

## Research Paper

# The role of boutique hotels in the development of urban tourism, Case study: Boutique hotels in the 11th and 12th districts of Tehran

Dr. Siavash Imeni Gheshlagh<sup>\*1</sup> , Gita Ashghali Farahani<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> Assistant Professor, Department of Tourism Planning, Faculty of Tourism, University of Science & Culture, Tehran, Iran, [imeni@usc.ac.ir](mailto:imeni@usc.ac.ir)

<sup>2</sup> Master of Tourism Management, Department of Tourism Planning, Faculty of Tourism, University of Science & Culture, Tehran, Iran, [gita.farahani1393@gmail.com](mailto:gita.farahani1393@gmail.com)



10.22080/JTPD.2022.22052.3590

**Received:**

July 31, 2021

**Accepted:**

October 6, 2021

**Available online:**

June 18, 2022

**Keywords:**

Boutique Hotel, Urban Tourism, Social Impacts, Economic Impacts, Environmental Impacts

## Abstract

Urban places often contain a wide range of attractions, accommodation centers, and other tourist facilities, which form an essential part of the urban tourism foundation. Among these accommodation centers, we can mention the boutique hotels, which offer services at the highest level of quality as a new generation of accommodation in a building with unique architecture or historical and traditional texture. Due to the popularity of these hotels and their impact on the destination community, they can play an influential role in the development of urban tourism. For example, Hanna and Nezamiyeh boutique hotels located in the historical part of districts 11 and 12 of Tehran have great potential in urban tourism development due to their historical value. This research investigates the role of these two boutique hotels in three dimensions of urban tourism development (socio-cultural, economic, and environmental) from residents, tourists, managers, and staff of two boutique hotels. This research is descriptive-analytical, and data is collected through library studies and field studies such as questionnaire distribution. In examining the hypotheses, the Chi-square test results show that from the point of view of the local community, managers and staff, these two boutique hotels affect all three dimensions of tourism development in Tehran. However, from the point of view of tourists, these boutique hotels only affect the socio-cultural dimension. Given that the present study was conducted during the Covid-19 pandemic, fewer tourists stayed in the two boutique hotels. This tourists' impression was likely due to the pandemic

**\*Corresponding Author:** Dr. Siavash Imeni Gheshlagh

**Address:** Assistant Professor, Department of Tourism Planning, Faculty of Tourism, University of Science & Culture, Tehran, Iran

**Email:** [imeni@usc.ac.ir](mailto:imeni@usc.ac.ir)

**Tel:** 09124154864



conditions, and perhaps their familiarity with economic issues & environment of the boutique hotels has not been enough.

## Extended Abstract

### 1. Introduction

Today, the existence of unusual and extraordinary tourism facilities and services has made cities attractive globally, such as hotels with fantastic architecture and design called boutique hotels (Inscape, 1398). Since tourism development has a significant impact on the economic, social and environmental dimensions of a city, it is, therefore, necessary to examine the effects that boutique hotels have on the three indicators of urban tourism development. The primary purpose of this study is to explain the role of Hanna and Nezamiyeh boutique hotels in the development of urban tourism. Therefore, the central question of the research is to what extent can boutique hotels be effective in the economic, socio-cultural and environmental dimensions of urban tourism development in the 11th and 12th districts of Tehran?

### 2. Research Methodology

This research is descriptive-analytical. The data were collected by survey method and a questionnaire. The study's statistical population includes three groups of host and local community, managers and staff of Hana and Nezamieh boutique hotels and tourists who have had the experience of staying or visiting these two boutique hotels. As a research sample, 380 people from the local community were selected by the available sampling method. The managers and staff of the two boutique hotels, which numbered 14, were all selected. According to the Corona pandemic, which was one of the main

limitations of this study, 30 people were examined by available methods in the case of tourists. In the present study, three questionnaires were designed on a Likert scale, and their validity was reviewed and confirmed using university professors and experts in boutique hotels and tourism. The reliability of the measurement tools was calculated through Cronbach's alpha. Cronbach's alpha level was above 0.80 and had the required reliability. Kruskal-Wallis and Chi-square tests were used to analyze the data in SPSS software.

### 3. Research Findings

The non-parametric Kruskal-Wallis test compares the socio-cultural, economic and environmental effects of henna and Nezamiyeh boutique hotels from the perspective of three groups of the statistical population. The results showed a significant difference between the local community and tourists ( $\alpha = 0.000 \leq 0.05$ ). However, according to the managers and staff of these two boutique hotels, there is no significant difference between the factors ( $\alpha = 0.325 \geq 0.05$ ).

Examination of research hypotheses by Chi-square test shows that in the first hypothesis, the null hypothesis is rejected for all three groups of the statistical population ( $\alpha = 0.000 \leq 0.05$ ). Therefore, we conclude that henna and Nezamieh boutique hotels are effective in the socio-cultural dimension of urban tourism development. The second and third hypotheses results show that from the point of view of the local community and the hotels' officials,  $H_0$  in both hypotheses is rejected ( $\alpha = 0.000 \leq 0.05$ ), and  $H_1$  indicates the effect of henna and Nezamiyeh boutique hotels on economic

and environmental dimensions of urban tourism development is accepted. From the tourists' point of view in both hypotheses, considering the significant level in the economic dimension ( $\alpha = 0.128 \geq 0.05$ ) and the environmental dimension ( $\alpha = 0.158 \geq 0.05$ ), the  $H_0$  is confirmed. Therefore, tourists believe that these two boutique hotels are ineffective in urban tourism development's economic and environmental dimensions in Tehran's 11th and 12th districts.

#### 4. Conclusion

The results show that the local community and hotel managers and staff believe that henna and military boutique hotels in socio-cultural and economic dimensions affect the life of the local community in those areas. According to them, boutique hotels can provide the basis for the development of urban tourism. Tourists agree with the local community and hotel managers and staff in social and cultural terms but differ in economic and environmental dimensions. They believe that these two boutique hotels cannot influence in economic and environmental dimensions of urban tourism development in the region. Their attitude towards environmental effects was due to the lack of knowledge about environmental protection activities in these hotels. Their attitude towards the economic effects should also be seen due to the coronavirus pandemic and the low number of hotel guests. In this regard, it is necessary, on the one hand, to advertise and raise the awareness of tourists about familiarity with the environmental activities of these hotels and their economic impact on the region and distinguish this type of hotel from large hotels. We need to Explain

more in terms of the boutique hotels philosophy and function. On the other hand, the managers and staff of these accommodations should be trained to manage hotels as sustainably as possible and better interact with tourists. These plans can attract more participation from tourists and guests of these hotels to achieve the goals of hotel sustainability and urban tourism development in the region.

#### Funding

(There is no funding support)

#### Authors' Contribution

- **Significant help in designing the study and analyzing or interpreting its data:** Dr. Imeni Gheshlagh, S. & Ashghali Farahani, G.
- **Draft article or modify it:** Dr. Imeni Gheshlagh, S. & Ashghali Farahani, G.
- **Final approval of the version ready for printing:** Dr. Imeni Gheshlagh, S.
- **Accountability in all aspects of research:** Dr. Imeni Gheshlagh, S. & Ashghali Farahani, G.

#### Conflict of Interest

(Authors declared no conflict of interest)

#### Acknowledgments

Special thanks to :

- President of the Iranian Hoteliers Association,
- Dr. Jamshid Hamzehzadeh
- Managers and staff of Hanna and Nezamiyeh boutiques hotels in Tehran



## Resources

Inscape, Edward (1398). *Tourism Planning, an Integrated and Sustainable Approach to Tourism Planning and Development*, Translated by Mahmoud Hassanpour and Saeed Daghestani, Fourth Edition, Tehran, Mahkameh Publications.

Aminian, Nasser, Seyed Naghavi, Mir Ali, Jahanian, Manouchehr, Emami, Seyed Mohammad (1396). Status of Evaluation of Good Governance Indicators in Urban Tourism Development, Case Study: Tehran, *Journal of Urban Economics and Management*, No. 18, pp. 129-139.



# نقش هتل بوتیک‌ها در توسعه گردشگری شهری، نمونه موردی: هتل بوتیک‌های مناطق ۱۱ و ۱۲ تهران

دکتر سیاوش ایمنی قشلاق\*<sup>۱</sup> ID، گیتا اشغلی فراهانی<sup>۲</sup> ID

<sup>۱</sup> استادیار گروه برنامه ریزی گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران، [imeni@usc.ac.ir](mailto:imeni@usc.ac.ir)  
<sup>۲</sup> کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گروه برنامه ریزی گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران  
[gita.farahani1393@gmail.com](mailto:gita.farahani1393@gmail.com)

 10.22080/JTPD.2022.22052.3590

## چکیده

اماکن شهری اغلب طیف وسیعی از جاذبه‌ها، مراکز اقامتی و سایر امکانات گردشگری را در خود جای داده‌اند، که بخش مهمی از بافت شهری را تشکیل می‌دهند. از جمله این مراکز اقامتی می‌توان به هتل بوتیک‌ها اشاره کرد که به عنوان نسل جدیدی از اقامتگاه‌ها در ساختمانی با معماری خاص یا بافت تاریخی و سنتی، در بالاترین سطح کیفیت، خدمات ارائه می‌دهند. با توجه به استقبال گردشگران از این نوع هتل‌ها و تأثیراتی که بر جامعه مقصد دارند، می‌توانند در توسعه گردشگری شهری نقش موثری ایفا کنند. برای نمونه دو هتل بوتیک حنا و نظامیه واقع در بافت تاریخی مناطق ۱۱ و ۱۲ شهر تهران، به دلیل بهره‌مندی از ارزش تاریخی، پتانسیل زیادی در توسعه گردشگری شهری دارند. پژوهش حاضر، در پی بررسی نقش این دو هتل بوتیک در سه بعد توسعه گردشگری شهری (اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی) از منظر ساکنان محلی، گردشگران و مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک، می‌باشد. این تحقیق از نوع توصیفی تحلیلی بوده و جمع‌آوری داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی همچون توزیع پرسشنامه، انجام گرفته است. در بررسی فرضیات، نتایج آزمون کای دو نشان می‌دهد که از نظر جامعه محلی و مدیران و پرسنل، هتل بوتیک‌های حنا و نظامیه بر هر سه بعد توسعه گردشگری شهر تهران، تأثیرگذارند، اما از نظر گردشگران، این هتل بوتیک‌ها فقط بر بعد اجتماعی-فرهنگی تأثیر دارند و بر ابعاد اقتصادی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری مناطق یاد شده، تأثیری چندانی ندارند. با توجه به اینکه پژوهش حاضر در زمان پاندمی بیماری کرونا انجام گرفته است، تعداد گردشگران کمتری در دو هتل بوتیک اقامت داشته‌اند و احتمال می‌رود که این برداشت گردشگران با توجه به شرایط کرونایی، صورت گرفته و شاید میزان آشنایی‌شان با مسائل اقتصادی و زیست‌محیطی هتل بوتیک‌ها، به حد کافی نبوده است.

تاریخ دریافت:

۹ مرداد ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۱۴ مهر ۱۴۰۰

تاریخ انتشار:

۲۸ خرداد ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

هتل بوتیک، گردشگری  
شهری، اثرات اجتماعی، اثرات  
اقتصادی، اثرات زیست محیطی

\* نویسنده مسئول: دکتر سیاوش ایمنی قشلاق

آدرس: استادیار گروه برنامه ریزی گردشگری، دانشکده  
گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

ایمیل: [imeni@usc.ac.ir](mailto:imeni@usc.ac.ir)  
تلفن: ۰۹۱۲۴۱۵۴۸۶۴





## ۱ مقدمه

د. هزینه های سفر به مقاصد (اینسکیپ، ۱۳۹۸ : ۴۰۱).

به طور کلی، زیرساخت های گردشگری و مدیریت مقصد، به عنوان عوامل موثر در تحریک تقاضای گردشگری و اصلی ترین محرک های رقابت در کشور های در حال توسعه هستند. بسیاری از این زیرساخت ها در شهرها به وجود می آیند، از این رو گردشگری شهری عموماً تحت تاثیر بخش اقامتی است (حسام و مومن، ۱۳۹۹: ۲۸۸) و هتل یکی از بخش های اصلی و پویای صنعت گردشگری، در هر کشوری است؛ اما متأسفانه در کشور ایران با چالش هایی همچون: ضعف زیرساخت های آموزشی، مدیریتی، رفاهی، نبود تسهیلات دولتی مناسب و اختلاف بین عرضه و تقاضا از یک سو، ورود اندک گردشگران خارجی و نبود تمایل گردشگران داخلی برای اقامت در هتل های گران قیمت از سوی دیگر، مواجه است (تازیکه و باستانی، ۱۳۹۸: ۲).<sup>۶</sup>

همچنین، بعد از دهه ها استانداردسازی برند های هتلی، که در آن برندهایی مانند: هالیدی این، ماریوت و هیلتون، محصولات باثباتی را به مشتریان نشان ارائه کردند، توجه رو به رشدی به ارائه محصولات متفاوت تر در صنعت اقامتی به وجود آمده است (کازمی، ۱۳۹۹: ۲).<sup>۷</sup> امروزه به دلیل مورد توجه قرار گرفتن شرایط پایداری و اهمیت مسائل محیط زیستی، اجتماعی- فرهنگی، سلیق بسیاری از گردشگران در بحث اقامت تغییر کرده و تقاضاهای روزافزونی برای انواع مختلفی از هتل ها (به غیر از هتل های لوکس و گران قیمت) به وجود آمده است؛ مانند: هتل های بوم گردی، اکولوژ ها، هتل های سبز، و از جمله هتل بوتیک ها.

هتل بوتیک، به هتل هایی گفته می شود که معماری و طراحی منحصر به فردی دارند که غالباً بر اساس معماری منطقه بوده و دارای کمترین اثرات

در قرن جدید صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع درآمدزا پس از صنایع نفت و خودروسازی مورد توجه قرار گرفت. توسعه گردشگری می تواند به عنوان یک بخش اقتصادی پیشرو، زمینه ساز توسعه پایدار شود و نیز می تواند اثرات سرریز مثبت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی در کشور و سطح بین المللی داشته باشد (ایمانی خوشخو و علیزاده، ۱۳۹۴: ۵).<sup>۱</sup> از طرفی شهرها، تصویر تفکر، نوع زندگی و تحولات فرهنگی - تاریخی ساکنان خود هستند، که بعد از تحولات انقلاب صنعتی عموماً به مراکز گردشگر فرست تبدیل شده و پس از مدت کوتاهی به دلیل زمینه های موجود در آنها، اصلی ترین مقصد گردشگران، نام گرفته اند (پرچکانی، ۱۳۹۵: ۵۲).<sup>۲</sup> گردشگری شهری عامل بسیار مهم در توسعه شهرها محسوب می شود، زیرا امروزه اکثر شهرهای جهان چنان جذابیتی را به دست آورده اند، که هر ساله میزبان جمع کثیری از گردشگران داخلی و خارجی هستند (حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴: ۶۲).<sup>۳</sup> یکی از مواردی که باعث جذابیت این شهرها در جهان شده است، وجود تسهیلات و خدمات غیر معمول و خاص گردشگری است؛ که خود نوعی جاذبه به حساب می آیند و گردشگران را برای بازدید از منطقه تشویق می کنند و یا به عنوان جاذبه مکمل، ایفای نقش می کنند. این تسهیلات و خدمات شامل موارد زیر است:

الف). مجتمع های تفریحی و تاریخی با طراحی خاص، مانند: هتل کاخ ها، ساختمانهای تاریخی و ...

ب). حمل نقل، رستوران، غذا و نوشابه و ...

ج). سایر ملاحظات در جذابیت مقاصد همچون وابستگی های مذهبی، قومی، بهداشت، امنیت عمومی و ...

<sup>5</sup> Hesam & Momen

<sup>6</sup> Tazike & Bastani

<sup>7</sup> kazemi

<sup>1</sup> Imani khoshkhoo & Alizadeh

<sup>2</sup> Parchakani

<sup>3</sup> Hatami Nejad & Sharifi

<sup>4</sup> Inskeep

مخصوص به خود، شهرت دارند(تازیکه و باستانی، ۱۳۹۸: ۱، ۲). مهمترین ویژگی‌های هتل بوتیک، فرهنگی بودن، تاریخی بودن و اصالت آن است. این نوع از هتل‌ها بخشی از یک زنجیره نیستند و خدمات منحصر به فرد و جالبی را فراهم می‌آورند. هتل بوتیک‌ها با "داشتن فضای تعاملی مانند: سالن نشیمن و کتابخانه با مرکزیت رویدادهای اجتماعی" و "ویژگی‌های متعدد و با کیفیت مختص اتاق" شناخته می‌شوند(کاظمی، ۱۳۹۹: ۸).

هتل بوتیک‌ها برای نخستین بار در سال ۱۹۸۰ پا به عرصه ظهور گذاشتند. دو هتل بوتیک اولیه، یکی در محله کنسینگتون<sup>۳</sup> جنوبی لندن، به نام هتل بلیکزر<sup>۴</sup> و دیگری به نام هتل بدفورد<sup>۵</sup> در سانفرانسیسکو، به عنوان دو نمونه از نخستین هتل بوتیک‌ها در جهان به شمار می‌آیند(احمدی، ۱۳۹۳: ۷۵). پس از آن‌ها سومین هتل بوتیک توسط دو آمریکایی به نام‌های ایان شارگر و استیو روبل در نیویورک با عنوان هتل مورگانز<sup>۶</sup> در سال ۱۹۸۴ افتتاح شد. هتلی که صنعت هتلداری را تغییر داد و مفهوم سبک زندگی هتل بوتیک را به جهان معرفی کرد(کاظمی، ۱۳۹۹: ۶).

برخی محققان معتقدند، ظهور هتل بوتیک‌ها به عنوان واکنشی علیه توریسم انبوه مطرح می‌شود، که منشاء آن در تکامل برخی از موسسات معروف به تخت خواب و صبحانه است. از طرفی برای هتل بوتیک تعریف واحدی وجود ندارد، بلکه ارائه ویژگی‌های آن است که می‌تواند آن را تعریف کند. ظهور و پذیرش این مفهوم همچنین به درک مشتریان از آنچه انتظار دارند مربوط می‌شود، یک هتل یعنی تجربه، نه فقط یک تخت خواب برای خوابیدن(دال آجنول و ناکاتانی، ۲۰۱۸: ۵۶۰).

بنابراین، انگیزه‌ها و عواملی مانند، جستجوی تجربه یا ایده سفر ماجراجویانه، افزایش درآمد یکبار

مخرب بر محیط زیست هستند. در واقع گردشگران در هتل بوتیک‌ها، قدیمی‌ترین اشیاء، خاص‌ترین فضاهای زندگی و حتی زندگی در دل طبیعت را تجربه می‌کنند. با توجه به اینکه این ظرفیت‌ها در نقاط مختلف کشور ایران، به حد کافی وجود دارد و مطالعات کمتری در زمینه هتل بوتیک‌ها در داخل کشور انجام شده، لذا در پژوهش حاضر سعی شده، این پتانسیل در مناطق ۱۱ و ۱۲ تهران، مورد توجه قرار گیرد و تاثیری که این نوع هتل‌ها، می‌توانند بر توسعه گردشگری شهری داشته باشند، بررسی شود. هدف اصلی این پژوهش، تبیین نقش هتل بوتیک‌های نظامیه و حنا در توسعه گردشگری شهری است. در راستای مباحث مذکور این سوال مطرح می‌شود که، هتل بوتیک‌های حنا و نظامیه به چه میزان می‌توانند در ابعاد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی توسعه گردشگری مناطق ۱۱ و ۱۲ شهر تهران تاثیرگذار باشند؟

## ۲ مبانی نظری

### ۲،۱ هتل بوتیک

واژه هتل بوتیک در اصل یک اصطلاح تلفیقی است، که در گذشته، کشورهای آمریکای شمالی و بریتانیا برای توصیف نوع متمایزی از هتل‌ها، به کار می‌گرفتند. هم‌اکنون این اصطلاح در سراسر دنیا به صورت یک استاندارد، استفاده می‌شود. در مفهوم کلی، هتل بوتیک اقامتگاهی کوچک با فضایی منحصر به فرد است، که با ارائه خدمات متفاوت از سایر مراکز اقامتی و ایجاد فضای خصوصی و آرام، قصد دارد به مهمانانش فضایی شخصی ارائه کند، تا هر مسافر در طول اقامتش علاوه بر احساس آرامش، از بالاترین سطح مهمان‌نوازی نیز بهره‌بربرد. هتل بوتیک‌ها به دلیل معماری خاص و سبک هنری

<sup>۵</sup> Bedford Hotel

<sup>۶</sup> Ahmadi

<sup>۷</sup> Morgans Hotel

<sup>۸</sup> Dall Agnol

<sup>۱</sup> Tazikheh & Bastani

<sup>۲</sup> Kazemi

<sup>۳</sup> South Kensington

<sup>۴</sup> Blakes Hotel



صنایع دستی و گردشگری، به ظرفیت اماکن تاریخی و قدیمی بدون استفاده، در بافت سنتی شهرها جلب شد و هم اکنون از این ظرفیت برای تبدیل کاربری بناهای تاریخی معطل به هتل بوتیک استفاده می‌شود. از سویی پس زمینه تاریخی کشور ایران و وجود تعداد زیادی از بناها و ساختمان‌های قدیمی، که بارکلی تاریخ و سنت را به دوش می‌کشند، باعث شده تا هتل بوتیک‌هایی که در کشور ما وجود دارد، اغلب در فضاهای سنتی، تاریخی و خانه‌های قدیمی شکل گیرد، که دقیقاً از ویژگی معماری منحصر به فرد و جذابیت بصری بالایی برخوردار هستند، به طوری که خود ساختمان و معماری آن می‌تواند یک جاذبه گردشگری باشد، تا یک تنه تعداد زیادی از گردشگران را فقط محض تماشا به آنجا بکشاند. تماشای چنین محیط‌هایی قطعاً برای گردشگران خارجی از جذابیت مضاعفی برخوردار است (عظیم زاده، ۱۳۹۸: ۱).<sup>۳</sup> تا قبل از این که این هویت در جهان مطرح شود، قطعاً چیزی به نام هتل بوتیک در ایران وجود نداشته است؛ اما نمونه‌ای که وجود این تفکر در ایران را اثبات می‌کند، به دهه ۴۰ شمسی برمی‌گردد. کاری که کیوان خسروانی در شهر نایین انجام داد. هتل و مهمانسراهای نایین که در سال ۱۳۴۶ ساخته شد، یکی از اولین نمونه‌های ساختن یک اقامتگاه به سبک معماری ایرانی، بومی و منحصر به فرد به حساب می‌آید، که المان‌های بومی، همراه با خدمات منحصر به فرد در آن ارائه می‌شد (کاظمی، ۱۳۹۸: ۲).

## ۲٫۴ گردشگری شهری و انواع آن

مفهوم گردشگری شهری از دهه ۱۹۸۰ وارد فهرست تحقیقات شده است (حاتمی نژاد و شریفی، ۱۳۹۴: ۶۴). از آن جایی که کشور‌های در حال توسعه به سوی شهر نشینی پیش می‌روند، گردشگری شهری به عنوان یکی از مهم‌ترین اجزای گردشگری به شمار رفته و با تمرکز بر مقاصد شهری، یکی از رو به رشد

مصرف و تمایل به خدمات شخصی تر، از دلایل افزایش تقاضا برای هتل بوتیک‌ها به شمار می‌روند (دال آجنول و ناکاتانی، ۲۰۱۸: ۵۶۱). دادخواه و کاظمی هفت علت را ذکر کرده اند که سبب می‌شود گردشگران، در میان حجم انبوهی از مراکز اقامتی، هتل بوتیک‌ها را انتخاب کنند. این هفت علت عبارتند از: ۱. حس بودن در محل، ۲. تجربه نادر، ۳. اقامت تجمل‌گرایانه، ۴. متعلقات جدید تر، ۵. طراحی باشکوه، ۶. درجه بالایی از توجه به مشتری، ۷. جو صمیمی (دادخواه و کاظمی، ۱۳۹۷: ۳).

## ۲٫۲ انواع هتل بوتیک

از نظر مکان قرار گیری، هتل بوتیک‌ها را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد، الف). هتل بوتیک‌هایی که در محدوده شهری قرار دارند و ب). هتل بوتیک‌هایی که در مقصد های تفریحگاهی و دنج استقرار یافته اند.

هتل بوتیک‌های شهری، تنها به خاطر قابلیت دسترسی شان انتخاب نمی‌شوند، بلکه افراد، گاهی به دلیل ویژگی‌های شهری، که اینگونه هتل‌ها در آن قرار دارند، آنها را ترجیح می‌دهند. ضمن اینکه استفاده از فناوری‌های جدید، مهم‌ترین ویژگی هتل بوتیک‌های شهری می‌باشد (پویان زاده و زرگر، ۱۳۹۲: ۷).<sup>۲</sup> هتل بوتیک‌های تفریحگاهی، مدرن و دارای عناصر محلی، معمولاً خلوت و در گوشه‌هایی از جزیره‌ها یا مناطق کوهستانی قرار گرفته اند. امکانات رفاهی و خدمات نامتعارف و جذاب در مقصد های تفریحگاهی، نقش فناوری را در مقصد های شهری، ایفا می‌کنند (احمدی، ۱۳۹۳: ۷۶).

## ۲٫۳ هتل بوتیک‌ها در ایران

هتل بوتیک‌ها حدود ۱۰ سال است که در سطح جهان فعالیت می‌کنند، اما در ایران از سال ۱۳۹۷ توجه بخش خصوصی و سازمان میراث فرهنگی،

<sup>3</sup> Azimzadeh

<sup>1</sup> Dadkhan & Kazemi

<sup>2</sup> Pouyanzadeh



سوی دیگر، به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، ارتباطی، بهداشتی، فراغتی و داشتن جاذبه های تاریخی و توریستی، به عنوان مقصد مسافرت های جهانگردی به حساب می آیند(قهرمانی فرد و همکاران، ۱۴۰۰: ۷۲).<sup>۵</sup>

## ۲٫۵ اثرات توسعه گردشگری شهری بر شهرها و ساکنان

در مبحث توسعه، صنعت توریسم به عنوان ابزاری سودمند برای توسعه محلی تلقی می شود و به عنوان پاسخ مثبت به تغییرات منفی اقتصادی که در محیط های شهری و روستایی رخ می دهد، ایفای نقش می کند (سارینن، ۲۰۱۹: ۲۰۶).<sup>۶</sup> بنابراین پیامد های اجتماعی، اقتصادی و مکانی گردشگری در شهر قابل توجه است. در سطح جهانی، گردشگری شهری به یک محرک مهم اقتصادی تبدیل شده است. در سطح ملی، عملکرد بهتری نسبت به کل گردشگری کشورها در رشد تولید ناخالص

داخلی داشته است. در سطح منطقه ای و محلی نیز گردشگری شهری، به عنوان مرکز رشد نوآوری و فناوری در نظر گرفته شده است و یک عامل کلیدی در توسعه اقتصادی شهر، محسوب می شود(پستما و همکاران، ۲۰۱۷: ۹۵).<sup>۷</sup>

گردشگری شهری، ترکیب پیچیده ای از فعالیت های مختلف است، که به هم پیوستن ویژگی های محیطی و میزان توانمندی و کشش شهر در جذب بازدید کنندگان و ارائه خدمات است. در واقع می توان چنین ادعان داشت که نخستین شرط موفقیت هر شهر در توسعه گردشگری، وجود زیرساخت های مناسب شهری، یکپارچگی همه ی سازمان های ذیربط و مدیریت عاقلانه و مدبرانه در عرصه های

ترین اشکال گردشگری محسوب می شود(یزدان پناه و همکاران، ۱۳۹۹: ۷۴).<sup>۱</sup> سازمان جهانی گردشگری ملل متحد (۲۰۱۹) گردشگری شهری را نوعی فعالیت گردشگری تعریف می کند، که در یک فضای شهری اتفاق می افتد و شامل طیف گسترده و ناهمگن تجربیات فرهنگی، معماری، فناوری، اجتماعی و طبیعی است(حق زاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۷۵).<sup>۲</sup> گردشگری شهری عبارت است از مسافرت به شهر با انگیزه های مختلف، برپایه ی جاذبه های گوناگون، امکانات و تسهیلات شهری، که در شخص ایجاد جذابیت و انگیزه می نماید(نظری زاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۳۳).<sup>۳</sup>

در گردشگری شهری، انگیزه گردشگر دیدار از جاذبه های شهری و یا دیدار اقوام و دوستان در شهر و یا ترکیبی از هر دو انگیزه است. با این همه به نظر می رسد دو نوع گردشگری شهری وجود داشته باشد: ۱) گردشگری شهری خاص: در این نوع از گردشگری شهری، گردشگران تنها به یک شهر خاص سفر می کنند و از ابتدا تا انتهای مدت اقامت خود را در همان شهر می گذرانند و از جاذبه های همان شهر دیدن می کنند. برخی از محققین این نوع از گردشگری را، گردشگری شهری یکجانشین می نامند. ۲) گردشگری شهری مختلط: در این نوع از گردشگری شهری، هدف گردشگران علاوه بر دیدن جاذبه ها و یا اقوام و دوستان، رفتن به شهرهای کوچک، روستاها و بیلاق اطراف و یا پیرامون آن شهر اصلی نیز می باشد. برخی از محققین این نوع از گردشگری را، گردشگری شهری کوچنده می نامند(نوایی، ۱۳۹۸: ۵۸).<sup>۴</sup>

محیط های شهری از دو نقطه نظر، در صنعت توریسم اهمیت دارند. نخست، کانون های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آن ها و فشار ها و خستگی های ناشی از کار، تلاش و فعالیت، به عنوان مبدا مسافرت های توریستی محسوب می شوند. از

<sup>5</sup> Ghahramani Fard

<sup>6</sup> Saarinen

<sup>7</sup> Postma

<sup>1</sup> Yazdanpanah

<sup>2</sup> Haghzadeh

<sup>3</sup> Nazarizadeh

<sup>4</sup> Navai



## ۲٫۶ پیشینه پژوهش

در جدول شماره ۱، مهم ترین منابع داخلی و خارجی که به طور مستقیم با موضوع تحقیق ارتباط داشته، مورد بررسی قرار گرفته است. جمع بندی پیشینه تحقیق نشان می دهد، تاثیرات اقتصادی هتل بوتیک ها بیشتر مورد توجه قرار گرفته است و اکثر محققان معتقدند، هتل بوتیک ها می توانند اثرات مثبت اقتصادی در گردشگری جامعه مقصد داشته باشند.

سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است(رحمتی و پاشازاده، ۱۴۰۰: ۲۵۳).

کومار<sup>۲</sup> معتقد است، توسعه گردشگری باید با مشارکت، مدیریت و مالکیت افراد بومی و سایر جوامع و اکوسیستم های محلی صورت پذیرد. وی خاطر نشان می کند که، جهانگردی مبتنی بر تعامل است و تعامل باعث ایجادزمینه برای گفتگو، تفاهم و صلح بین جوامع و افراد می شود(کومار، ۲۰۱۷: ۵۶).

جدول ۱ پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط با هتل بوتیک ها و توسعه گردشگری شهری

سال	نتایج	عنوان	نویسنده
۱۴۰۰	عوامل متنوع و نسبتاً زیادی در توسعه گردشگری شهر سرعین تاثیرگذارند، که زیبا سازی، توزیع مناسب امکانات، رسانه ها، خدمات درمانی و تنوع بخشی بالاترین رتبه ها را کسب کرده اند.	شناسایی پیشران های کلیدی گردشگری شهر سرعین	رحمتی و پاشازاده
۱۳۹۹	به دلیل تنوع سلاقی و بنیه مالی گردشگران شهر ها به انواع هتل ها بر حسب درجات مختلف نیاز دارند.	بررسی وضعیت پراکنش هتل های شهری در ایران	حسام و مومن
۱۳۹۸	هتل بوتیک ها در کشور راهی مناسب برای بهبود وضعیت کسادی بازار هتل ها و رونق اقتصاد گردشگری هستند.	هتل بوتیک جاذبه گردشگری شهری	تازیکه و باستانی
۱۳۹۷	راهبردهای منطقه به راهبردهای تدافعی نزدیک است و مسئولین باید سعی کنند با شناخت نقاط ضعف تاثیر تهدیدات را کاهش یا حذف نموده و به سمت این راهبردها گام بردارند	بررسی نقش هتل بوتیک کندوان در توسعه اقتصادی جامعه محلی	جهانیان و همکاران
۱۳۹۴	احداث مراکز اقامتی و هتل هایی با طراحی پایدار در کنار دیگر عوامل در نزدیکی جاذبه های گردشگری مهمترین راهبرد در توسعه بوم گردشگری پایدار بندرکیشهر میباشد و احداث هتل بوتیکی که بتواند محل تمرکز گردشگران باشد می تواند به این امر کمک کند.	معماری پایدار در طراحی هتل بوتیک با محوریت توسعه بوم گردشگری، نمونه موردی: هتل بوتیک هنر و طبیعت گیلان	بزرگ چنایی
۱۳۹۷	باز زنده سازی خانه های تاریخی و تغییر کاربری به هتل بوتیک به عنوان یک راهبرد حفاظتی برای این اماکن تاریخی می باشد.	تغییر کاربری انطباقی خانه تاریخی حاج شیخ با رویکرد احیای فضای داخلی به هتل بوتیک	دادخواه و کاظمی

<sup>2</sup> Kumar

<sup>1</sup> Rahmati & Pashazadeh

۱۳۹۱	ارائه راهبردها و راهکارهایی جهت بهره وری بیشتر هتل بوتیک صخره‌ای کندوان و بررسی تأثیر اقتصادی آن بر شهر اسکو و تبریز	بررسی نقش هتل های بوتیک در جذب گردشگر برای توسعه اقتصادی شهرها، نمونه موردی: هتل صخره ای لاله کندوان	فغفوریان
۲۰۲۱	همه مشتریان بر این نظر توافق داشتند که هتل بوتیک همیشه با هدف ایجاد صمیمیت و گرمی ارزش مهمان‌نوازی خوب را در زمینه‌های مختلف ترویج می‌کند البته موارد منفی نیز وجود داشت که در خصوص آن ها توصیه هایی ارائه شد.	ارزش مهمان نوازی در هتل های بوتیک	ایرینی آنجلو پولو
۲۰۲۰	احیای مجدد ساختمان های قدیمی به عنوان هتل بوتیک با اضافه کردن امکانات عمومی برنامه‌ریزی شده همچون کافی شاپ می تواند علاوه بر حفظ میراث قدیمی، در رشد و توسعه گردشگری در جاکارتا تأثیر فراوانی داشته باشد.	احیای ساختمان قدیمی کرتانپگا در جاکارتا به عنوان یک هتل بوتیک	راهمایانتي
۲۰۲۰	ارائه خدمات عالی شخصی و در عین حال استفاده از میراث فرهنگی غنی و اصیل که هتل از نظر معماری و طراحی ارائه می دهد، می‌تواند تجربه لوکس و مقرون به صرفه را برای مهمانانش به ارمغان آورد.	مهمان نوازی اصیل در یک هتل بوتیک محلی	لی و لام
۲۰۱۹	سطح آگاهی زیست محیطی مسافران هتل بوتیک می‌تواند بر تمایل آنها به پرداخت هزینه بیشتر برای محصولات دارای گواهی پایدار یا دارای سیستم مدیریت زیست محیطی تأثیر گذار باشد.	تمایل به پرداخت هزینه های بیشتر برای اقامت در یک هتل بوتیک با سیستم مدیریت زیست محیطی	مورالدا و همکاران
۲۰۱۹	بازاریابی سبز برای هتل های بوتیک ابزاری قدرتمند برای دستیابی به مزیت رقابتی می باشد و هتل بوتیک ها با اعمال شیوه های مدیریت سبز علاوه بر صرفه جویی، به منافع اقتصادی زیادی دست خواهند یافت.	هتل‌های بوتیک سبز بازاریابی و مزایای اقتصادی	مالچوا
۲۰۱۸	ویژگی‌ها و توانمندی‌های هر مقصد تعیین می کند که چه سبک از هتل بوتیک در ناحیه مقصد احداث و رواج پیدا کند در واقع هتل بوتیک ها در مقاصد مختلف با استفاده از ویژگی هایی که دارند تعریف می شوند.	هتل بوتیک، یادداشت هایی درباره مفاهیم و ویژگی ها	دال آنجول و ناکاتانی

منبع: بررسی مقالات و پیشینه مرتبط با موضوع توسط نگارندگان

و ج). گردشگرانی که تجربه اقامت و یا بازدید از این دو هتل بوتیک را داشته اند.

در محاسبه حجم نمونه برای جامعه محلی، طبق آمار سال ۱۳۹۵، ۱۹۷۶۶ نفر در محله بهارستان و ۱۳۰۰۰ نفر نیز در محله شیخ هادی ساکن هستند، که جمعا با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۰ نفر حجم نمونه، به روش دردسترس مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک نیز به روش کل شماری، ۱۴ نفر انتخاب شدند. در مورد

### ۳ روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و بر اساس روش، توصیفی - تحلیلی بوده و در جمع آوری اطلاعات و داده ها از روش های اسنادی و میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، عبارتند از سه گروه اصلی: الف). جامعه میزبان و محلی؛ شامل ساکنان محله بهارستان در منطقه ۱۲ و ساکنان محله شیخ هادی در منطقه ۱۱ ب). مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک حنا و نظامیه

به طور کلی در این پژوهش سه فرضیه به شرح زیر مطرح شده، که در بخش یافته ها مورد بررسی قرار می گیرد:

فرضیه ۱). هتل بوتیک های حنا و نظامیه در بعد اجتماعی \_ فرهنگی توسعه گردشگری شهری تاثیرگذارند.

فرضیه ۲). هتل بوتیک های حنا و نظامیه در بعد اقتصادی توسعه گردشگری شهری تاثیرگذارند.

فرضیه ۳). هتل بوتیک های حنا و نظامیه در بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری تاثیرگذارند.

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از آمارهای توصیفی و استنباطی و آزمون های کروسکال والیس و کای دو استفاده شده است. سوالات پرسشنامه های سه گروه جامعه آماری شامل متغیر ها و گویه هایی که هرکدام از متغیر ها را می سنجد، به تفکیک در جدول ۴ آمده است.

گردشگران نیز، با توجه به شیوع بیماری کرونا، که یکی از محدودیت های اصلی این پژوهش بود، ۳۰ نفر به روش در دسترس، مورد بررسی قرار گرفتند. در تحقیق حاضر از سه پرسشنامه استفاده شده است، که تعدادی از پرسش های اولیه هر پرسشنامه مربوط به اطلاعات جمعیتی از قبیل، سن، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت شغلی و ... و بقیه سوال ها شامل: ۴۴ سوال جامعه محلی، ۴۷ سوال مدیران و پرسنل هتل بوتیک ها و ۳۹ سوال گردشگران، است که تاثیر هتل بوتیک ها را بر شاخص های توسعه گردشگری شهری مورد سنجش قرار داده اند. این سوالات به صورت پنج گزینه ای و در مقیاس لیکرت طراحی شده است. قبل از انجام تحقیق پایایی از طریق آلفای کرونباخ محاسبه شد، که نتیجه آن در جدول شماره ۳ آمده است. همچنین روایی آن نیز با استفاده از نظرات اساتید دانشگاه و کارشناسان حوزه هتل بوتیک و گردشگری مورد تایید قرار گرفت.

جدول ۲ نتایج پایایی پرسشنامه ها با استفاده از آلفای کرونباخ

آزمون اعتبار پرسشنامه ها	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
جامعه محلی	۴۴	۰/۸۹۳
مدیران و پرسنل	۴۷	۰/۹۴۹
گردشگران	۳۹	۰/۸۱۵

جدول ۳ متغیر ها و گویه های مورد بررسی در هر سه پرسشنامه

متغیر	گویه
اثرات اجتماعی- فرهنگی	رضایت ساکنان، توسعه فرهنگی محله، رواج نوگرایی و الگو های غیر بومی، تغییر ساختار محله، افزایش رفتارهای غیر اخلاقی، رعایت احترام متقابل جامعه محلی و گردشگران افزایش ناهنجاری و بی توجهی به هویت ملی، افزایش دزدی و سرقت، افزایش مشارکت مردم محلی، رواج فعالیت های بومی و سنتی، بهبود روابط بین مردم محلی- گردشگران و پرسنل هتل بوتیک، افزایش پوشش نامتعارف و مدگرایی، ارتقاء امنیت، افزایش فعالیت های فرهنگی- اجتماعی، بهبود امکانات رفاهی و خدمات عمومی، رونق بازدید و حفاظت از آثار تاریخی، احیای سنت ها و آداب و رسوم، افتخار مردم محلی به هویت تاریخی محله، استقبال مردم محلی، رواج استفاده از پوشاک سنتی و تاریخی، استقبال گردشگران از محصولات تاریخی و سنتی
اثرات اقتصادی	افزایش درآمد جامعه محلی، ایجاد شغل های جدید، رونق کسب و کارها و کمک به بهبود اقتصادی محله، خلاقیت و نوآوری در کسب و کار ها، افزایش قیمت ها، جذب سرمایه گذاری های جدید، تامین



<p>کالا و تولیدات هتل بوتیک از منابع محلی، افزایش فرصت اشتغال زنان، تنوع بخشی به اقتصاد محلی، افزایش درآمدهای مالیاتی برای دولت، افزایش مشاغل غیررسمی همچون دستفروشی، برگزاری تورهای جدید، نشت درآمد، انتخاب دوباره هتل بوتیک در سفرهای بعدی، معرفی هتل بوتیک توسط گردشگر به دوستان و آشنایان</p>	
<p>استفاده از مصالح بومی در هتل بوتیک، حساسیت جامعه محلی نسبت به محیط زیست، توسعه پارک‌ها و فضاهای اجتماعی، ایجاد سروصدا در محله، توجه به منظر و زیباسازی محله، مدیریت پسماند و زباله، توجه به لایروبی کانال‌های فاضلاب و جوی‌ها، کاهش زیبایی و اصالت بافت تاریخی و سنتی محله، تراکم جمعیت، آگاهی‌های زیست محیطی، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، رعایت مصرف بهینه انرژی، تغییر کاربری خانه‌های مخروبه اطراف هتل به فعالیتی مرتبط با گردشگری، دفع زباله‌های هتل بوتیک به روش تفکیک، بررسی کیفیت مواد غذایی هتل بوتیک توسط کارشناس، مقاوم سازی، بهداشت محله</p>	<p>اثرات زیست محیطی</p>

## ۴ مطالعه موردی پژوهش

یکی از محلات قدیمی که در منطقه ۱۲ تهران قرار دارد، محله بهارستان است، که هتل بوتیک نظامیه واقع در کوچه نظامیه، در این محله، واقع شده است. عمارت قدیمی نظامیه به جهت خصوصیات سبکی و معماری واجد ارزش فرهنگی و تاریخی بوده و از طرفی به علت احتمال نوسازی که بنا را تهدید می‌کرد، شایستگی ثبت در فهرست آثار ملی را داشته است.

یکی از مناطق مورد بررسی در پژوهش حاضر، منطقه ۱۲ تهران است، که در منابع قرون ۶ و ۷ هجری، مرکز شکل‌گیری شهر تهران بوده است. در این محدوده ارزشمند، ۱۷۷ اثر تاریخی به ثبت رسیده و بیش از این میزان، آثار دارای ارزش تاریخی و فرهنگی در شرف ثبت وجود دارد (راهنمای جامع گردشگری منطقه ۱۲ شهرداری تهران، ۱۳۹۶: ۱۲).



شکل ۱ نقشه موقعیت جغرافیایی هتل بوتیک نظامیه، محله بهارستان واقع در منطقه ۱۲

منبع : Google earth

<sup>1</sup> Comprehensive Tourism Guide of Region 12



یکی از محلات بسیار شناخته شده منطقه ۱۱ تهران، محله شیخ هادی است.

کوچه لولاگر، واقع در محله شیخ هادی، که جزء آثار ثبت شده سازمان میراث فرهنگی و گردشگری است، به علت قرینه بودن ساختمان های آن، شهرت دارد. به این صورت که در برابر هر پنجره، پنجره دیگری و در برابر هر درب، درب مشابه دیگری در آن سوی کوچه قرار دارد. مرمت ساختمان پلاک دو کوچه لولاگر در سال ۱۳۹۵ آغاز شد. خانه پلاک دو این کوچه، که تاریخ ۹۰ ساله اش را در خود نمایان دارد، در سال ۱۳۹۷ به هتل بوتیک حنا تبدیل و افتتاح شد. معماری داخلی این هتل بوتیک، تلفیقی از سبک معماری معاصر ایران و جهان است (سایت رسمی هتل بوتیک حنا).<sup>۴</sup>

بنابراین، این ملک در هفتم آذر ۱۳۸۳ با شماره ۱۱۲۴۴، به ثبت آثار ملی رسید. بنای این عمارت، پس از مرمت، در شهریور ۱۳۹۸ به هتل بوتیک تبدیل و به صورت رسمی افتتاح شد (سایت رسمی هتل بوتیک نظامیه).<sup>۱</sup> مهم ترین هدف از احداث این هتل بوتیک، آشنایی گردشگران خارجی با فرهنگ و سنت های اصیل ایرانی و مهمان نوازی مردم ایران است (میراث آریا، ۱۳۹۸: ۱).<sup>۲</sup>

منطقه دیگری که مورد توجه این پژوهش قرار گرفت، منطقه ۱۱ کلان شهر تهران است، که به علت وجود مکان های حکومتی خاص و سفارتخانه ها، اهمیت زیادی دارد. وجود خانه های تاریخی دارای معماری خاص دوره قاجاریه و قرار داشتن چندین موزه و کلیسا در این منطقه، همگی نشان از اهمیت آن به لحاظ گردشگری است (پریزادی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۲).<sup>۳</sup>



شکل ۲ نقشه موقعیت جغرافیایی هتل بوتیک حنا، محله شیخ هادی واقع در منطقه ۱۲ تهران تهران

منبع: Google earth

<sup>3</sup> Parizadi

<sup>4</sup> The official website of Hana Boutique Hotel

<sup>1</sup> The official website of Nezamiyeh Boutique Hotel

<sup>2</sup> Aria Heritage News Agency

در بخش یافته های توصیفی، بر اساس اطلاعات به دست آمده، از بین پاسخگویان به سوالات پرسشنامه جامعه محلی، ۵۵/۶۸ درصد مرد و ۴۴/۳۲ درصد زن هستند، در بین مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک حنا و نظامیه، ۴۶/۲۹ درصد را مرد و ۳۵/۷۱ درصد را زن تشکیل داده اند. در مورد گردشگران نیز، ۴۷/۶۲ درصد مرد و ۵۲/۳۱ درصد زن هستند. از لحاظ وضعیت تاهل بیش تر جامعه محلی، با ۵۷/۶۲ درصد فراوانی، متاهل اند و ۶۴/۲۹ درصد مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک و ۶۷/۶۶ درصد گردشگران، مجرد هستند. از لحاظ سن، در هر سه گروه جامعه آماری بیشترین درصد فراوانی مربوط به پاسخگویانی است که، بین ۲۵ تا ۳۵ سال، سن دارند.

در بخش دوم، به تجزیه و تحلیل داده های آماری، از طریق تحلیل استنباطی داده ها پرداخته، و با استفاده از آزمون کای دو و آزمون کروسکال والیس در نرم افزار SPSS، به بررسی فرضیات تحقیق می پردازیم. با توجه به اینکه در نرم افزار SPSS با انجام تست کولموگروف - اسمیرونوف، فرض نرمال بودن داده ها رد شد. از آزمون ناپارامتریک کروسکال والیس برای مقایسه عامل های اثرات اجتماعی- فرهنگی، اثرات اقتصادی و اثرات زیست محیطی هتل بوتیک های حنا و نظامیه، از منظر سه گروه جامعه آماری، استفاده می کنیم:

از جمله دلایلی که موجب شد هتل بوتیک های حنا و نظامیه برای مطالعه موردی این پژوهش انتخاب شوند؛ (۱). این هتل بوتیک ها در جهت حفاظت و صیانت از مکان هایی تاریخی که به ثبت ملی رسیده اند، مورد بازسازی قرار گرفته و به هتل بوتیک تغییر کاربری داده اند، که این امر یکی از مواردی است که می تواند نقش این هتل بوتیک ها را در بعد اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری شهری تقویت نماید. (۲). ارزشمند بودن موقعیت مکانی این دو هتل بوتیک است که در دو محله بسیار قدیمی و تاریخی تهران واقع شده اند و از لحاظ گردشگری بیشترین بازدید و حضور گردشگران را دارند. بنابراین ضروری است تا تاثیری که این هتل بوتیک ها می توانند از نظر اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی بر توسعه گردشگری منطقه داشته باشند، مورد ارزیابی قرار گیرد.

## ۵ یافته ها و بحث

یافته های پژوهش در دو بخش تنظیم شده اند. در بخش اول اطلاعات مربوط به ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان، شامل: جنسیت، وضعیت تاهل و سن مربوط به جامعه های آماری پژوهش ارزیابی شده است. سپس در بخش دوم، با استفاده از آزمون های آماری، سه فرضیه مطرح شده در پژوهش، مورد بررسی قرار گرفته و نتایج ارائه شده است.



جدول ۴ رتبه ها و میانگین رتبه ها برای سه عامل مورد نظر از دیدگاه جامعه های آماری پژوهش

رتبه ها						
عامل ها	جامعه محلی		گردشگران		مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک	
	حجم نمونه	میانگین رتبه	حجم نمونه	میانگین رتبه	حجم نمونه	میانگین رتبه
اثرات اجتماعی-فرهنگی (گروه ۱)	۳۸۰	۴۲۵/۸۸	۳۰	۲۶/۴۸	۱۴	۲۵/۲۹
اثرات اقتصادی (گروه ۲)	۳۸۰	۷۰۹/۴۲	۳۰	۲۲/۰۷	۱۴	۱۹/۵۴
اثرات زیست محیطی (گروه ۳)	۳۸۰	۴۹۰/۷۰	۳۰	۴۷/۴۵	۱۴	۱۹/۶۸
Total	۱۱۴۰		۹۰		۴۲	

در جدول ۵، رتبه ها و میانگین رتبه ها را برای سه عامل مورد نظر مشاهده می کنید.

جدول ۵ جدول آماره های آزمون کروسکال والیس از نظر سه گروه جامعه آماری پژوهش

آزمون کروسکال والیس			
مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک	گردشگران	جامعه محلی	آماره های آزمون
۲/۰۸۶	۲۴/۰۸۰	۱۷۰/۴۲۱	آماره آزمون کروسکال والیس
۲	۲	۲	درجه آزادی
۰/۳۵۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری

یعنی بین عامل ها اختلاف معنی داری وجود ندارد و دو هتل بوتیک حنا و نظامیه تاثیر یکسانی بر عامل ها دارند.

$$\begin{cases} H_0: \text{اختلافی بین عامل ها وجود ندارد} \\ H_1: \text{اختلاف بین عامل ها وجود دارد} \end{cases}$$

در جدول ۶، با توجه به مقدار معنی داری آزمون کروسکال والیس از نظر جامعه محلی و گردشگران، که برابر با ۰/۰۰ و کمتر از  $a = ۰/۰۵$  می باشد، فرض صفر رد می شود، یعنی بین عامل ها اختلاف معنی داری وجود دارد و هتل بوتیک های حنا و نظامیه تاثیر یکسانی بر سه عامل ندارند. اما از نظر مدیران و پرسنل این دو هتل بوتیک، با توجه به مقدار معنی داری آزمون، که برابر با ۰/۳۵۲ و بیشتر از  $a = ۰/۰۵$  می باشد، فرض صفر پذیرفته می شود،

## ۵/۱ بررسی فرضیه اول با استفاده از آزمون کای دو

برای آزمون فرضیه اول (وجود رابطه دو هتل بوتیک و بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری) با استفاده از آزمون استقلال کای-دو، ابتدا فرضیه های آزمون را می نویسیم:

$$\begin{cases} H_0: R = 0 \\ H_1: R \neq 0 \end{cases}$$

در جدول ۷، نتایج آزمون کای دو، شامل ضریب همبستگی پیرسن آزمون کای دو، نسبت احتمال و وابستگی، محاسبه و نمایش داده شده اند. از نظر هر سه گروه جامعه آماری، با توجه به مقدار سطح معنی داری ضریب همبستگی پیرسن که برابر با ۰/۰۰ و کمتر از مقدار ۰/۰۵ = a، می باشد، فرض صفر رد می شود و می پذیریم که، بین نقش هتل بوتیک های حنا و نظامیه و بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری، رابطه وجود دارد و در واقع می توان گفت متغیر مستقل (هتل بوتیک های حنا و نظامیه) بر متغیر وابسته (بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری)، تاثیرگذار است.

فرض صفر، بیانگر صفر بودن مقدار ضریب همبستگی و در نتیجه عدم وجود رابطه بین هتل بوتیک های حنا و نظامیه و بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری می باشد، فرض مقابل نیز بیانگر وجود رابطه و در نتیجه تاثیرگذاری دو هتل بوتیک بر بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری است.

جدول ۶ آزمون کای دو برای بررسی فرضیه اول

	جامعه محلی			مدیر و پرسنل				گردشگران				
	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه
ضریب همبستگی پیرسن آزمون کای دو	a۱۸۴.۱۰۳۶	۵۴۶	۰۰۰/۰	تایید ۱H	a۷۵۰.۷۸	۷۲	۰۰۰/۰	تایید ۱H	a۳۷۱.۹۲	۸۰	۰۰۰/۰	تایید ۱H
نسبت احتمال	۰۷۴/۵۲۳	۵۴۶	۷۵۳/۰		۸۹۴/۴۷	۷۲	۹۸۷/۰		۹۵۷/۵۵	۸۰	۹۸۱/۰	
وابستگی خط به خط	۹۳۱/۱۵۶	۱	۰۰۰/۰		۰۴۰/۸	۱	۰۰۵/۰		۶۶۲/۹	۱	۰۰۲/۰	
حجم نمونه	۳۸۰				۱۴				۳۰			

از آزمون استقلال کای-دو، ابتدا فرضیه های آزمون را می نویسیم:

$$\begin{cases} H_0: R = 0 \\ H_1: R \neq 0 \end{cases}$$

## ۵/۲ بررسی فرضیه دوم با استفاده از آزمون کای دو

برای آزمون فرضیه دوم (وجود رابطه دو هتل بوتیک و بعد اقتصادی توسعه گردشگری شهری) با استفاده



شهری رابطه وجود دارد و در واقع می توان گفت متغیر مستقل (هتل بوتیک

های حنا و نظامیه) بر متغیر وابسته (بعد اقتصادی توسعه گردشگری)، تاثیرگذار است. اما از نظر گردشگران، با توجه به مقدار سطح معنی داری ضریب همبستگی پیرسن که برابر با ۰/۱۲۸ و بیشتر از مقدار  $a = 0/05$  می باشد، فرض صفر را تایید کرده و می پذیریم که بین نقش هتل بوتیک های حنا و نظامیه و بعد اقتصادی توسعه گردشگری شهری رابطه وجود ندارد و در واقع می توان گفت متغیر مستقل (هتل بوتیک های حنا و نظامیه) بر متغیر وابسته (بعد اقتصادی توسعه گردشگری شهری)، تاثیرگذار نیست.

فرض صفر، بیانگر صفر بودن مقدار ضریب همبستگی و در نتیجه عدم وجود رابطه بین هتل بوتیک های حنا و نظامیه و بعد اقتصادی توسعه گردشگری شهری می باشد، فرض مقابل نیز بیانگر وجود رابطه و در نتیجه تاثیرگذاری دو هتل بوتیک بر بعد اقتصادی توسعه گردشگری شهری است.

با توجه به جدول ۸، از نظر جامعه محلی و مسئولین دو هتل بوتیک، با توجه به مقدار سطح معنی داری ضریب همبستگی پیرسن که برابر با ۰/۰۰ و کمتر از مقدار  $a = 0/05$  می باشد، فرض صفر را رد کرده و می پذیریم که بین نقش هتل بوتیک های حنا و نظامیه و بعد اقتصادی توسعه گردشگری

جدول ۷ آزمون کای دو برای بررسی فرضیه سوم

	جامعه محلی				مدیر و پرسنل				گردشگران			
	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه
ضریب همبستگی پیرسن آزمون کای دو	۰۸۰۷۹۳/۰۶	۵۴۶	۰۰۰/۰	تایید ۱H	۰۲۶۷/۵۲	۴۸	۰۰۰/۰	تایید ۱H	۰۶۵۳/۹۲	۸۰	۱۵۸/۰	تایید ۰H
نسبت احتمال	۰۳۸۱/۴۳۹	۵۴۶	۰۰۰/۱		۰۰۷۱/۳۹	۴۸	۰۱۱۷/۰		۰۷۷۵/۵۶	۸۰	۰۹۷۷/۰	
وابستگی خط به خط	۰۸۹۷/۸۹	۱	۰۰۰/۰		۰۵۵۸/۴	۱	۰۰۳۳/۰		۰۳۵۹/۳	۱	۰۰۶۷/۰	
حجم نمونه	۳۸۰				۱۴				۳۰			

برای آزمون این فرضیه (وجود رابطه دو هتل بوتیک و بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری) با استفاده از آزمون استقلال کای-دو، ابتدا فرضیه های آزمون را می نویسیم:

$$\begin{cases} H_0: R = 0 \\ H_1: R \neq 0 \end{cases}$$

### ۵/۳ بررسی فرضیه سوم با استفاده از آزمون کای دو

فرضیه ۳). هتل بوتیک های حنا و نظامیه در بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری تاثیرگذارند.



گردشگری شهری رابطه وجود دارد و در واقع می توان گفت متغیر مستقل (هتل بوتیک های حنا و نظامیه) بر متغیر وابسته (بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری)، تاثیرگذار است. اما از نظر گردشگران، با توجه به مقدار سطح معنی داری ضریب همبستگی پیرسن که برابر با ۰/۱۵۸ و بیشتر از مقدار  $a = 0/05$  می باشد، فرض صفر را تایید کرده و می پذیریم که بین نقش این دو هتل بوتیک و بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری رابطه وجود ندارد و در واقع می توان گفت متغیر مستقل (هتل بوتیک های حنا و نظامیه) بر متغیر وابسته (بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری)، تاثیرگذار نیست.

فرض صفر، بیانگر صفر بودن مقدار ضریب همبستگی و در نتیجه عدم وجود رابطه بین هتل بوتیک های حنا و نظامیه و بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری می باشد، فرض مقابل نیز بیانگر وجود رابطه و در نتیجه تاثیرگذاری دو هتل بوتیک بر بعد زیست محیطی توسعه گردشگری شهری است.

بر طبق جدول ۹، از نظر جامعه محلی و مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک، با توجه به مقدار سطح معنی داری ضریب همبستگی پیرسن که برابر با ۰/۰۰ و کمتر از مقدار  $a = 0/05$  می باشد، فرض صفر را رد کرده و می پذیریم که بین نقش هتل بوتیک های حنا و نظامیه و بعد زیست محیطی توسعه

جدول ۸ آزمون کای دو برای بررسی فرضیه سوم

	جامعه محلی				مدیر و پرسنل				گردشگران			
	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	نتیجه بررسی فرضیه
ضریب همبستگی پیرسن آزمون کای دو	۰۸۰۷۹۳	۵۴۶	۰۰۰/۰	تایید ۱H	۰۲۶۷۰۵۲	۴۸	۰۰۰/۰	تایید ۱H	۰۶۵۳۰۹۲	۸۰	۰۱۵۸/۰	تایید ۰H
نسبت احتمال	۳۸۱/۴۳۹	۵۴۶	۰۰۰/۱		۰۷۱/۳۹	۴۸	۰۱۱۷/۰		۰۷۷۵/۵۶	۸۰	۰۹۷۷/۰	
وابستگی خط به خط	۰۸۹۷/۰۸۹	۱	۰۰۰/۰		۰۵۵۸/۴	۱	۰۰۳۳/۰		۰۳۵۹/۳	۱	۰۰۶۷/۰	
حجم نمونه	۳۸۰				۱۴				۳۰			

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

توسعه گردشگری شهر تهران، از منظر جامعه محلی، گردشگران و مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک، بررسی شد. نتایج حاکی از آن است که، با توجه به بررسی فرضیات پژوهش از نظر دو گروه جامعه محلی و مدیران و پرسنل دو هتل بوتیک، مشخص شد که، هتل بوتیک های حنا و نظامیه در ابعاد اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی، در زندگی جامعه محلی تاثیرگذار هستند، که این مورد

## ۶ جمع بندی و نتیجه گیری

هتل بوتیک به عنوان نسل جدید مراکز اقامتی، می تواند علاوه بر جذب گردشگر، تاثیر زیادی را بر ابعاد اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی، محیط های شهری ایفا کند و باعث توسعه گردشگری شهری در جامعه مقصد شود. در این پژوهش نقش هتل بوتیک های حنا و نظامیه در

خانه تاریخی حاج شیخ با رویکرد احیای فضای داخلی به هتل بوتیک" مشابهت دارد، زیرا آنان معتقدند باز زنده سازی خانه های تاریخی و تغییر کاربری به هتل بوتیک به عنوان یک راهبرد حفاظتی برای این اماکن تاریخی است و در نتیجه در بعد اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری شهری تاثیرگذار است. همچنین نتایج این تحقیق در بعد اقتصادی، از نظر جامعه محلی و مسئولین دو هتل بوتیک، با پژوهش تازیکه و باستانی(۱۳۹۸)، با عنوان "هتل بوتیک، جاذبه های گردشگری شهری" مشابه است، زیرا آنان معتقد بودند گسترش رویکرد به هتل بوتیک ها در کشور راهی مناسب برای بهبود وضعیت کسادی بازار هتل ها و رونق اقتصاد گردشگری است. در بعد زیست محیطی، نتایج این تحقیق، از نظر جامعه محلی و مسئولین دو هتل بوتیک، با تحقیق بزرگ چنایی(۱۳۹۴)، با عنوان "معماری پایدار در طراحی هتل بوتیک با محوریت توسعه بوم گردشگری پایدار" تا حدودی مشابه است. زیرا نتایج تحقیق وی نیز حاکی از این است که احداث مراکز اقامتی و هتل هایی با طراحی پایدار و لوکس در نزدیکی جاذبه های گردشگری، مهم ترین راهبرد در توسعه بوم گردشگری پایدار است و این امر نقش هتل بوتیک ها را در بعد زیست محیطی توریسم شهری پر رنگ می کند.

در راستای توجه هر چه بیش تر به بخش هتل بوتیک ها، پیشنهاد های کاربردی زیر به مسئولین اجرایی ارائه می شود:

(الف). ارائه برنامه های آموزشی برای مدیران هتل بوتیک ها در جهت مدیریت پایدار این نوع از اقامتگاه ها

(ب). معرفی ظرفیت های فعال کشور جهت گسترش هتل بوتیک و توسعه برنامه های تبلیغاتی

(ج). توجه به مزیت رقابتی این بخش در مقایسه با بوم گردی ها در جهت اشتغال و کسب درآمد برای جامعه محلی

زمینه ای مساعد برای دستیابی به مفهوم توسعه گردشگری شهری فراهم می کند. اما باید یادآور شد که این توسعه در ابعاد اقتصادی و زیست محیطی، از نقطه نظر گردشگران محسوس نیست و از نظر آنان، هتل بوتیک های حنا و نظامیه، فقط در بعد اجتماعی- فرهنگی توسعه گردشگری شهری، تاثیرگذار هستند و تاثیر چندانی بر دیگر ابعاد ندارند. علت این امر را می توان به دلیل عدم اطلاع از فعالیت های مرتبط با حفاظت از محیط زیست این هتل ها دانست. در مورد اثرات اقتصادی نیز علت را می توان در اثر همه گیری بیماری کرونا و خلوت بودن هتل ها در این ایام دید. لازم است در این راستا برنامه ریزی هایی در جهت تبلیغات و بالابردن آگاهی های گردشگران در مورد آشنایی با فعالیت های زیست محیطی این هتل ها و همین طور تاثیرات اقتصادی آن ها در منطقه اشاره و تمایز این نوع از هتل ها با هتل های بزرگ تر را از نظر فلسفه و کارکرد آنها تبیین کرد. در این صورت می توان مشارکت های بیشتری از گردشگران و مهمانان این هتل ها در راستای تحقق به اهداف پایداری هتل ها و توسعه گردشگری شهری منطقه جلب کرد. از سوی دیگر باید حمایت های بیشتری در جهت آموزش و کمک به مدیران این اقامتگاه ها برای مدیریت هرچه پایدارتر این مراکز گردشگری، انجام گیرد.

نتایج آزمون کروسکال والیس نیز، برای سه گروه جامعه آماری پژوهش نشان داد، که از نظر جامعه محلی و گردشگران، بین ابعاد اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی اثرات دو هتل بوتیک، اختلاف معنی داری وجود دارد و هتل بوتیک های حنا و نظامیه تاثیر یکسانی بر سه عامل ندارند. ولی از نظر مسئولین دو هتل بوتیک، در بین ابعاد فوق اختلاف معنی داری وجود ندارد و هتل بوتیک های حنا و نظامیه تاثیر یکسانی بر عامل ها دارند.

نتایج این تحقیق، در بعد اجتماعی- فرهنگی، از نظر سه گروه جامعه آماری، با پژوهش دادخواه و کاظمی(۱۳۹۳)، تحت عنوان "تغییر کاربری انطباقی

## تقدیر و تشکر

تشکر ویژه از:

ریاست محترم جامعه هتلداران کشور ایران،  
جناب آقای دکتر جمشید حمزه زاده  
مدیران و پرسنل محترم هتل بوتیک های حنا و  
نظامیه تهران

## سهم نویسندگان

- کمک قابل توجه در طراحی مطالعه و تحلیل یا تفسیر داده های آن : دکتر ایمنی قشلاق و اشقلی فراهانی
- تهیه پیش نویس مقاله یا اصلاح نمودن آن : دکتر ایمنی قشلاق و اشقلی فراهانی
- تصویب نهایی نسخه آماده شده برای چاپ : دکتر ایمنی قشلاق
- پاسخ گو بودن در تمام جنبه های پژوهشی : دکتر ایمنی قشلاق و اشقلی فراهانی

## منابع

- Ahmadi, Shokoofeh (1393). Boutique Hotel, Stylish and Intimate, Travel Magazine, Digital Edition at the Regional Science and Technology Information Center: [www.ricest.ac.ir](http://www.ricest.ac.ir). (in persian)
- Aria Heritage News Agency (1398). The pleasant taste of old Tehran in Nezamieh, written by Zahra Aqlmand, aban 9, News ID: 1398.8.24: [www.chtn.ir/news/1398080924/](http://www.chtn.ir/news/1398080924/). (in persian)
- Azimzadeh, (1398). Cities empty of hotel boutiques, Shahr-e-Omid and Zandegi newspaper, Shahr-e-Ara, 13 Aban, No. 2961, p. 11: [www.shahraranews.ir](http://www.shahraranews.ir).(in persian)
- Bozorge Chennai, Sahar (1394). Sustainable architecture in the design of a boutique hotel with a focus on tourism eco development, case study: Guilan Art and Nature Boutique Hotel, Supervisor: Vahid Afshin Mehr, Master Thesis, Field: Architecture, Faculty of Architecture and Urban Planning, Payame Noor University. (in persian)
- Comprehensive tourism guide of region 12, historical context of Tehran (1396). Work from the Municipality of District 12 of Tehran: [www.tehranfestival.com](http://www.tehranfestival.com).(in persian)
- Dadkhah, Nasim, Kazemi, Mehroosh (1397). Adaptive change of use of Haj Sheikh historical house with the approach of reviving the interior of the boutique hotel, conference on civil engineering, architecture and urban planning of the countries of the Islamic world. (in persian)
- Dall Agnol, N, S, C. & Nakatani, M, S, M. (2018). Hotel Boutique: Apontamentos Sobre Os Diferentes Conceitos e Características. Revista Rosa Dos Ventos Turismo e Hospitalidade, 10 (3), pp558-577, Doi: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i3p558>



- Eirini Angelopoulou, Athanasia. (2021). The Value of Hospitality in Boutique Hotels: An Exploratory Case Study, Supervisor: Dr. Eleni Mavragani, A thesis submitted for the degree of Master of Science (MSc) in Hospitality and Tourism Management, School OF HUMANITIES, SOCIAL SCIENCES AND ECONOMICS, INTERNATIONAL HELLENIC UNIVERSITY, Thessaloniki-Greece.
- Faghfourian, Mahsa (1391). Investigating the role of boutique hotels in attracting tourists for economic development of cities, case study: Laleh Kandovan Rock Hotel, 4th Conference on Urban Planning and Management, ordibehesht 20 and 21, Holy Mashhad. (in persian)
- Haghzadeh, Ameneh, Azimi Yoshanloui, Iraj, Ramezanipour, Mehrdad, Bozorgmehr, Kia (1399). Negative Consequences of Urban Tourism Development in District 22 of Tehran from the Perspective of Citizens and Experts, Journal of Spatial Planning and Planning, Volume 24, Number 2, pp 199-171.(in persian)
- Hatami Nejad, Hossein, Sharifi, Amir (1394). Investigating the Role of Urban Tourism Development on Sustainable Urban Development, Case Study: Sanandaj, Urban Tourism Journal, Volume 2, Number 1, pp. 74-61. (in persian)
- Hesam, Mehdi, Momen, Narjis (1399). Investigating the distribution of urban hotels in Iran, Quarterly Journal of Tourism Planning and Development, Volume 9, Number 35, pp. 286-300. (in persian)
- Imani Khoshkhoo, Mohammad Hossein, Alizadeh, Valiullah (1394). Economics and Tourism Policy, Tehran, University Jihad Research Institute for Humanities and Social Studies.(in persian)
- Inskeep, Edward (1398). Tourism Planning, an Integrated and Sustainable Approach to Tourism Planning and Development, Translated by Mahmoud Hassanpour and Saeed Daghestani, Fourth Edition, Tehran, Mahkameh Publications(in persian)
- Jahanian, Manouchehr, Ghelichkhani, Elham, Haj Mirzai Sarraf, Ebrahim (1397). The role of Kandovan boutique hotel in the economic development of the local community, the third international conference on tourism, geography and clean environment. (in persian)
- Kazemi, Omid Reza (1398). The file of boutique hotels, shahrivar 27, Rahbalad tourism media: <https://t.me/Rahbalad/12039>(in persian)
- Kazemi, Omid Reza (1399). Hotel boutiques and lifestyle-based hotels, emerging definitions: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6673974890992816130/>(in persian)
- Kumar, A. (2017). Cultural and Heritage Tourism: A tool for Sustainable Development, Global Journal of Commerce and Management Perspective, N6, PP. 56-59.
- Lee, ChienChing, Lam, Christina. (2021). Curating Authentic Hospitality in a Local Boutique Hotel, Muma Case Review 6, 001-015. [View at informingscience.org](http://View at informingscience.org)

- Malcheva, M. (2019). Green Boutique Hotels- Marketing and Economic Benefits, *Izvestia Journal of The Union of Scientists- Varna*. PP. 179-187.
- Moraleda, L. & Ibanez, C. & Mazon, M. & molinero, T. (2019). Willingness to Pay More to stay at A Boutique Hotel with an Environmental Management System, A Preliminary Study in Spain, *Sustainability Journal*, 11, PP. 1-15.
- Navai, Reza (1398). *Tourism Development Planning and Policy-Making*, Tehran, Mahkameh Publications. (in persian)
- Nazarizadeh, Behnam, Al-Modarresi, Seyed Ali, Khabazi, Mustafa (1400). Explaining the structural model of urban tourism brand with emphasis on branding components, case study of Shahdad, *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, Volume 10, Number 36, pp. 128-147. (in persian)
- Parchakani, Parvaneh (1395). What is the urban tourism landscape, *Oriental Art and Civilization Quarterly*, Volume 4, Number 13, pp. 59-52. (in persian)
- Postma, A. & Buda, D, M. & Gugerell, K. (2017). The Future of City Tourism, *Journal of Tourism Futures*, Vol, 2, PP. 95-101.
- Pouyanzadeh, Nastaran, Zargar, Mojtaba (1394). Library boutique hotel in Iran, a new experience for literary tourists, the first national conference on tourism management, nature tourism and geography. (in persian)
- Prizadi, Taher, Zanganeh, Ahmad, Fakhri Pourmohammadi, Afsaneh (1396). Strategic Development of Urban Neighborhoods, Case Study: Tehran Metropolitan Area 11, *Quarterly Journal of Urban Management Studies*, Ninth Year, No. 31, pp. 100-87. (in persian)
- Qahramani Fard, Hossein, Hosseinzadeh Dalir, Karim, Mousavi, Mir Saeed (1400). Recognition and evaluation of vital drivers affecting the future of tourism development, a case study: Tabriz metropolis, *Urban Tourism Quarterly*, Volume 8, Number 1, pp. 67-82. (in persian)
- Rahmati, Mansour, Pashazadeh, Asghar (1400). Identifying the key drivers of tourism in Sarein, *Journal of Tourism Planning and Development*, Volume 10, Number 36, pp. 249-272. (in persian)
- Rahmayanti, K, Rachmayanti, I, and Wulandari, A,A,A. (2020). Revitalization of Kerta Niaga Kota Tua building in Jakarta as a boutique hotel, *International Conference on Biospheric Harmony Advanced Research 2020*, IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 729 (2021) 012054  
[doi:10.1088/1755-1315/729/1/012054](https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012054)
- Saarinen, J. (2019). Communities and Sustainable Tourism Development: Community Impacts and Local Benefit Creation in Tourism, *A Research Agenda for Sustainable Tourism*, pp. 206-222. Dol: [10.4337/9781788117104.00020](https://doi.org/10.4337/9781788117104.00020)
- Tazikeh, Mahla, Bastani, Mahyar (1398). Hotel boutique focusing on the development of tourism in Gorgan, the second international conference on technology and





innovation in engineering and technology. (in persian)

The official website of Hana Boutique Hotel:  
[www.hannaboutiquehotel.com](http://www.hannaboutiquehotel.com)

The official website of Nezamiyeh Boutique Hotel:  
[www.nezamiyeh.com](http://www.nezamiyeh.com)

Yazdanpanah, Zeinab, Jafari Mehrabadi, Maryam, Shokrgzar, Asghar (1399). Investigating the Factors Affecting the Desirability of Sidewalks with an Urban Tourism Approach, Case Study: Sidewalks in the Central Area of Rasht, Journal of Tourism Planning and Development, Volume 9, Number 1, pp 73-86. (in persian)

