوم پژوهش می‌توان چنین بیان کرد بین متغیر مستقل مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی و رضایتمندی گردشگران ارتباط مثبت مستقیم و معناداری مشاهده می‌گردد به نحوی که با افزایش مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی بر رضایتمندی گردشگران نیز افزوده می‌شود.

بررسی بر رضایتمندی گردشگران با نتایج تحقیق سهرابی و همکاران (۱۳۹۱) و اسعدی و همکاران (۱۳۹۵) به لحاظ تبیین معیارهای هزینه و قیمت، امکانات و خدمات شباهت داشته است. بررسی معناداری اثر مطلوبیت اقامتگاه‌های سنتی بر میزان رضایتمندی گردشگران با بار عاملی ۰/۶۴ و سطح معناداری صفر مورد تأیید قرار می‌گیرد. این معناداری با نتایج تحقیق شریفی (۱۳۹۰) در خصوص نقش

کتابنامه

۱. استناداری اصفهان. (۱۳۹۰). *سالنامه آماری شهرستان کاشان*. اصفهان: استناداری اصفهان، دفتر آمار و اطلاعات و GIS.
۲. اسعدی، م.، آذر، ع.، و نقوی، س.ع. (۱۳۹۶). سنجش و تحلیل کیفیت خدمات هتل‌های سنتی با استفاده از ابزار تحلیل اهمیت - عملکرد از دیدگاه گردشگران داخلی (مطالعه موردی: هتل‌های سنتی منتخب استان یزد). *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۲ (۳۹)، ۱-۲۶.
۳. اکبری، م.، و هاشم زاده، ژ. (۱۳۹۵). عوامل مؤثر بر رضایتمندی گردشگران عرب شهرستان کلاردشت. *فصلنامه میراث و گردشگری*، ۱ (۲)، ۵۸-۷۷.
۴. امان پور، س.، نوذری، ع.، و بدری، ر. (۱۳۹۳). سنجش میزان رضایت مندی گردشگران نروزی از تسهیلات و خدمات رفاهی، تفریحی و توریستی شهرستان شوشتر. *فصلنامه مطالعات مدیریت شهری*، ۶ (۱۹)، ۷۲-۸۳.
۵. بسحاق، م. (۱۳۹۴). *مدل سازی معادلات ساختاری در علوم انسانی*. تهران: جامعه شناسان.
۶. پورفرج، ا.، تاج‌زاده نمین، ا.، و علی پوریان‌زاده، ر. (۱۳۹۲). بررسی ارزش ویژه مشتری و رضایتمندی گردشگران داخلی از هتل‌های پنج ستاره شهر تهران. *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱ (۲)، ۸۹-۱۰۶.
۷. حدادیان، ع.، کاظمی، ع.، و فیض محمدی، ش. (۱۳۹۵). بررسی اثر هویت‌یابی مشتری با برند بر وفاداری به واسطه کیفیت خدمات، اعتماد و ارزش درک شده (مورد مطالعه: هتل پنج ستاره همای مشهد). *فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین*، ۶ (۲۱)، ۷۵-۹۲.
۸. حیدری سورشجانی، ر. (۱۳۹۶). مدل‌سازی ساختاری عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به پدیده‌های گردشگری مصنوعی (مورد مطالعه پارک و دریاچه چیتگر تهران). *فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه*، ۶ (۱۱)، ۱۶۸-۱۹۰.
۹. حیدری، ت.، رشیدی، ا.، حصاری، ا.، و تولایی، س. (۱۳۹۲). ارزیابی قابلیت‌های گردشگری شهر زنجان و راهبردهای تقویت جذب گردشگر. *فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱ (۲۱)، ۲۹-۵۷.

۱۰. خادم الحسینی، ا.، قائدرحمتی، ص.، و بنائیان، ز. (۱۳۹۱). امکان‌سنجی مدارس شهر اصفهان به عنوان اقامتگاه موقت گردشگران نوروزی. چشم انداز جغرافیایی (مطالعات انسانی)، ۷ (۲۱)، ۱۰۱-۱۱۱.
۱۱. رجبی، آ.، و خرقة پوش، ف. (۱۳۹۴). نقش خانه‌های قدیمی شهر ساری در جذب گردشگر. جغرافیا (فصلنامه علمی- پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیایی ایران)، ۱۳ (۴۳)، ۲۳۰-۲۴۵.
۱۲. رکن‌الدین افتخاری، ع.، ایمانی خوشخو، م.، پورطاهری، م.، و پورجم، ا. (۱۳۹۲). تحلیل بعد اجتماعی مدیریت کارآفرینی پایدار در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل‌های ۴ و ۵ ستاره شهر تهران). دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۳ (۶)، ۱۳۹-۱۶۳.
۱۳. زنگی آبادی، ع.، و ابوالحسنی، ف. (۱۳۸۷). تحلیل فضایی، سطح‌بندی و برنامه‌ریزی مراکز اقامتی با استفاده از شاخص توسعه گردشگری (TDI) مطالعه موردی: شهر اصفهان. مطالعات مدیریت گردشگری، ۳ (۹)، ۲۵-۴۲.
۱۴. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان. (۱۳۹۵). سالنامه آماری شهرستانی استان اصفهان. اصفهان: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان، معاونت آمار و اطلاعات.
۱۵. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان. (۱۳۹۶). سالنامه آماری شهرستانی استان اصفهان. اصفهان: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان اصفهان، معاونت آمار و اطلاعات.
۱۶. سرلک، ش.، و مهدیزاده سراج، ف. (۱۳۹۲). قیاس تطبیقی حس مکان در هتل‌های مدرن و اقامتگاه‌های مستقر در ابنیه تاریخی (نمونه موردی: هتل امیر کبیر اراک و هتل تاریخی ارگ گوگد گلپایگان)، تهران: اولین همایش ملی جغرافیا، شهرسازی و توسعه پایدار.
۱۷. سهرابی، ب.، طهماسبی پور، ک.، رئیسی، ا.، و فضل‌ی، ص. (۱۳۹۱). شناسایی معیارها و تبیین مجموعه‌های فازی انتخاب هتل از دیدگاه گردشگران مقیم تهران، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، ۱ (۷۹)، ۵۵-۷۴.
۱۸. شریفی، م. (۱۳۹۰). نقش خانه‌های قدیمی در توسعه فعالیت‌های گردشگری شهر تبریز. پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
۱۹. صادقی، م.، غفاری چراتی، م.، دادخواه، ر.، یعقوبی بیجار پنه، ب.، جعفری، م.، و شهبازی، ب. (۱۳۹۲). ارزیابی تاثیر کیفیت کارکردی، کیفیت فنی و تصویر ذهنی بر رضایتمندی مشتریان در هتل‌های ۳، ۴ و ۵ ستاره سطح شهر مشهد. فصلنامه مدیریت، ۱۰ (۲)، ۲۹-۴۶.
۲۰. صالحی، ر.، نعمتی، م.، و امان پور، س. (۱۳۹۳). بررسی سازوکار تأثیرگذاری شاخص‌های سرمایه اجتماعی در حکمروایی مطلوب شهری با استفاده از Amos مطالعه موردی: شهر نسیم شهر. مجله علمی - پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، ۴ (۱۲)، ۱-۲۴.
۲۱. عبداله‌زاده، غ.، قیامی راد، ا.، محمدی، ق.، و محمدیان، ح. (۱۳۹۴). بررسی رضایتمندی گردشگران ورزشی از زیرساخت‌های اقامتی (هتلها) در شهر تبریز. فصلنامه علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، ۱۵ (۵۲)، ۲۶۷-۲۸۳.
۲۲. علماء‌الدینی، پ.، و چینی، س. ع. (۱۳۹۱). کیفیت خدمات و رضایتمندی گردشگران (مطالعه موردی: مشتریان خارجی هتل‌های چهار و پنج ستاره ایران)، فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، ۱ (۴)، ۸۷-۱۰۱.
۲۳. فرید، ا. (۱۳۹۳). مدلسازی معادلات ساختاری در داده‌های پرسشنامه‌ای به کمک Amos 22. تهران: مهرگان قلم.

۲۴. فیض، د.، طاهریان، ح.، و زارعی، ع. (۱۳۹۰). کیفیت خدمات و رضایت مشتریان در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل های شهر مشهد). فصلنامه علمی پژوهشی کاوش های مدیریت بازرگانی، ۳ (۶)، ۱۲۳-۱۴۹.
۲۵. قاسمی، ف.، زیاری، ک.، و صادقی، م. (۱۳۹۳). تحلیل کیفی و مکانی مراکز اقامتی شیراز جهت توسعه گردشگری (با تأکید بر هتل ها). جغرافیا و آمایش شهری و منطقه ای، (۱۱)، ۱-۱۳.
۲۶. کروی، م.، و فیاضی، م. (۱۳۹۵). تأثیر محیط فیزیکی بر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات در صنعت هتلداری (مورد مطالعه هتل های استقلال، انقلاب و کوثر تهران). مطالعات هتلداری و میزبانی، ۱ (۱)، ۱-۲۰.
۲۷. کریم پور ریحان، م.، و قاسم نیا، ن. (۱۳۹۵). نقش اقامتگاه های گردشگری در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر مشهد). فصلنامه نگرش های نو در جغرافیای انسانی، ۱ (۲)، ۱۴۰-۱۵۳.
۲۸. محبوب فر، م. ر.، شفقی، س.، و زنگی آبادی، ع. (۱۳۹۰). توان سنجی و برنامه ریزی گردشگری شهر کاشان. مجله برنامه ریزی فضایی، ۱ (۲)، ۱۰۹-۱۳۲.
۲۹. محمدی، م.، بیدرام، ر.، و ناصری اصفهانی، ه. (۱۳۹۳). ارزیابی اثربخشی مشوق های محرک حفاظت از خانه های با ارزش تاریخی (مطالعه موردی: بناهای تاریخی شهر اصفهان). فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، ۲ (۶)، ۱-۱۸.
۳۰. مرادی، ز.، و صالحی، ع. (۱۳۸۷). احیاء مناسب ترین راه برای حفظ بناهای تاریخی (نمونه موردی: کاروانسرای قلی خراسان شمالی)، ماهنامه بین المللی راه و ساختمان، (۵۴)، ۳۶-۴۳.
۳۱. مستوفی الممالکی، ر.، و فرمانی، س. (۱۳۸۸). ارزیابی کیفیت خدمات جهانگردی در واحدهای اقامتی هتل های شهر شیراز. فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱ (۲)، ۳۵-۴۴.
۳۲. مسیحی بیدگلی، ف.، و یعقوبی نیاسر، م. (۱۳۹۵). سالنامه آماری شهر کاشان ۱۳۹۴. کاشان: معاونت برنامه ریزی و هماهنگی شهرداری کاشان.
۳۳. موحد، ع. (۱۳۸۷). توزیع فضایی مراکز اقامتگاهی در شهرهای تاریخی (مطالعه موردی: شهر اصفهان). پژوهش های جغرافیای انسانی، ۶۵ (۶۵)، ۱۰۵-۱۱۶.
۳۴. مولایی هنجین، ن.، و ابراهیمی، ح. (۱۳۹۳). برنامه ریزی راهبردی گردشگری بر اساس مدل ارزیابی متوازن و تأثیر آن بر جذب گردشگر و توسعه شهرستان املش. جغرافیا (فصلنامه علمی- پژوهشی و بین المللی انجمن جغرافیای ایران)، ۱۲ (۴۱)، ۱۳۶-۱۶۰.
۳۵. میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری شهر کاشان. (۱۳۹۶).
۳۶. وارثی، ح.، رضایی، م. (۱۳۹۱). تحلیل فضایی و مکان یابی مراکز اقامتی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی: شهر شیراز. فصلنامه آمایش محیط، ۵ (۱۹)، ۱-۲۶.
۳۷. وثوقی، ل.، و شمسی ماریینی، ن. (۱۳۹۴). ارزیابی عوامل مؤثر بر موفقیت اقامتگاه های سبز. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰ (۳۲)، ۶۷-۸۷.
۳۸. وفایی، ز. (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر جذب سرمایه های داخلی جهت سرمایه گذاری در بخش اقامتگاه های صنعت گردشگری در ایران. پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

39. Barsky, J. D. (1992). Customer satisfaction in the hotel industry: Meaning and measurement. *Hospitality Research Journal*, 16(1), 51-73.
40. Chou, T. Y., Hsu, C. L., & Chen, M. C. (2008). A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 293- 301.
41. Gandolfo, D., & Guzzo, R. (2010). Customer satisfaction in the hotel industry: A case study from Sicily. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 3-12.
42. Ismagilova, G., Safiullin, L., & Gafurov, I. (2015). Using historical heritage as a factor in tourism development, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 157-162.
43. Ivanka Avelini, H., Marković, S., Sanja, R. (2011). Customer satisfaction measurement in hotel industry: Content analysis study. *Journal of Services Marketing*, 25, 1-10.
44. Koskela, H. (2002). *Customer satisfaction and loyalty in after sales service*. Espo, Finland: Helsinki University of Technology.
45. Lee, N. (210). service quality and customer satisfaction in the hotel industry, master of science in management, economics and industrial engineering. (Unpublished master's thesis). University of Politecnico Di Milano, Milan, Italy.
46. McQuitty, S., Finn, A., & Wiley, J. B. (2000). Systematically varying consumer satisfaction and its implications for product choice. *Academy of Marketing Science Review*, 10(1), 231-254.
47. Mohajerani, P., & Miremadi, A. (2012). Customer satisfaction modeling in hotel industry: A case study of Kish Island in Iran. *International Journal of Marketing Studies* 4(3), 134-152.
48. Oh, H. & Parks, S. (1997). Customer satisfaction and service quality: a critical review of the literature and research implications for the hospitality industry. *Hospitality Research Journal*, 20(3), 35-64.
49. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the customer*. New York, NY: McGraw-Hill.
50. Oliver, R.L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
51. Olorunniwo, F., Hsu, M. K. & Udo, G.J. (2006). Service quality, customer satisfaction and behavioural intentions in the service factory. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 59-72.