

Research Paper

Analysis of factors affecting tourists' satisfaction with tourism destinations in Kurdistan provinceAli Movahed¹, Parisa Allahverdi² Moslem Ghasemi³

1. Associate Professor, Department of Geography and Tourism Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran.
2. Master student of Geography and Tourism Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran.
3. Assistant Professor, Department of Geography and Tourism Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran.

Received: 14 December 2020**Accepted:** 11 May 2021**PP:** 45-60

Use your device to scan and read the article online

**Keywords:**

Tourist Satisfaction, Loyalty, Tourism Services, Tourism Destination, Kurdistan Province.

Abstract

It is necessary to develop tourism in each region, to measure the level of tourists' satisfaction and to know the dimensions and factors affecting it. Tourist satisfaction is an important indicator of their loyalty and understanding of their intention to return and offer a destination to others. Kurdistan province has the ability to become a major tourist area due to its natural and historical-cultural attractions. Accordingly, in the present study, the level of tourists' satisfaction with the tourism destination of Kurdistan province and the effective factors in it have been studied. The present study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in nature. Data collection is based on library and field studies. The statistical population of the study includes tourists who visited Kurdistan province in 2019. Finally, using the Cochran's formula, 160 questionnaires were used as research criteria. The research indicators were determined using the subject literature and similar internal and external studies. Data analysis was performed using SPSS software and one-sample t-test, Mann-Whitney and Pearson correlation. The results show that the level of tourists' satisfaction with facilities and services is below average and at a low level. Also, although the tourist attractions of Kurdistan province have been able to satisfy tourists, but due to poor services and amenities, tourist satisfaction is at a low level. The results also showed that the level of satisfaction of men is higher than the group of women and there was no significant difference between the age and education of tourists and their satisfaction; but there is a significant relationship between the job and economic status of tourists and their satisfaction.

Citation: Movahed, A; Allahverdi, P and Ghasemi.M (2023): Analysis of factors affecting tourists' satisfaction with tourism destinations in Kurdistan province, Journal of Regional Planning, Vol 12, No 48, PP:45-60.**DOI:** 10.30495/JZPM.2021.25160.3668**DOR:** 20.1001.1.22516735.1401.12.48.4.8* **Corresponding author:** Ali Movahed**Address:** Associate Professor, Department of Geography and Tourism Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran.**Tell:** +98 9127656612**Email:** Movahed@khu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

One of the main factors in the development of tourism in any region is the satisfaction of tourists. Given the multiplicity of needs of tourists as factors in attracting and developing tourism, the development of this sector requires the recognition of these needs and their provision by the destination. Any shortcoming in the provision of services will reduce the number of tourists. For successful marketing of a tourist destination, the level of customer and tourist satisfaction must be maximized. A mental image of a tourist destination is a factor that tourists pay attention to when choosing a destination. It is necessary to obtain the satisfaction of tourists by measuring their satisfaction and recognizing the dimensions and factors affecting it. Kurdistan province has the potential to become a major tourist destination in order to meet the needs of the region to provide development. It is necessary to meet the needs of tourists, to be aware of the level of satisfaction of tourists and its various dimensions. Accordingly, the purpose of this study is to investigate the level of tourists' satisfaction with the tourism destination of Kurdistan and its effective factors.

Methodology

The present study was applied in terms of purpose and descriptive-analytical in nature. Its data were collected by documentary-field method in a survey and completing a questionnaire. The statistical population of the study includes tourists who visited Kurdistan province in 1397. Determination of sample size was determined by Cochran's method of 220 samples and after removing incomplete and distorted questionnaires, 160 questionnaires were used.

Research indicators have been determined using the subject literature and similar internal and external studies. Thus, after reviewing several domestic and foreign studies, the indices that had the highest frequency were selected. Then, the research indicators were approved by familiar professors and experts on the subject. The validity of the questionnaire was determined by interviewing experts and experts familiar with the subject and reliability was obtained by Cronbach's alpha method of

0.91, which indicates the high reliability of the data. Data analysis was performed using SPSS software and one-sample t-test, Mann-Whitney and Pearson correlation. The study area in this study is Kurdistan province. Kurdistan province has 8 cities, 12 counties, 21 districts, 78 villages and 1765 inhabitants. The cities of this province are: Baneh, Bijar, Divandere, Saqez, Sanandaj, Qorveh, Kamyaran and Marivan. At present, Kurdistan province, with a collection of cities, villages and nomads that are dismantled and settled in other parts of the country, has become one of the areas in the west of the country and is fully available for tourist resorts.

Results and Discussion

The most important motivation for traveling to Kurdistan province was to visit its ecotourism attractions and to visit friends and acquaintances. The most important factor for tourists to enter this province is due to its suitable climate, and also those who have traveled to this province in the past have been interested in future trips. The most important ecotourism attraction in traveling to Kurdistan province among the sample community is related to the suitable climate, beautiful and pristine landscapes and valleys and plains of this province. The highest level of tourist satisfaction was related to the indicators of traffic, the way the people of the region treat tourists and the status of electronic payment services, and the lowest level of satisfaction was among the indicators of tourist guidance, accommodation and welfare facilities and recreational facilities around attractions. In general, the average satisfaction of tourists with facilities and facilities is 2.7, which is lower than average. Also, the level of significance less than 0.01 in the T test shows that the difference between the level of tourists' satisfaction with the services and facilities is quite significant. The results of Mann-Whitney test show that there is a significant difference between satisfaction with services and facilities among the group of men and women who have visited the region and the average satisfaction of men has been higher than the average of women. The relationship between tourists' satisfaction with their age, literacy, education and economic

status showed that there is no correlation between tourists' age and education and satisfaction. But there is a correlation between the economic status of tourists and their satisfaction at the level of 99% and their economic status at the level of 95%.

Conclusion

Tourists' satisfaction with tourism destinations leads to their loyalty and leads to revisits and recommendations to others. It is necessary to develop tourism in each country and region to obtain the satisfaction of tourists and awareness of their opinions. In this study, the satisfaction of tourists in different dimensions of tourism in Kurdistan province was studied. Findings showed that the level of satisfaction between men and women is significantly different. Men are more satisfied than women. This is due to the higher sensitivity and expectations of women in health and welfare matters than men. Also, there was no significant difference between the age and education of tourists and their satisfaction; But there was a significant relationship between tourists' job status and

their satisfaction at the level of 99% confidence. As the average satisfaction among the student group was the highest and government work was the lowest. There was a significant relationship between the economic situation of tourists and their satisfaction at the level of 95% and with the improvement of the economic situation of tourists, their satisfaction has decreased. The research results show that the most important motivation for traveling to this province is to visit ecotourism attractions. The most important factor for tourists to enter this province is due to its suitable climate. People who have traveled to this province in the past have also been eager for future trips. Among the ecotourism attractions of the region, the pleasant climate and pristine natural landscapes have been more attractive for tourists. The results also showed that the level of tourists' satisfaction with the facilities and services is lower than average and is generally low. Although tourist attractions have been able to satisfy tourists, but in general due to poor services and amenities, tourist satisfaction is at a low level.

تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از مقصد گردشگری استان کردستان

علی موحد^{۱*}، پرینسا الله وردی^۲، مسلم قاسمی^۳

۱. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۲. دانشجوی کارشناسی‌ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۳. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

چکیده

لازمه توسعه گردشگری در هر منطقه، سنجش میزان رضایت گردشگران و شناخت ابعاد و عوامل اثرگذار بر آن است. رضایت گردشگران شاخص مهمی برای وفاداری آنان و پی بردن به قصد آنان برای بازگشت و پیشنهاد مقصد به دیگران است. استان کردستان به واسطه برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و تاریخی - فرهنگی توانایی تبدیل شدن به منطقه بزرگ گردشگری را دارا است. بر این اساس در پژوهش حاضر به بررسی میزان رضایت گردشگران از مقصد گردشگری استان کردستان و عوامل مؤثر در آن پرداخته شده است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی است. گردآوری اطلاعات مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه آماری تحقیق شامل گردشگرانی است که در سال ۲۰۱۹ از استان کردستان دیدن کرده‌اند که در نهایت با بهره‌گیری از فرمول کوکران، ۱۶۰ پرسشنامه ملاک پژوهش قرار گرفت. شاخص‌های تحقیق با استفاده از ادبیات موضوع و مطالعات مشابه داخلی و خارجی تعیین گردید. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون‌های T تک نمونه‌ای، من ویتنی و همبستگی پیرسون صورت گرفته است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که میزان رضایت گردشگران از امکانات و خدمات کمتر از میانگین و در سطح پایینی است. همچنین باوجودی که جاذبه‌های گردشگری استان کردستان توانسته رضایت گردشگران را به دست آورد، اما به دلیل ضعف در خدمات و امکانات رفاهی، رضایت گردشگران در سطح پایینی قرار دارد. همچنین نتایج نشان داد که میزان رضایت مردان بیشتر از گروه زنان است و میان سن و تحصیلات گردشگران و رضایت آنان تفاوت معناداری وجود نداشته است؛ اما میان وضعیت شغلی و اقتصادی گردشگران و میزان رضایت آنان رابطه معناداری وجود دارد.

تاریخ دریافت: ۲۴ آذر ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش: ۲۱ اردیبهشت ۱۴۰۰

شماره صفحات: ۴۵-۶۰

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



واژه‌های کلیدی:

نابرابری سلامت، تعیین‌کننده‌های اجتماعی سلامت، نابرابری فضایی، تحلیل فضایی، استان‌های ایران.

استناد: موحد، علی؛ الله وردی، پرینسا؛ قاسمی، مسلم (۱۴۰۱): تحلیل عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از مقصد گردشگری استان

کردستان، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۱۲، شماره ۴۸، مردودشت: صص ۴۵-۶۰

DOI: 10.30495/JZPM.2021.25160.3668

DOR: 20.1001.1.22516735.1401.12.48.4.8

* نویسنده مسؤل: علی موحد

نشانی: دانشیار گروه اقتصاد، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

تلفن: ۰۹۱۲۷۶۵۶۶۱۲

پست الکترونیکی: Movahed@khu.ac.ir

مقدمه

گردشگری از منابع اصلی ارزآوری و ایجاد اشتغال و درآمد برای کشورها محسوب می‌شود و نقش آن در توسعه بر کسی پوشیده نیست (Movahed et al., 2014, p.187). یکی از عوامل اساسی در توسعه گردشگری در هر منطقه‌ای، کسب رضایت گردشگران است. با توجه به تعدد نیازهای گردشگران به عنوان عوامل جذب و توسعه گردشگری، توسعه این بخش مستلزم شناخت این نیازمندی‌ها و تأمین آن از سوی مقصد است (Ebrahimipour et al., 2011, P.70). توسعه گردشگری مستلزم تحلیل وضعیت زیرساخت‌ها و تسهیلات، شناخت نیازمندی‌های آن و تأمین آن از سوی مقصد است (Ghadiri and Haj Ismaili., 2017, P.300). ارائه خدمات، باعث کاهش گردشگران می‌شود. برای بازاریابی موفق یک مقصد گردشگری، باید سطح رضایت مشتریان و گردشگران به حداکثر ممکن برسد (Cam, 2011, P.70). رضایت گردشگران موضوعی است که در اکثر تحقیقات گردشگری مورد توجه قرار می‌گیرد؛ زیرا رضایت گردشگران منجر به وفاداری آنان شده و باعث بازدید مجدد می‌شود (Zhang., et al, 2014, P.213). تجربیات گردشگران در بازدید از یک منطقه خاص و نیز احساساتی که به آن‌ها در طول بازدید و پس از آن دست می‌دهد، اهمیت بسیاری داده شده است (Shohani et al., 2016, p.88). کیفیت تجربه گردشگر می‌کند تأثیر معنی‌داری بر ارزش درک شده، رضایت و تمایلات رفتاری گردشگران در مقاصد گردشگری دارد (Ghorbanzadeh et al., 2020, p.246). در واقع تصویر ذهنی از مقصد گردشگری عاملی است که گردشگران در هنگام انتخاب یک مقصد مورد توجه قرار می‌دهند. لازم است کنترل و یا مدیریت صحیح تصویر ذهنی نسبت به یک مقصد گردشگری داشتن آگاهی صحیح از علائق، انتظارات و خواسته‌های گردشگران است (Farahani et al., 2016, p.21). به عبارت دیگر لازم است کسب رضایت گردشگران سنجش میزان رضایت آنان و شناخت ابعاد و عوامل اثرگذار بر آن است (Han, 2001, P.22). انتظار گردشگران از منطقه بر اساس سفرهای قبلی، تبلیغات، تشویق دیگران شکل می‌گیرد. کیفیت خدمات، کیفیت تسهیلات و ارزش‌های دریافت شده و ادراک شده تأثیر مستقیمی بر کیفیت سفر، تجربه گردشگری و سطح تقاضای آن‌ها در آینده دارد (Uysal, 2003, P.8). رضایت گردشگران شاخص مهمی برای پی بردن به مقصد آنان برای بازگشت و پیشنهاد مقصد به دیگران است و گردشگران راضی تمایل به در میان گذاشتن تجربه‌های مثبت از سفر با دوستان و آشنایان دارند و لذا در جذب گردشگران

جدید اثرگذار است (Helena et al., 2019, p. 2). امکان بازگشت مجدد گردشگران بستگی به میزان رضایت آن‌ها از مقصد دارد و تأمین رضایت آنان به نوبه خود وفاداری آن‌ها را به مقصد افزایش خواهد داد. در اثر این کنش و واکنش‌ها چرخه تکاملی و سیکل فزاینده‌ای ایجاد خواهد شد که نتیجه آن بهره‌مندی مقصد از منابع حاصل از آن در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خواهد بود (Vosoughi et al., 2011, p.2). با توجه به اینکه صنعت گردشگری، صنعتی چندبعدی است و زیرمجموعه متعددی در آن فعالیت می‌کنند و عملکرد کلی آن در مقصد، متأثر از تمام بخش‌های مرتبط در آن مقصد است، ولی گردشگران برای انتخاب یک مقصد، آن را به صورت یک کل و یک واحد در نظر می‌گیرند و ارزیابی می‌کنند. بنابراین رضایت گردشگر زمانی به دست می‌آید که فرایندهای مناسب به گونه‌ای طراحی شوند که خدمات ارائه شده توقعات و انتظارات گردشگر را برآورده نمایند (Matani and Dadashi, 2017, p.153). با وجود نقش غیر قابل انکاری که ارزیابی میزان رضایت گردشگران در توسعه گردشگری دارد اما در کشور ایران این مسئله مورد غفلت بوده و روند مناسبی در خصوص ارزیابی میزان رضایت گردشگران و عواملی که بر آن اثرگذار است صورت نمی‌پذیرد (Amin Beidakhti et al., 2000, p.3). استان کردستان به علت دارا بودن شرایط مساعد اقلیمی و زیست‌محیطی، از دوران پیش از تاریخ، به عنوان یکی از استقرارگاه‌های بشری مورد توجه بوده و نتایج حاصل از کاوش‌های علمی باستان‌شناسی در مکان‌های باستانی حاکی از این مطلب است. علاوه بر جاذبه‌های تاریخی، کردستان به لحاظ گردشگری خرید و اکوتوریسم و ویژگی‌های فرهنگی و فولکلوریک قابلیت منحصر به فردی دارد (Movahed and Kohzadi, 2010, p.87). این استان توانایی تبدیلی شدن به منطقه بزرگ گردشگری (قطب بوم گردی کشور) و تأمین نیازهای مختلف توریست‌ها را دارد تا بتواند با تأمین این نیازها، امکان توسعه منطقه فراهم شود. لازم است تأمین نیاز گردشگران، آگاهی از میزان رضایت گردشگران و ابعاد مختلف آن است. بر این اساس هدف از این پژوهش بررسی میزان رضایت گردشگران از مقصد گردشگری کردستان و عوامل مؤثر بر آن است. در این راستا این پژوهش به دنبال پاسخگویی به سؤالات زیر است:

- میزان رضایت گردشگران از امکانات و خدمات رفاهی استان کردستان به چه میزان است؟
- میان ویژگی‌های فردی گردشگران و سطح رضایت آنان چه ارتباطی وجود دارد؟

پیشینه تحقیق و مبانی نظری

آنچه به هنگام بررسی ادبیات موجود در زمینه رضایت مشتری، نظر خواننده را به خود جلب می‌کند، تعدد تعاریف مربوط است. از یک دیدگاه، اگرچه، تعدد تعاریف موجود یک امتیاز به حساب می‌آید؛ زیرا بیانگر توجه پژوهشگران نسبت به مسئله رضایت مشتری است. اما از سوی دیگر موجب پیچیدگی مسئله می‌شود. نبود توافق نسبت به یک تعریف مشخص، مانعی برای ایجاد یک مقیاس مشخص اندازه‌گیری می‌شود و امکان مقایسه نتایج را دشوار می‌سازد (Gies and Cote, 2000).

اگرچه تعاریف زیادی در مورد رضایت ارائه شده است، ولی در مفهوم عام، رضایت‌مندی مشتری احساس یا نگرش یک مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت بعد از استفاده از آن است (Ramezani et al., 2020, p.33). از طرفی، بعضی محققان دیدگاهی اقتصادی نسبت به رضایت مشتری دارند، یعنی نتیجه مصرف را مورد مطالعه قرار می‌دهند (Ranjbarian, 2007, p.67). گردشگری را می‌توان گردشگری تجربه محور نامید. بنابر گفته ریچی: گردشگری مدرن تجارب مختلفی در زمینه فرهنگ‌ها، مناظر و... به گردشگرانی که خواهان آن هستند ارائه می‌دهد (Movahed et al., 2020:100). تجربه محصولی است که بعد از مصرف مکان باقی می‌ماند. تجربه گردشگری یک مفهوم انتزاعی و ذهنی است که دانشمندان از جنبه‌های مختلفی به آن پرداخته‌اند. (Movahed et al., 2020) تجربه ارتباط مستقیمی با رضایت از فعالیت‌های گردشگری است. رضایت‌مندی منجر به محصول نهایی گردشگری یعنی تجربه و توصیه به دیگران می‌شود. لذا رضایت‌مندی گردشگران از اهمیت زیادی در ادبیات علمی گردشگری برخوردار است. رضایت عموماً به وسیله میزان رضایت یا ناراضی‌تی یک مشتری از خرید قبلی از محصول یا خدمت مشخص می‌شود. فوسترو ترونک معتقدند که رضایت گردشگر به مقایسه بین تجربه یک گردشگر از مقصدی که از آن دیدن کرده و انتظاری که در مورد آن داشته، مربوط می‌شود (Foster and Trung, 2005, p.65). از این منظر رضایت را می‌توان تصویری ذهنی گردشگران دانست، که گردشگر از سفر و یا پیش از سفر داشته و یا کسب نموده است (Porfaj et al., 2013, p.11). رضایت گردشگران بر پایه تناسب بین انتظارات از مقصد و نتیجه ادراک شده از تجربه در مقصد است که به طور ساده، از مقایسه تصویر ذهنی از مقصد و آنچه به طور واقعی به دست آورده‌اند حاصل می‌شود (Haghighi Nasab et al., 2014, p.741). سازمان جهانی گردشگری رضایت‌مندی را مفهومی ذهنی، روانی و روان‌شناسانه است که شامل احساس مثبت و لذت‌های ناشی از کسب چیزی

است که گردشگر انتظار برآورده شدن آن را دارد (Chi, 2005, p.48).

در ارتباط با عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی از مقاصد گردشگری دو دیدگاه کلان وجود دارد. برخی از برنامه‌ریزان معتقد هستند هرچه جاذبه‌های گردشگری جذاب‌تر باشند به طور طبیعی، رضایت‌مندی نیز افزایش می‌یابد. در مقابل گروهی دیگر معتقد هستند علاوه بر جاذبه‌ها، کیفیت خدمات نیز بر رضایت گردشگران اثرگذار است (Bowitez and Karein, 2009, p.7). رویکرد اول بر جذابیت جاذبه‌های گردشگری و رویکرد دوم بر کیفیت خدمات در مقاصد گردشگری تأکید می‌کند؛ لذا عناصر گردشگری را می‌توان به عناصر اولیه و ثانویه تقسیم کرد. عناصر اولیه به‌عنوان رکن و عامل اصلی در جذب گردشگر، به ترکیبی از جاذبه‌هایی اشاره می‌کند که جالب و منحصر به فرد است و قادر به جذب گردشگران می‌شود. عناصر ثانویه عناصری هستند که به گردشگران خدمات می‌دهد. این خدمات هرچه از کمیت و کیفیت بیشتری برخوردار باشد عاملی مهم در ماندگاری گردشگری است (Ebrahimzadeh et al., 2015, p.49). لذا بخشی از رضایت گردشگران به کیفیت خدمات مربوط می‌شود. کیفیت خدمات به‌عنوان حدی از برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان توسط خدمات تعریف می‌شود و اگر انتظارات بیشتر از عملکرد باشد، نتیجه ناراضی‌تی مشتری است (Yazdanpanah et al., 2019, p.24).

عدم رضایت از کیفیت خدمات موجب سرخوردگی بازدیدکننده خواهد بود که پس از بازگشت از سفر، تبلیغات منفی مانع سفر مجدد فرد و با توجه به گستردگی شبکه‌های اجتماعی افراد دیگر آن جامعه و مقصد گردشگر فرصت نیز خواهد شد و وفاداری به برند مقصد وجود نخواهد داشت (Shir khodaei, 2015, p.113). لذا در ادبیات گردشگری فرد ارائه‌کننده خدمات خود بخشی از محصول به شمار می‌آید (Ziaei, 2004, p.19).

نتایج مطالعات متعددی که در حیطه رضایت از خدمات گردشگری انجام شده نشان می‌دهد که علاوه بر جاذبه‌های گردشگری و کیفیت خدمات، مواردی نظیر سن، جنس، تحصیلات، وضعیت اقتصادی، اجتماعی و... نیز بر رضایت گردشگران اثرگذار است (Afkhami et al., 2017, & Karroubi et al., 2017, & Prebensen, 2017, & Chen, 2010, & Thomas and Butz, 1998).

برخی شواهد نشان می‌دهد که تعامل اجتماعی، گرچه لزوماً یک محرک قوی برای مشارکت اوقات فراغت نیست؛ اما یکی از قوی‌ترین عوامل در رضایت اوقات فراغت و گردشگری است. گردشگران با توجه به ویژگی‌های فردی و اجتماعی، اقتصادی، انتظارات خاصی از جاذبه‌های گردشگری و کیفیت خدمات دارند؛ مطالعه بر روی گردشگران در نیویورک نشان داد که اگرچه

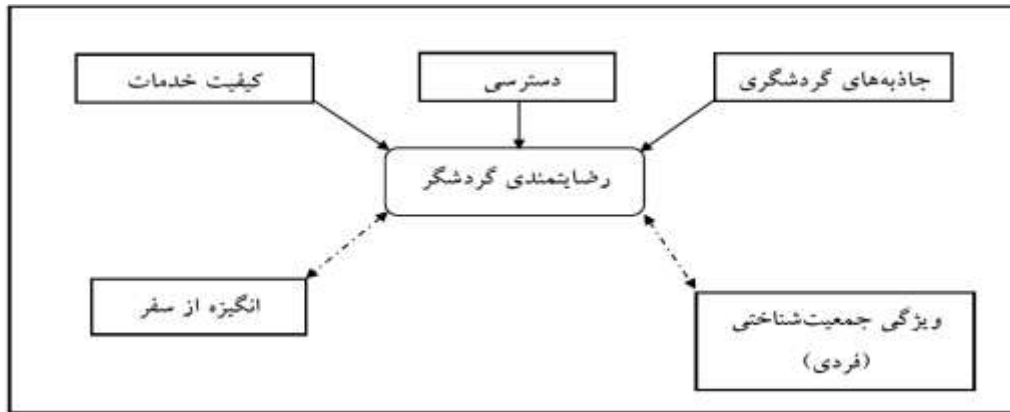
رضایت‌مندی گردشگران است. پناهی (۱۳۹۲) در تحقیقی به بررسی کیفیت خدمات بر رضایت گردشگران در گنبد سلطانیه پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که متغیر تسهیلات و تصویر ذهنی از مقصد، به ترتیب بیشترین تأثیر را بر رضایت گردشگران داشته‌اند.

فنی (۱۳۹۱) سنجش میزان رضایت گردشگران در شهر گرگان را مورد بررسی قرار داده است. نتایج این تحقیق نشان داد که چهار عامل کیفیت خدمات، کیفیت محیطی، رفتار جامعه میزبان و هزینه خدمات می‌توانند ۵۴ درصد از رضایت‌مندی گردشگران را تأمین نمایند. همچنین بین این عوامل و میزان رضایت گردشگران رابطه معناداری وجود دارد. بقایی و دادخواه (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین عوامل مزیت رقابتی پایدار با رضایت و وفاداری گردشگران در استان گلستان پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد بین کیفیت، ارزش، تصویر و رضایت‌مندی با رضایت کلی رابطه معنی‌داری وجود دارد و همچنین بین کیفیت، ارزش، تصویر، رضایت‌مندی و رضایت کلی با وفاداری نیز رابطه معناداری وجود دارد. نتایج تحقیق کانونکون (۲۰۰۹) نشان داده است که انگیزه‌های گردشگران بر میزان رضایت آنان از سفر اثرگذار است. همچنین رضایت گردشگران بر وفاداری آنان تأثیرگذار است. علاوه بر این میان سن، جنس، تحصیلات و میزان درآمد گردشگران بر میزان رضایت و وفاداری آنان تأثیرگذار است. کوریا و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیقی به بررسی رضایت گردشگران از سفر به لیسبون پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داده است رضایت گردشگران تابع ویژگی‌های فردی (سن، جنس، تحصیلات) نبوده و به انگیزه‌های آنان که شامل بهره‌برداری از امکانات، تحصیل علم و دانش و یا تجربه و سفر جدید به این شهر بستگی دارد. هاندسون (۲۰۰۴) در تحقیقی به بررسی میزان رضایت گردشگران در کنیا پرداخته است. نتایج این تحقیق حکایت از آن دارد که بین انتظارات و ادراکات گردشگران و مدیران مراکز، تفاوت معناداری وجود دارد. سونگ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر در رضایت‌مندی گردشگران در هنگ‌کنگ پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که عواملی مانند سن، جنس، فرهنگ و همچنین کیفیت تسهیلات ارائه شده در مقصد بر رضایت‌مندی گردشگران تأثیر فراوانی دارد.

تجربیات مربوط به خدمات حمل‌ونقل، محل اقامت و جاذبه‌ها بر میزان رضایت گردشگران تأثیر می‌گذارد؛ اما تنها رضایتی که از زبان مسافران آینده‌نگر درباره مقصد شنیده و پخش شده، رضایت آن‌ها از فعالیت‌های فضای باز بوده است (Wu et al., 2013)؛ لذا ضروری است که در سنجش رضایت‌مندی گردشگران و همچنین ارائه خدمات و تسهیلات مواردی دیگری که مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگران است، توجه گردد.

علی‌رغم اهمیت رضایت‌مندی برخی همچون کیم و همکاران (۲۰۱۲) معتقدند دیگر رضایت و کیفیت به‌تنهایی نمی‌تواند گردشگران را برای بازدید از مقصد جذب کند و مدیران برنامه‌ریزی مقاصد گردشگری باید در کنار کیفیت خدمات، تجربه‌ای منحصر به فرد را به گردشگر عرضه کنند (Kim et al., 2015, p.466)؛ لذا باید در کنار اهمیت رضایت گردشگران، تجربه آن‌ها را نیز مورد توجه قرار دهیم.

در ارتباط با رضایت‌مندی مطالعات مختلفی صورت گرفته و از ابعاد مختلف به این موضوع پرداخته شده است. فراهانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به مطالعه عوامل مؤثر بر وفاداری و رضایت گردشگران در مقصد گردشگری تبریز پرداخته‌اند. نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق حاکی از آن است که تصویر ذهنی مقصد گردشگری بر ارزش ادراک‌شده و رضایت گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ همچنین ارزش ادراک‌شده گردشگر از یک مقصد گردشگری بر رضایت گردشگر و وفاداری به آن مقصد تأثیر مثبت و معناداری دارد. نتایج تحقیق شاه‌حسینی (۱۳۹۲) نشان می‌دهد بین متغیرهای سن، وضعیت تأهل، شغل، درآمد و رضایت گردشگران رابطه معناداری وجود ندارد؛ ولی بین جنسیت، سطح تحصیلات و محل سکونت با رضایت‌مندی رابطه معناداری وجود دارد. لذا به نظر می‌رسد میزان بهره‌مندی از امکانات محل سکونت گردشگر بر توقعات و انتظارات او از شهر مقصد، تصویر ذهنی او از شهر مقصد و رضایت‌مندی او اثرگذار باشد؛ به عبارت دیگر افرادی که در شهرهای توسعه‌یافته زندگی می‌کنند، توقعات بیشتری از امکانات گردشگری شهر مقصد داشته باشند و افرادی که در مناطق محروم زندگی می‌کنند سطح توقعات کمتری دارند. عینالی و الهی‌چون (۱۳۹۸) در تحقیقی به بررسی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگران از فضای گردشگری روستاهای استان مازندران پرداختند. نتایج این تحقیق حکایت از آن دارد که دسترسی به جاذبه‌ها و خدمات اساسی مهم‌ترین عامل



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

مواد و روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده و داده‌های آن به روش اسنادی-میدانی جمع‌آوری شده است. جامعه آماری تحقیق شامل گردشگرانی است که در سال ۱۳۹۷ از استان کردستان دیدن کرده‌اند. تعیین

حجم نمونه با روش کوکران ۲۲۰ نمونه تعیین گردید و پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص و مخدوش ۱۶۰ پرسشنامه ملاک عمل قرار گرفت. شاخص‌های تحقیق با استفاده از ادبیات موضوع و مطالعات مشابه داخلی و خارجی تعیین شده است (جدول ۱).

جدول ۱: مؤلفه‌ها و شاخص‌های تحقیق

مؤلفه	شاخص	مؤلفه	شاخص	
دسترسی به خدمات	تفاوت اقلیمی شهر مبدأ	جاذبه‌های گردشگری	داشتن آشنایی و تجربه قبیله	
	دسترسی به خدمات درمانی		نزدیکی فرهنگی و تاریخی	
	دسترسی به خدمات پرداخت الکترونیکی		تصور ذهنی از گذشته	
	دسترسی به تأسیسات و تجهیزات سوختی		داشتن روحیه ماجراجویی و گردش	
	دسترسی به پارکینگ و خدمات مربوط به آن		شرایط اقتصادی و مالی	
ترافیک	علاقه شدید به مقصد		انگیزه از سفر	میزان هزینه‌ای صرف شده
آب‌وهوای مطبوع و آرام	بالا بودن میزان اوقات فراغت			
چشم‌اندازهای طبیعی و بکر	داشتن حس تعلق و وفاداری به مقصد گردشگری			
دره‌ها و جلگه‌ها	مجاورت و نزدیکی فیزیکی			
آبشارها	وجود دوستان و آشنایان در مقصد گردشگری			
چشمه‌ها و سراب‌ها	فعالیت آژانس‌های مسافرتی و نهادهای گردشگری			
رودخانه‌های دائمی و فصلی	سفر به قصد زیارت اماکن مذهبی			
ارتفاعات و کوه‌های مرتفع	شرایط بهداشتی و سلامتی محل سکونت			
دریاچه‌های طبیعی و مصنوعی	توجه مسئولان گردشگری برای تسهیل سفر			
تنوع پوشش گیاهی و مراتع غنی	نحوه برخورد مردم منطقه با گردشگران			کیفیت خدمات
غارهای طبیعی	وضعیت حمل‌ونقل عمومی			
تالاب‌ها	برخورد فروشندگان با مشتریان			
جاذبه‌های زمین‌شناسی و مورفولوژیک	تنوع محصولات و کالاها			
گونه‌های گیاهی و جانوری	امنیت منطقه			
جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی	امکانات تفریحی اطراف جاذبه‌ها			
سن	امکانات و خدمات اقامتی و رفاهی			
تحصیلات	هدایت و راهنمایی گردشگران			
وضعیت اشتغال				
وضعیت اقتصادی				
-				
ویژگی فردی				

مأخذ: یافته‌های تحقیق

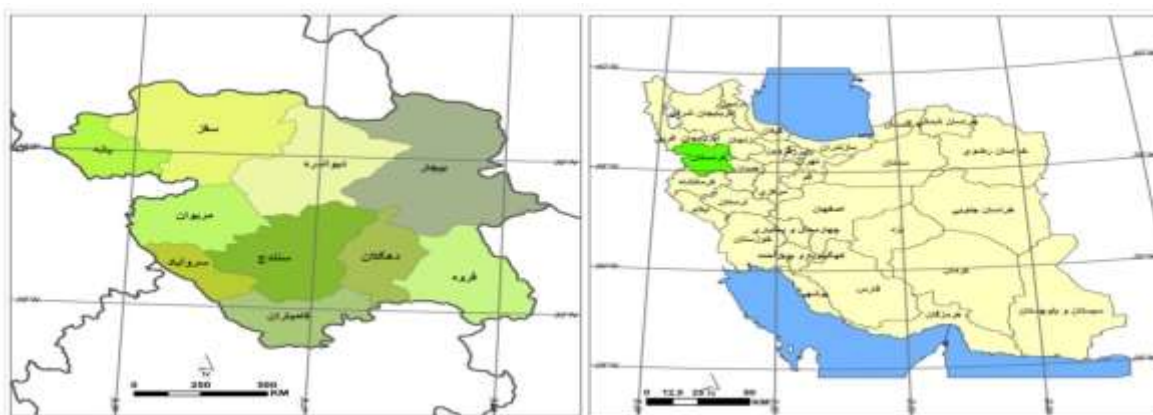
روایی پرسشنامه با نظرخواهی از متخصصان و کارشناسان آشنا به موضوع تأیید گردید و پایایی با روش آلفای کرونباخ برابر ۰/۹۱

بخش کوهستانی شرقی، قسمت‌های شرقی سنندج را در برمی‌گیرد و درحد فاصل ناحیه غربی و شرقی، یک‌رشته از ارتفاعات آتشفشانی شمالی- جنوبی را به‌وجود می‌آورد. در شرق این رشته‌کوه، شهرستان‌های قروه و بیجار قرار گرفته‌اند که شکل زمین در آن‌ها با پستی‌وبلندی‌های ناحیه غربی به‌کلی متفاوت است. از ویژگی‌های این ناحیه، وجود یک حصار کوهستانی متشکل از سنگ‌های دگرگونی و رسوبی است که دشت‌های مرتفع هموار و تپه‌ماهوری را احاطه کرده است. در این ناحیه به‌استثنای کوه‌های بیجار، دشت‌های نسبتاً وسیعی نیز وجود دارد. این دشت‌ها به‌وسیله شعبه‌های رود قزل‌اوزن قطع شده و به صورت تپه‌ماهور درآمده‌اند. مرتفع‌ترین دشت این ناحیه «هوه‌تو» خوانده می‌شود که با دو هزار و دوست متر ارتفاع در شمال سنندج واقع شده است. بیشترین میزان بارش جوی در ناحیه غربی استان (شهرهای بانه و مریوان) حدود ۸۰۰ میلی‌متر در سال و کمترین میزان بارندگی آن در ناحیه شرقی حدود چهار صد میلی‌متر در سال است. میزان نزولات جوی در قسمت مرکزی استان (شهرهای سقز و سنندج) نزدیک به پانصد میلی‌متر در سال است. تمام قلمرو استان در بهار و تابستان آب و هوایی خنک و معتدل دارد. مقایسه ارقام میانگین دمای ماه‌های مختلف سال در مرکز استان نشان می‌دهد که متوسط دمای روزانه در اردیبهشت‌ماه شانزده و یک‌دهم و در مهرماه شانزده و نهم درجه سانتی‌گراد است. از آنجاکه تنوع اقلیمی همراه با سایر شرایط مناسب، از جاذبه‌های مهم در صنعت جهانگردی به‌شمار می‌رود و جهانگردان خواهان دمای مطلوب و مطبوعی (بیست‌وپنج - بیست‌ودو درجه سانتی‌گراد) هستند، استان کردستان به‌ویژه در فصول بهار و تابستان از این نظر بسیار مناسب و دارای توانایی‌های جهانگردی قابل‌توجهی است.

به دست آمد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های T تک نمونه‌ای، من ویتنی و همبستگی پیرسون انجام شده است.

محدوده مورد مطالعه

استان کردستان دارای ۸ شهرستان، ۱۲ شهر، ۲۱ بخش، ۷۸ دهستان و ۱۷۶۵ آبادی دارای سکنه است. شهرستان‌های این استان عبارت‌اند از: بانه، بیجار، دیواندره، سقز، سنندج، قروه، کامیاران و مریوان. در حال حاضر استان کردستان با مجموعه شهرها، روستاها و عشایری که در اقصی نقاط آن پراکنده شده و استقرار یافته‌اند، به یکی از نواحی در حال توسعه غرب کشور تبدیل شده و از پتانسیل‌های توریستی و تفرجگاهی بسیار خوبی برخوردار است. این استان منطقه‌ای کوهستانی است که از مریوان تا دره قزل‌اوزن و کوه‌های زنجان جنوبی در مشرق گسترده شده است. ناهمواری‌های این استان که تحت عنوان ناحیه کوهستانی کردستان مرکزی برسی می‌شود، مشتمل بر دو بخش غربی و شرقی است؛ این دو قسمت از نظر شکل پستی‌وبلندی و جنس زمین متفاوت‌اند. قسمت وسیعی از سنندج، مریوان و سرزمین‌های اطراف آن‌ها تا جنوب کردستان بخش کوهستانی غربی را تشکیل می‌دهد. در این ناحیه، یکنواختی و سستی جنس زمین اشکال مشابهی را به وجود آورده که از ویژگی‌های آن کوه‌های گنبدی شکل با شیب یکنواخت و ملایم همراه با دره‌های باز است این یکنواختی را طبقات آهکی سخت و سنگ‌های درونی که بین لایه‌های سست ظاهر می‌شوند، درهم‌ریخته و آن را به‌صورت صخره‌های عریان درآورده است. در این ناحیه شعبه‌های رود قزل‌اوزن در شرق و شمال شرقی و رود سیروان در جنوب چهره زمین را به‌طور کامل تغییر داده‌اند.



شکل ۲: موقعیت استان کردستان و شهرستان‌های آن

یافته‌های تحقیق

الف- مشخصات عمومی پرسش‌شوندگان

از مجموع ۱۶۰ نفر گروه نمونه که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، بیشترین فراوانی در گروه سنی ۲۵-۴۰ سال با ۶۷ نفر و ۴۲ درصد و کمترین آن در گروه سنی کمتر از ۱۵ سال با ۵ نفر و ۳ درصد قرار داشته‌اند. متوسط سن جامعه مورد بررسی حدود ۳۷ سال بوده است.

از مجموع ۱۶۰ نفر جامعه نمونه، ۹۳ نفر (۵۸ درصد) را مردان و ۶۷ نفر (۴۲ درصد) را زنان تشکیل داده‌اند. همچنین بیشترین فراوانی در گروه با مدرک تحصیلی دیپلم با ۵۵ درصد و کمترین آن در گروه دکتری با ۵ نفر (۳ درصد) قرار داشته است.

از نظر وضعیت اشتغال بیشترین فراوانی در گروه کار دولتی با تعداد ۳۵ درصد و کمترین تعداد در گروه سایر مشاغل با ۷ درصد مشاهده می‌شود؛ تعداد ۹ درصد را نیز بیکاران، ۱۹ درصد را دانشجویان و ۳۰ درصد را کار آزاد تشکیل داده است.

از نظر وضعیت اشتغال بیشترین فراوانی در گروه کار دولتی با تعداد ۳۵ درصد و کمترین تعداد در گروه سایر مشاغل با ۷ درصد مشاهده می‌شود؛ تعداد ۹ درصد را نیز بیکاران، ۱۹ درصد را دانشجویان و ۳۰ درصد را کار آزاد تشکیل داده است.

از نظر وضعیت اقتصادی بیشترین فراوانی در گروه متوسط با ۱۲۵ نفر برابر با ۷۸ درصد و کمترین تعداد در گروه بسیار مرفه با تعداد ۲ نفر و ۱ درصد در گروه بسیار مرفه وجود دارد. همچنین تعداد ۹ نفر (۶ درصد) در وضعیت پایین و ۲۴ نفر (۱۵ درصد) در وضعیت اقتصادی مرفه قرار گرفته‌اند.

ب- یافته‌های تحلیلی

بررسی جامعه نمونه که متشکل از گردشگرانی که از استان کردستان دیدن کرده‌اند نشان می‌دهد، مهم‌ترین انگیزه از سفر بازدید از جاذبه‌های اکوتوریستی این استان با بیشترین فراوانی و

میانگین ۳/۴۶ بوده است. دیدوبازدید از دوستان و آشنایان با میانگین ۲/۴۶، زیارت با میانگین ۲/۱۰، شرکت در همایش و سمینار علمی با میانگین ۱/۷۰ و اشتغال و سفر به منظور یافتن شغل در این استان با میانگین ۱/۳۸ در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

به منظور تعیین مهم‌ترین عوامل ورود گردشگران به استان کردستان از ۱۹ شاخص مختلف استفاده شده است. مهم‌ترین عامل سفر به استان کردستان در میان جامعه آماری مربوط به تفاوت اقلیمی شهر مبدأ با استان کردستان با بیشترین فراوانی و میانگین ۴/۲۵ و داشتن آشنایی و تجربه قبلی سفر به استان کردستان با میانگین ۳/۷۵ بوده است. به عبارتی می‌توان این‌گونه عنوان کرد که مهم‌ترین عامل ورود گردشگران به این استان به دلیل وجود اقلیم مناسب آن بوده و همچنین کسانی که در گذشته به این استان مسافرت کرده‌اند برای سفرهای بعدی نیز راغب بوده‌اند. کمترین عوامل مؤثر در سفر به استان کردستان مربوط به شاخص ناامنی و بحران سیاسی در شهر مبدأ با میانگین ۱/۴۹ و وضعیت اقتصادی مکان مبدأ با میانگین ۱/۷۷ است. (جدول ۳)

یافته‌های تحقیق حکایت از آن دارد که مهم‌ترین جاذبه اکوتوریستی مؤثر در سفر به استان کردستان در میان جامعه نمونه، مربوط به اقلیم مناسب، چشم‌اندازهای زیبا و بکر و دره‌ها و جلگه‌های این استان با میانگین ۴/۷۹، ۴/۴۶ و ۴/۳۲ بوده‌اند. کمترین جاذبه مؤثر در این امر نیز مربوط به شاخص‌های گونه‌های گیاهی و جانوری، جاذبه‌های زمین‌شناسی و تالاب‌های استان با میانگین ۳/۳۱، ۳/۴۰ و ۳/۵۴ است. (جدول ۴)

جدول ۳: رتبه‌بندی انگیزه جامعه نمونه از سفر به استان کردستان

ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	فراوانی					شاخص
			خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
۲۸/۹۵۵	۱/۰۰۳	۳/۴۶	۱۹	۱۱	۳۹	۵۹	۳۲	بازدید از جاذبه‌های اکوتوریستی
۴۴/۶۱۵	۱/۱۸۰	۲/۶۴	۴۳	۳۴	۳۷	۳۴	۱۱	دید و بازدید از دوستان و آشنایان
۴۵/۸۶۲	۰/۹۶۳	۲/۱۰	۵۵	۶۶	۱۹	۷	۱۳	زیارت
۹۶/۶۰۰	۱/۶۴۹	۱/۷۰	۹۷	۳۹	۳	۱۹	۵	شرکت در همایش و سمینار علمی
۵۱/۳۱۴	۰/۷۱۰	۱/۳۸	۱۱۵	۳۴	۷	۲	۲	اشتغال و سفر به منظور یافتن شغل

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۴: رتبه‌بندی عوامل مؤثر در سفر به استان کردستان از دید جامعه نمونه

رتبه	شاخص	فراوانی					میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم			
۱	تفاوت اقلیمی شهر مبدأ گردشگری با اقلیم استان کردستان	۱۰۳	۱۹	۲۲	۸	۸	۴/۲۵	۰/۸۹۶	۲۱/۰۷۱
۲	داشتن آشنایی و تجربه قبلی از استان کردستان به‌ویژه گردشگری آن	۶۴	۳۸	۲۳	۲۴	۱۱	۳/۷۵	۱/۰۸۱	۲۸/۸۶۶
۳	نزدیکی فرهنگی و تاریخی محل سکونت شما با فرهنگ و تاریخ استان کردستان	۵۹	۵۱	۱۷	۱۶	۱۷	۳/۷۴	۱/۱۸۹	۳۱/۷۴۴
۴	تصویر ذهنی شما نسبت به گردشگری استان کردستان از گذشته	۶۳	۳۷	۱۷	۳۴	۹	۳/۶۹	۰/۸۰۱	۲۱/۶۷۱
۵	داشتن روحیه ماجراجویی و گردش	۶۰	۳۵	۲۷	۲۹	۹	۳/۶۷	۰/۹۱۲	۲۴/۸۲۶
۶	شرایط اقتصادی و مالی شخصی و خانوادگی شما	۴۷	۵۰	۱۸	۲۴	۲۱	۳/۴۸	۰/۸۲۵	۲۳/۶۷۸
۷	علاقه شدید به استان کردستان	۵۶	۲۱	۳۳	۲۹	۲۱	۳/۳۹	۰/۷۷۸	۲۳/۰۱۰
۸	میزان هزینه‌ای که شما قصد دارید در استان کردستان صرف کنید	۴۴	۲۸	۴۷	۲۸	۱۳	۳/۲۸	۰/۷۹۱	۲۳/۳۹۴
۹	میزان درآمد ماهانه	۵۸	۲۰	۲۷	۲۹	۲۶	۳/۳۴	۰/۷۶۵	۲۲/۶۱۹
۱۰	وضعیت اشتغال و بالا بودن میزان اوقات فراغت	۴۳	۳۳	۲۷	۳۳	۲۴	۳/۲۳	۰/۸۱۸	۲۵/۳۲۲
۱۱	داشتن حس تعلق و وفاداری و ارادت به استان کردستان	۲۲	۲۶	۵۳	۴۴	۱۵	۲/۹۷	۱/۱۱۰	۳۷/۴۰۲
۱۲	مجاورت و نزدیکی فیزیکی محل سکونت شما با استان کردستان	۴۱	۱۴	۳۰	۴۹	۲۶	۲/۹۶	۱/۳۵۵	۴۵/۴۷۶
۱۳	وجود دوستان و آشنایان در استان کردستان	۲۴	۲۶	۴۰	۵۱	۱۹	۲/۹۰	۱/۲۷۸	۴۳/۹۴۷
۱۴	فعالیت آژانس‌های مسافرتی و نهادهای گردشگری در معرفی استان کردستان پیش از سفر	۱۱	۱۱	۵۳	۵۴	۳۱	۲/۴۸	۰/۷۰۵	۲۸/۳۷۸
۱۵	عشق و علاقه به زیارت اماکن مذهبی و امامزاده‌های استان کردستان	۰	۷	۶۲	۴۰	۵۱	۲/۱۶	۰/۹۶۵	۴۴/۶۸۰
۱۶	شرایط بهداشتی و سلامتی محل سکونت شما	۴	۱۶	۲۵	۷۳	۴۲	۲/۱۶	۱/۳۵۹	۵۸/۲۵۸
۱۷	میزان توجه مسئولان گردشگری محل سکونت شما برای تسهیل سفر به کردستان	۲	۱۶	۳۰	۶۵	۴۷	۲/۱۳	۰/۸۱۶	۳۸/۲۹۷
۱۸	میزان تولید ناخالص و وضعیت اقتصادی مکان مبدأ (مکانی که شما قبل از سفر بودید)	۴	۷	۲۶	۳۵	۸۸	۱/۷۷	۰/۷۸۹	۴۴/۴۱۸
۱۹	ناامنی و بحران سیاسی در شهر مبدأ	۱	۲	۷	۵۵	۹۵	۱/۴۹	۰/۶۴۴	۴۳/۱۳۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

رضایت گردشگران از خدمات و امکانات از حد متوسط کاملاً معنادار است. (جدول ۶)

نتایج آزمون من ویتنی نشان می‌دهد که میان رضایت از خدمات و امکانات در میان گروه زنان و مردان که از منطقه دیدن کرده‌اند، اختلاف معناداری وجود دارد و میانگین رضایت مردان بالاتر از میانگین زنان بوده است.

رابطه میان رضایت‌مندی گردشگران با سن، سواد، تحصیلات و وضعیت اقتصادی آنان نشان داد که میان سن و تحصیلات گردشگران و میزان رضایت همبستگی وجود ندارد اما میان وضعیت اقتصادی گردشگران و رضایت آنان همبستگی در سطح ۹۹ درصد و وضعیت اقتصادی آنان در سطح ۹۵ درصد وجود دارد.

از میان ۱۵ شاخص مختلفی که به‌منظور تعیین میزان رضایت گردشگران موردبررسی قرار گرفته است بیشترین میزان رضایت گردشگران مربوط به شاخص‌های میزان ترافیک، نحوه برخورد مردم منطقه با گردشگران و وضعیت خدمات پرداخت الکترونیکی با بیشترین فراوانی و با میانگین ۳/۹۲، ۳/۲۲، ۳/۰۱ و کمترین میزان رضایت نیز در میان شاخص‌های هدایت و راهنمایی گردشگران، امکانات و خدمات اقامتی - رفاهی و امکانات تفریحی اطراف جاذبه‌ها با میانگین ۱/۷۳، ۲/۲۸ و ۲/۳۱ مشاهده می‌شود. میانگین رضایت گردشگران از تأسیسات و امکانات ۲/۷ بوده که در سطح پایین‌تر از متوسط است. همچنین سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ در آزمون T هم نشان می‌دهد که اختلاف میزان

جدول ۵: رتبه‌بندی جاذبه‌های اکوتوریستی مؤثر در سفر به استان کردستان

رتبه	شاخص	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
۱	آب‌وهوای مطبوع و آرام	۴/۷۹	۰/۵۳۴	۱۱/۱۳۲
۲	چشم‌اندازهای طبیعی و بکر	۴/۴۶	۰/۷۷۳	۱۷/۳۳۴
۳	دره‌ها و جلگه‌ها	۴/۳۲	۰/۷۸۰	۱۸/۰۴۷
۴	آبشارها	۴/۳۱	۰/۷۲۳	۱۶/۷۷۳
۵	چشمه‌ها و سراب‌ها	۴/۳۰	۰/۶۷۶	۱۵/۷۳۲
۶	رودخانه‌های دائمی و فصلی	۴/۱۸	۰/۷۶۰	۱۸/۱۹۳
۷	ارتفاعات و کوه‌های مرتفع	۴/۰۹	۰/۹۲۶	۲۲/۶۵۵
۸	دریاچه‌های طبیعی و مصنوعی	۴/۰۵	۰/۷۴۷	۱۸/۴۵۲
۹	تنوع پوشش گیاهی و مراتع غنی	۳/۹۲	۰/۷۷۲	۱۹/۶۶۳
۱۰	غارهای طبیعی	۳/۸۱	۰/۹۱۸	۲۴/۰۶۳
۱۱	تالاب‌ها	۳/۵۴	۱/۰۰۲	۲۸/۲۸۳
۱۲	جاذبه‌های زمین‌شناسی و مورفولوژیک	۳/۴۰	۱/۲۹۲	۳۷/۹۸۴
۱۳	گونه‌های گیاهی و جانوری	۳/۳۱	۱/۲۵۰	۳۷/۷۴۹

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۶: رتبه‌بندی میزان رضایت‌مندی گردشگران از خدمات و تأسیسات استان کردستان

رتبه	شاخص	فراوانی					میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم			
۱	میزان ترافیک	۷۹	۲۶	۳۱	۱۲	۱۲	۳/۹۲	۱/۰۱۲	۲۵/۸۱۶
۲	نحوه برخورد مردم منطقه با گردشگران	۵۷	۱۴	۱۷	۴۸	۲۳	۳/۲۲	۰/۵۹۸	۱۸/۵۷۱
۳	وضعیت خدمات پرداخت الکترونیکی	۱۶	۲۶	۳۱	۴۵	۴۲	۳/۰۱	۰/۸۰۱	۲۶/۶۱۱
۴	وضعیت حمل‌ونقل عمومی	۴۸	۱۵	۱۱	۶۱	۲۵	۲/۹۸	۰/۶۴۶	۲۱/۶۷۷
۵	برخورد فروشندگان با مشتریان	۱۲	۴۹	۵۰	۱۸	۳۱	۲/۹۴	۰/۴۸۱	۱۶/۳۶۰
۶	تنوع محصولات و کالاها	۷	۴۰	۶۸	۴۴	۱	۲/۹۳	۰/۴۶۹	۱۶/۰۰۶
۷	تأسیسات و تجهیزات سوختی، انرژی و پمپ‌بنزین	۱۲	۱۴	۷۵	۵۷	۲	۲/۸۵	۰/۷۸۲	۲۷/۴۳۸
۸	پارکینگ و خدمات مربوط به آن	۲۰	۲۱	۵۲	۴۰	۲۷	۲/۷۹	۰/۶۳۸	۲۲/۸۶۷
۹	پاکیزگی مکانهای عمومی و خصوصی	۱۸	۲۵	۳۰	۷۶	۱۱	۲/۷۶	۰/۵۸۶	۲۱/۳۳۱
۱۰	دسترسی به خدمات بهداشتی و درمانی	۰	۳	۷۲	۱۳۰	۲۹	۲/۶۹	۰/۶۱۳	۲۲/۷۸۸
۱۱	امنیت منطقه	۱۱	۷	۹۶	۳۳	۲۰	۲/۶۳	۰/۶۹۱	۲۶/۲۷۳
۱۲	دسترسی به خدمات بهداشتی و درمانی	۰	۱۱	۴۲	۹۳	۱۴	۲/۳۱	۰/۷۶۴	۳۳/۰۷۳
۱۳	امکانات تفریحی اطراف جاذبه‌ها	۰	۷	۳۹	۱۱۲	۲	۲/۳۱	۰/۶۷۹	۲۹/۳۹۳
۱۴	امکانات و خدمات اقامتی و رفاهی	۲	۱۷	۴۴	۵۹	۳۸	۲/۲۸	۰/۶۷۰	۲۹/۳۸۵
۱۵	هدایت و راهنمایی گردشگران و امکانات تبلیغات گردشگری	۳	۵	۲۲	۴۵	۸۵	۱/۷۳	۰/۸۴۰	۴۸/۵۵۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۷: نتایج آزمون T در ارتباط با رضایت گردشگران از تأسیسات و امکانات

شاخص	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین
رضایت گردشگران از تأسیسات و امکانات	- ۳۱/۶۲	۱۵۹	۰/۰۰۰	- ۱/۱۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۸: آزمون من ویتنی در ارتباط با رضایت مردان و زنان

گروه	Mann-Whitney	Wilcoxon	Z	سطح معناداری
رضایت بین گروه مردان و زنان	۳۱۰۰	۸۱۵۰	-۳/۹۱۱	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق

جدول ۹: همبستگی پیرسون میان رضایت از خدمات و امکانات با سن، تحصیلات، وضعیت شغلی و وضعیت اقتصادی

شاخص	همبستگی پیرسون	سطح معناداری
سن	۰/۳۵۵	۰/۴۳۵
تحصیلات	۰/۹۳۸	۰/۱۵۲
وضعیت اشتغال	۰/۹۴۹	۰/۰۰۱
وضعیت اقتصادی	۰/۸۴۸	۰/۰۱۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

رضایتمندی گردشگران از مقاصد گردشگری منجر به وفاداری آنان و باعث بازدید مجدد و توصیه به دیگران می‌شود. لازمه توسعه گردشگری در هر کشور و منطقه‌ای کسب رضایت گردشگران و آگاهی از نظرات آنان است. این پژوهش به بررسی رضایت گردشگران در ابعاد مختلف گردشگری در استان کردستان پرداخته شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که میزان رضایت میان گروه مردان و زنان تفاوت معناداری دارد. رضایت مردان بیشتر از گروه زنان است. این امر به دلیل حساسیت و توقعات بالاتر زنان در امور بهداشتی و رفاهی نسبت به مردان است. همچنین میان سن و تحصیلات گردشگران و رضایت آنان تفاوت معناداری مشاهده نشد؛ اما میان وضعیت شغلی گردشگران و میزان رضایت آنان رابطه معناداری در سطح ۹۹ درصد اطمینان وجود داشت. به‌نحوی که میانگین رضایت در میان گروه دانشجویان بالاترین و کار دولتی پایین‌ترین بوده است. در میان وضعیت اقتصادی گردشگران و میزان رضایت آنان نیز رابطه معناداری در سطح ۹۵ درصد وجود داشت و با بهبود وضعیت اقتصادی گردشگران، میزان رضایت آنان کاهش یافته است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مهم‌ترین انگیزه در سفر به این استان بازدید از جاذبه‌های اکوتوریستی است. مهم‌ترین عامل ورود گردشگران به این استان به دلیل وجود اقلیم مناسب آن بوده است. کسانی که در گذشته به این استان مسافرت کرده‌اند برای سفرهای بعدی نیز راغب بوده‌اند. در میان جاذبه‌های اکوتوریستی منطقه نیز آب‌وهوای مطبوع و چشم‌اندازهای طبیعی و بکر جاذبه بیشتری برای گردشگران داشته است. همچنین نتایج نشان داد که میزان رضایت گردشگران از امکانات و خدمات کمتر از میانگین بوده و در مجموع در سطح پایینی است. با وجودی که جاذبه‌های گردشگری توانسته رضایت گردشگران را به دست آورد، اما در مجموع به دلیل ضعف در خدمات و امکانات رفاهی، رضایت گردشگران در سطح پایینی قرار دارد. نتایج این پژوهش مبنی بر اثرگذاری ویژگی‌های فردی و اجتماعی - اقتصادی بر رضایت گردشگران با نتایج تحقیق شاه‌حسینی (۱۳۹۲)، سونگ و همکاران (۲۰۱۲) و کوریا و همکاران (۲۰۱۳) همسو بوده و همخوانی دارد. همچنین از حیث انتظارات از جاذبه‌های گردشگری و تصویر ادراک‌شده نیز با نتایج فراهانی و همکاران (۱۳۹۷)، بقایی و دادخواه (۱۳۹۸) و هاندسون (۲۰۰۴) همسو است.

References

- 1- A satisfaction with the cultural heritage of Sheikh Safi al-Din, Quarterly Journal of Tourism Management Studies, Volume 12, N. 3, pp. 95-114.
- 2- Amin Bidokhti, A., Jafari, S. (2014), The relationship between social belonging and social participation with the development of sustainable tourism, Quarterly Journal of Tourism Management, Volume 8, N. 26, pp. 1-23.

- 3- Amir Azadi, T., Vali Shariat Panahi, M. (2010), A Study of Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats of Tourism in Shemiranat County, Human Geography Quarterly, Second Year, Fourth Issue, pp. 167-185.
- 4- Baqaei, S., Dadkhah, H. (2009), A Study of the Relationship between Sustainable Competitive Advantage Factors and Tourist Satisfaction and Loyalty: A Case Study of Golestan Province, Quarterly Journal of Rural Research, Volume 10, N. 3, PP. 473-478.

- 5- Bowitz, E., Karin, I. (2009), Economic impacts of cultural heritage e Research and perspectives, *Journal of Cultural Heritage* 10, pp. 1-8.
- 6- Cam, T. (2011), Explaining tourist's satisfaction and intention to revisit NHA trang, Vietnam, Master thesis in in Fisheries and Aquaculture Management and Economics, pp. 1-78.
- 7- Chen, C.-F.y Chen, F.-S. (2010), Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists *Tourism Management*, N. 31 (1), PP.29-. 35.
- 8- Chi, G. (2005), "A study of developing destination loyalty model", Doctoral Dissertation, Oklahoma State University.
- 9- Correia, A., & Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013), From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, N. 7(4), PP. 411-424.
- 10- Ebrahim pour, H. (2011), Factors Affecting Tourist Satisfaction and Loyalty in Ardabil Province (Case Study: Sarein Tourism Area), *Journal of Tourism Studies*, No. 14, pp. 69-72.
- 11- Ebrahimzadeh, I., Daraei, M. (2015), An Analysis of the Status of Tourism Facilities and Facilities in Semnan from the Perspective of Tourists, *Quarterly Journal of Research and Planning*, No. 22, pp. 43-60.
- 12- Einali, J., Elahi Chorn, MA. (2019), Explaining the Factors Affecting Tourists' Satisfaction with Rural Tourism Space, Case Study: (Mazandaran Province), *Tourism Space Quarterly*, Volume 8, N.30, PP. 47-64.
- 13- Etlalaji, A., Khoshnit Bayati, M. (2012), Recognizing the capabilities of tourism and presenting optimal models of tourism development from the perspective of applied geography (Case study: Shahreri), *Journal of Geography*, Vol. 10, No. 34, pp. 251-275.
- 14- Fani, Z. (2012) Measuring the level of tourists' satisfaction in Gorgan, *Tourism Management Quarterly*, Volume 7, N. 20.
- 15- Farahani, B., Bahari, J., Bahari, Sh., Bazleh, M., (2018), A Study of Factors Affecting Loyalty of Tourists to Tourism Destinations, Case Study of Tabriz, *Quarterly Journal of Geography and Planning*, Volume 24, N. 64, PP.18-33.
- 16- Foster, D. & Truong, Thuy-Huong (2005), Using HOLSAT to evaluate tourist satisfaction at destination: The case of Australian holidaymakers in Vietnam, ELSEVIER.
- 17- Ghorbanzadeh, D., Saeidnia, H., Rah-e Hagh, A. (2020), Investigating the effect of experience quality on tourists' behavioral tendencies in visiting dark tourism destinations, *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, Volume 9, N. 35, PP. 242 - 262.
- 18- Giese, J. L., & Cote, J.A. (2000), Defining customer satisfaction, *Academy Marketing Science Review*. Vol. 11, PP. 1-30.
- 19- Han, S. (2001), Cultural Heritage Management in South Korea, PHD Disertation, University of Minnesota.
- 20- Haqiqi Nasab, M., Yazdani, H. (2014), A Study of Factors Affecting Foreign Tourists' Satisfaction and Its Results in Isfahan, *Business Management Quarterly*, Volume 6, N. 4, PP. 731-753.
- 21- Helena Pestana, M. & Parreira, A. & Moutinho, L. (2019), Motivations, emotions and satisfaction: The keys to a tourism destination choice. *Journal of Destination Marketing & Management*, N. 32 (1), PP. 1 – 9.
- 22- Hudson, S., Hudson, P., & Miller, G. A. (2004), The measurement of service quality in the tour operating sector: A methodological comparison. *Journal of travel Research*, N. 42(3), PP. 305-312.
- 23- Kanoknon, S. (2009), Tourist motivation to use homestays in Thailand and their satisfaction based on the destination's cultural and heritage based attribute. Dissertations, Academic University of Missouri Columbia.
- Prebensen, N.K & Colledge, F. (2003).
- 24- Karroubi, M., Bahari, J., Mohammadi, S. (2018), Analysis of the effect of effective factors on tourist satisfaction, Case study of Azerbaijan Museum, Tabriz, *Geography and Human Relations*, Volume 1, N. 1, PP. 413 – 432.
- 25- Kim, J. H. Ritchie, J. R. B, & McCormick, B. (2010), Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences, *Journal of Travel Research* 12–25.
- 26- Matani, M., Dadashi Selo Kalaei, E. (2017), Assessing the level of tourists' satisfaction with the performance of tourism services and identifying areas for improvement and development of services in coastal cities of Mazandaran province, *Jurnal Geography*, Volume 7, N. 2, PP. 151 – 162.
- 27- Movahed A., GhAseMi M., GholAMAlifArd, N. (2020), An analysis of the culinary tourism experience between gender

- groups in Iran. *Quaestiones Geographicae* 39(1), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, pp. 99–108.
- 28- Movahed, A., Kohzadi, S. (2014), Ecotourism Development Strategies of Kurdistan Province Using SWOT and QSPM Model, *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, Volume 14, N. 32, pp. 181-204.
- 29- Movahed, A., Kohzadi, S. (2010), Analysis of Factors Affecting Tourism Development in Kurdistan Province Using the SWOT Model, *Journal of Urban Research and Planning*, Volume 1, N. 2, pp. 85 – 102.
- 30- Özdemir, N. (2009), the Relation between Cultural Economy and Cultural Industries with Cuitural Heritage Management, *Millî Folklor*, Yil 21, Sayı 84.
- 31- Porfaraj, A., Sahebipour, M. (2013), Prioritizing Factors Affecting European Tourists' Evaluation of Isfahan World Heritage, *Tourism Management Quarterly*, Volume 8, N. 22, pp. 1-25.
- 32- Prebensen, Nina. K. & Xie, J. (2017), Efficacy of co-creation and mastering on perceived value and satisfaction in tourists' consumption, *Tourism Management*, Vol.60, pp.166-176.
- 33- Qadiri, Mahmoud; Haj Esmaili, Fatemeh (2017), Measuring Satisfaction with Suburban Urban Tourism Facilities, Case of Ardakan Chekchak Region (Yazd Province), *Journal of Geography and Planning*, Volume 21, N. 61, PP. 299 – 318.
- 34- Ramezani, Y., Aref, M., Shah Taghi, M. (2015), Customer Retention in the Medical Tourism Industry: Explaining the Relationships between Quality, Satisfaction, Trust and Reasonable Price, *Health Image*, Volume 11, N. 1, PP. 31 – 39.
- 35- Ranjbarian, B., Zahedi, M. (2007), The effects of repeated travel to Isfahan on tourist satisfaction, *Quarterly Journal of Geography and Regional Development*, N. 9, PP. 65-78.
- 36- Shah Hosseini, H. (2013), Recognizing the motives and factors affecting the satisfaction of nature lovers from traveling to Qeshm, *Tourism Management Studies*, Year 8, N. 24, PP. 145 – 182.
- 37- Shir Khodaei, M. (2015), The effect of brand prominence on brand loyalty of tourism destination, *Quarterly Journal of Tourism Studies*, Volume 10, N. 23, pp. 111 – 129.
- 38- Shohani, N., Nikosresht, M., Trudest, Z., Moghimi, M., (2016), Evaluation of tourists' satisfaction with tourism product, Case study: Ilam Province, *Urban Tourism Quarterly*, Volume 5, N. 4, PP. 87 – 104.
- 39- Song, H., Veen, R. V., Li, G., & Chen, J. L. (2012), “The Hong Kong tourist satisfaction index”, *Annals of Tourism Research*, 39 (1): Pages PP. PP.459–479.
- 40- Uysal, Muzaffer (2003), Satisfaction Components in Outdoor Recreation and Tourism Settings, *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, Vol. 1, No. 3, pp. 2-29.
- 41- Vosoughi, L., Dadvar Khani, F., Matiei Langroudi, H., Rahnamaei, M. (2011), Evaluation of Factors Affecting Satisfaction in Studied Winter Tourism: Two Winter Destinations of Shemshak and Darbandsar, *Journal of Tourism Management Studies*, Volume 6, N., 15, pp.1 – 28.
- 42- Yazdanpanah, Massoud; Shokouhi, Mehdi (2019), The study of the effects of tourism on the satisfaction of local residents using the theory of bottom-up overflow; Case study: Kamrdogh region, *Journal of Spatial Planning*, Year 9, N. 2, pp. 23 – 38.
- 43- Zhang. H and Xiaoxiao.F. Cai. L.A and Lu. L. (2014), Destination Image and Tourist Loyalty: A Meta- Analysis. *Tourism Management*. Vol. 40. PP. 213-223.
- 44- Ziaei, M. (2004), The Status of Manpower and Education in the Tourism Sector, *Journal of Tourism Studies*, No. 6, pp. 19-37

