فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت
Journal of New Research Approaches in Management Science
سال دوم. شماره یازدهم. بهار ۱۳۹۸، صص۵۳-۱ Vol 2. No 11. 2019, p 1-53
شماره شاپا (۲۵۸۸-۵۵۶۱) ISSN: (2588-5561)

# بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی گردشگران با تاکید بر عوامل سازمانی و خدماتی (مطالعه موردی: جاذبه‌های گردشگری سنندج)

**عبدالجبار سلیمی**
**گروه آموزش زبان انگلیسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اراک، اراک، ایران**

## ۱. مقدمه

### ۱-۱ طرح مسئله

با توجه به رشد چشمگیر صنعت گردشگری و تبدیل شدن آن به یک صنعت پر رونق که تاثیر بسزایی در اشتغال و درآمدزایی برای کشورها داشته است، رقابت برای نیل به حداکثرسود ممکن در این بازار پررونق نیز افزایش یافته است. افزایش سطح آگاهی از مقاصد مختلف گردشگری به کمک رسانه‌ها و تبلیغات بر شدت این رقابت دامن می‌زند. در نتیجه اکثر کشورها به دنبال توسعه صنعت گردشگری در جهت دست یافتن به منافع بیشتر هستند و جاذبه‌های گردشگری از مهمترین مباحث گردشگری بوده و همانطور که اسواربروک (۲۰۰۲:۳) تاکید می‌کند بدون وجود جاذبه‌ها گردشگری وجود نخواهد داشت. به همین ترتیب انتظار رضایت از مقصد گردشگری بدون وجود جاذبه‌هایی خاص انتظاری بیهوده خواهد بود. شهر سنندج بعنوان بزرگترین شهر کردنشین در کشور ایران دارای جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی خاص است که با معرفی شایسته‌ی آنها و توسعه‌ی گردشگری می‌توان گام بزرگی در زمینه‌ی تلطیف مسئله ی فقر و کمک به حل معزل بیکاری در این منطقه‌ی محروم برداشت. به غیر از وجود جاذبه‌های گردشگری و لزوم معرفی درست آنها توجه به عوامل سازمانی و خدماتی موثر در جذب گردشگر و افزایش رضایت آنان می‌تواند بسیار مفید باشد. خدمت رسانی و مسئولیت‌پذیری افراد پلیس، مسئولین پایگاه‌های اطلاع‌رسانی گردشگری، کارکنان اورژانس و مراکز درمانی، کارکنان رستوران‌ها و مراکز اقامتی و مهمتر از همه نحوه‌ی برخورد مردم محلی و راهنمایی‌های گرم و سازنده‌ی همه می‌توانند در جذب گردشگر و نیز جلب رضایت آنان و در نهایت وفاداری آنان به مقصد گردشگری و تمایل آنها به بازگشت تاثیر بسزایی داشته باشند. بروشورها و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی ورودی شهر و تابلوهای راهنما چه در مبادی

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

ورودی شهر و چه در سطح شهر، آراسنگی و پاکیزگی شهر از جمله سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و دیگر اماکن گردشگری و استفاده از تکنولوژی جدید همه می‌توانند در نگرش گردشگران نسبت به مقصد گردشگری نقش قابل توجهی داشته باشند. یکی از راه‌های آگاهی از وجود خدمات و تسهیلات و میزان کیفیت آنها توجه به نظرات گردشگران بعنوان مصرف کنندگان اصلی صنعت گردشگری است. هر چند مسافرت شتابان اکثر گردشگران که بیشتر بدلیل محدودیت توانایی‌های اقتصادی در زمینه‌ی اقدام و برنامه‌ریزی مسافرت آنان است با پاسخگویی شتابان آنان در تکمیل پرسشنامه‌ها همراه است اما از لابلای نظرات سطحی پاسخگویان می‌توان به راه‌حل‌ها و پیشنهاداتی برای توسعه و بهبود کیفیت گردشگری بویژه از طریق توجه خاص به عوامل سازمانی و خدماتی موثر بر مقصد گردشگری دست یافت.

## ۱-۲ روش تحقیق و روش جمع‌آوری اطلاعات

شیوه‌ی پژوهش توصیفی-تحلیلی و به روش پیمایشی می‌باشد و ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که از دو بخش یکی به منظور اخذ اطلاعات توصیفی در مورد بازدیدکنندگان از مقصد گردشگری سنندج و دیگری در قالب طیف لیکرت و به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق تدوین شده است. برای ارتقای روایی صوری تحقیق از مشاوره با افراد متخصص در روش تحقیق و نیز تحقیقات مشابه انجام شده در این زمینه استفاده شد. جهت بالا بردن پایایی آن چند پرسشنامه بطور آزمایشی توسط چند نفر از بازدیدکنندگان تکمیل و الفای کرونباخ حدود ۷۳۷/. یعنی خوب گزارش شد. در ضمن در حین توزیع پرسشنامه تا حد ممکن از مصاحبه‌ی ساختار نیافته نیز بهره برده شد. جهت تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از نرم افزار اس. پی. اس. اس و برای آزمون فرضیات تحقیق از آماره‌ی استیودنت. ت، تحلیل واریانس یک سویه و آنووا استفاده گردید. ضریب اطمینان پژوهش هم ۹۵. /. است. جامعه آماری گردشگرانی بودند که در طی تعطیلات نوروز ۱۳۹۷ به بازدید از "مقصد گردشگری سنندج" اقدام نمودند و جامعه‌ی نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی تعداد ۲۰۰ نفر از بازدیدکنندگان بودند. گردآوری اطلاعات در زمینه‌ی جاذبه‌های شهر سنندج و مشورت‌های دیگر با همکاری صمیمانه کارشناسان محترم سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان کردستان انجام گردید.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

**جدول۱: ضریب پایایی آلفا کرونباخ متغیر پژوهش**

| گویه | پایایی آلفا کرونباخ بعد از حذف گویه | پایایی آلفا کرونباخ |
|---|---|---|
| ۱q | ۰/۶۰۴ | ۰/۷۳۷ |
| ۲q | ۰/۶۳ | |
| ۳q | ۰/۶۲۷ | |
| ۴q | ۰/۶۱۴ | |
| ۵q | ۰/۶۱۸ | |
| ۶q | ۰/۵۴۸ | |
| ۷q | ۰/۵۶۸ | |
| ۸q | ۰/۶۴۶ | |
| ۹q | ۰/۶۵۹ | |
| ۱۰q | ۰/۶۵ | |
| مجموع | ۰/۵۵۶ | |

### ۱-۳ سوالات و فرضیات تحقیق

عواملی زیادی می‌توانند در جذب گردشگران به یک مقصد گردشگری و جلب رضایت آنان از بازدید و نیز تمایل به بازدید مجدد موثر باشند که در اینجا ۱۰ مورد که بیشتر به عوامل سازمانی و خدماتی مربوط می‌شوند در قالب طیف لیکرت بعنوان سئولات یا فرضیات تحقیق عنوان شده‌اند که در واقع نشان دهنده‌ی نقاط ضعف و قوت گردشگری سنندج و نیز منعکس‌کننده‌ی رضایت گردشگران از بازدید خود می باشد.

۱- بروشورها و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی ورودی شهر بسیار مفید و مشکل‌گشا هستند.

آغاز ورود به یک شهر می‌تواند ذهنیتی مثبت یا منفی دردرون گردشگر ایجاد کند که تا آخر سفر با او بماند. بروشورها و نقشه های راهنمای توزیع شده در مبادی ورودی شهر برای یک تازه وارد کمک بسیار بزرگی است.

۲- نحوه‌ی برخورد و خدمت‌رسانی افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود.

افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع‌رسانی گردشگری با راهنمایی‌های دوستانه‌ی خود می‌توانند احساس غربت در گردشگران را به حد اقل رسانده و باعث سهولت بیشتر تردد و اقامت آنان شوند.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

۳- تابلوهای راهنما چه در میادین ورودی شهر و چه در سطح شهر شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود.

خیابان‌های کم‌عرض و اکثرا یک‌طرفه‌ی سنندج بویژه در قسمت های داخلی شهر (که بیشتر جاذبه‌های گردشگری در آنجا قرار دارند) مسیریابی را برای گردشگران مشکل نموده است. وجود تابلوهای راهنما متعدد در این زمینه می‌تواند بسیار کارگشا باشد.

۴- حضور و کیفیت پایگاه های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود.

در صورت بروز یک حادثه‌ی غیرمترقبه برای یک گردشگر حل آن به جهت ناآشنایی وی با محیط با دشواری بیشتری همراه است. حضور کیفی کارکنان مراکز درمانی و بویژه اورژانس و نیز مسئولین پایگاه‌های اطلاع‌رسانی گردشگری می‌تواند کمک حال بزرگی برای گردشگران باشد.

۵- کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیرایی رستوران‌های شهر و نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. اکثر گردشگران با رستوران‌ها برای تهیه‌ی غذا در ارتباط قرار می‌گیرند و نحوه‌ی پذیرایی آنان و نرخ خدمات ارائه شده می‌تواند تاثیر بسزایی در جلب رضایت گردشگران و تمایل دوباره‌ی آنان به بازدید مجدد داشته باشد.

۶- نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. برخورد گرم و هدایت‌کننده‌ی مردم بنظر چنان تاثیر مهمی بر جذب گردشگران و ایجاد رضایت درونی آنان دارد که دیگر عوامل چنین تاثیر عمیقی را ندارند. آموزش مردم بومی در جهت درک این موضوع مهم می‌تواند رونق‌دهنده‌ی گردشگری در شهر و دیاران‌ها باشد. گردشگران هرگز رفتار گرم و صمیمی افراد محلی را از یاد نخواهند برد.

۷- شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود. آراستگی و پاکیزگی ظاهری یک مقصد شاید اولین مطلبی است که بنظر گردشگران بیاید و تغییر این دیدگاه مثبت یا منفی در ادامه ی پروسه‌ی گردشگری دشوار خواهد بود.

۸- آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. بهره‌گیری از فنآوری‌های جدید می‌تواند جاذبه گردشگری را جلوه‌ای زیبا تر ببخشد و عامل رضایت بیشتر گردشگران از مقصد گردشگری باشد. سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در این زمینه منافع قابل توجهی را به همراه داشته باشد.

۹- سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. رعایت مواردپاکیزگی در سرویس‌های بهداشتی و سایر مکان‌های جذب گردشگری می‌تواند دید اولیه‌ی گردشگران نسبت به گردشگری مقصد را تا اندازه‌ی زیادی مثبت نماید. بدون تسهیلات و امکانات لازم جهت رفاه حال گردشگران انتظار جلب رضایت آنان انتظاری بیهوده خواهد بود.

۱۰- به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

طرح این مسئله به تنهایی می‌تواند منعکس‌کننده‌ی دید کلی بازدیدکنندگان در مورد انتخاب شهر سنندج بعنوان مقصدگردشگری خود باشد که آنان با در نظر گرفتن عوامل مختلف در ذهن به انعکاس دیدگاه خود اهتمام می ورزند.

### ۱-٤ اهداف اصلی تحقیق

۱ - معرفی جاذبه های گردشگری شهر سنندج.

۲- آگاهی از میزان رضایت گردشگران از مقصد گردشگری سنندج.

۳- شناخت و بررسی عوامل موثر بر افزایش رضایتمندی گردشگران.

۴- ارائه ی پیشنهاداتی برای بهبود کیفی گردشگری در سنندج.

## ۲- پیشینه تحقیق

### ۲-۱ مقدمه

گردشگری به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. گردشگری با تمایل و تصمیم به سفر اغاز و با رضایت یا عدم رضایت از آن پایان می پذیرد. این رضایت یا عدم‌رضایت طی فرآیندی بسیار پیچیده و زمان بر صورت می‌پذیرد. این فرآیند فعالیت‌هایی چون برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین این پروسه‌ی گردشگری فعالیت‌هایی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میزبان و مهمان را نیز در برمی‌گیرد. بنابر این عوامل گوناگون زیادی می توانند در جذب گردشگر، ایجاد رضایتمندی در آنان و تمایل به بازدید مجدد و نیز توصیه به دیگران جهت بازدید از مقصد گردشگری موثر باشند. با اذعان به لزوم توجه به تمامی عوامل دخیل در جلب رضایت گردشگران، در این تحقیق در بخش سئوالات یا فرضیه‌ها بیشتر بر عوامل خدماتی و سازمانی تاکید شده است، چه این‌ها عواملی هستند که با برنامه‌ریزی و آموزش افراد دست‌اندرکار و یا دخیل در گردشگری می‌توانند تاثیر زیادی در جذب گردشگر و رضامندی آنان داشته باشند. ناگفته پیداست که گردشگر متمایل نیست به جایی برود که با او با سردی و بی‌تفاوتی برخورد شود، به مقصدی سفر کند که به مشکلات او توجهی نشود، به مکانی سفر کند که برایش تسهیلات و امکانات لازم فراهم نشده باشد و بالاخره گام به جایی گذارد که بیشتر یاد آور غربت و خستگی سفر باشد. بنابر این برای برطرف کردن نگرانی‌های گوناگون سفر باید از قبل تمهیداتی اندیشه شود، افرادی آموزش ببینند، تسهیلات و امکاناتی مهیا شوند و خلاصه اینکه میزبان از هر نظر آمادگی کامل برای پذیرایی از مهمان را داشته باشد. مروری بر مبانی نظری جاذبه‌های گردشگری و رضایتمندی گردشگری و نیز اشاره به جاذبه‌های گردشگری سنندج می‌تواند به مثابه فانوسی در پیمودن راه پر پیچ‌وخم و دشوارگردشگری، تلاش برای برطرف کردن

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

مشکلات موجود با ارائه راهکارهای نو و هدایت بسوی توسعه باشد. می‌خواهیم بدانیم جاذبه‌های گردشگری چه هستند و چطور می‌توانند باعث جذب گردشگر شوند. سپس با معرفی خلاصه‌ای از جاذبه‌های گردشگری سنندج می‌خواهیم به عوامل موثر بر رضایت گردشگران از این مقصد گردشگری با تاکید بر عوامل سازمانی و خدماتی پی ببریم.

## ۲-۲ رضایتمندی گردشگری

هدف اصلی همه‌ی دست‌اندرکاران صنعت گردشگری و از جمله مردم محلی در نهایت باید رضایتمندی حداکثری گردشگران باشد. هر چه میزان این رضایتمندی بیشتر باشد امکان رسیدن به اهداف گردشگری از جمله درآمدزایی و اشتغال‌زایی بیشتر خواهد بود. رضایت و عدم رضایت گردشگر، حاصل مقایسه بین انتظارات قبل از سفر و ارزیابی آن‌ها بعد از سفر است. بنظر پیرس (۲۷۰ :۱۳۸۹) در واقع گردشگران، عملکرد واقعی کالاها و خدمات را با انتظارات خود مقایسه کرده و در صورت برآورده شدن انتظارات و گاهی فراتر رفتن از سطح انتظار، رضایت حاصل می‌شود. از طرف دیگر فروزیا و همکاران (۲۰۱۳) ا ینطور اظهار می کنند که نارضایتی زمانی اتفاق می‌افتد که مشتریان تفاوت معناداری بین انتظارات خود و کیفیت خدماتی که دریافت می‌کنند تجربه کنند. بیکر و کرمپتون (۲۰۰۰) نتیجه گرفتند که رضامندی با برداشت بهتر از کیفیت عملکرد افزایش می‌یابد. به علاوه آنها نشان دادند که گردشگران بسیار راضی، بسیار وفادارند و این امر احتمال بازگشت آنها و توصیه مقصد به دیگران را افزایش می‌دهد. رضایت‌مندی گردشگر در بازاریابی موفق مقصد نقش مهمی دارد زیرا بر انتخاب مقصد، مصرف محصولات و خدمات و تصمیم به بازدید مجدد تاثیر دارد (یون و یوسال ۲۰۰۵). اولیویرا (۲۳۵:۲۰۱۱) به نقل از باردین ۳۳ عنصر مربوط به رضایت گردشگری را به پنج گروه عمده تقسیم می‌کند که عبارتند از:

۱- دسترسی، شامل شرایط جاده‌ای.

۲- هزینه‌ها، از جمله عوارض و سوخت و یا بلیط، اقامت، غذا، تفریح و سرگرمی.

۳- جاذبه‌های طبیعی.

۴- جاذبه‌های مصنوعی، از جمله کافه‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید، سینماها، آثار تاریخی، هنری و مذهبی.

۵- زیرساخت، از جمله مسکن، دسترسی به اطلاعات، ارتباطات، جاده، بهداشت و ایمنی. سعیدا اردکانی و همکاران. (۱۳۸۷)

در مطالعه‌ای با هدف شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های مؤثر بر رضایت گردشگران خارجی در شیراز؛ مهمترین عوامل مؤثر در این زمینه را با استفاده از اجرای روش تحلیل عاملی، در قالب چهار دسته‌ی عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، محیط شهری و عوامل امنیتی مطرح کردند. در نهایت مهم‌ترین عوامل در رضایت گردشگران خارجی شامل نگرش ایرانی‌ها نسبت به گردشگران، سبک زندگی، آداب و رسوم و فرهنگ ایرانیان با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی شناسایی شدند. همتی و زهرانی (۱۳۹۳) در

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

چکیده‌ی تحقیق خود تحت عنوان "بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی و وفاداری گردشگران خارجی به اصفهان به مثابه برند گردشگری" عنوان می دارند که رضامندی گردشگران سازه ای چند بعدی است که از عوامل متعددی متاثر بوده و نقش مهمی در ایجاد وفاداری گردشگران و نهایتا موفقیت بلند مدت این‌صنعت ایفا می‌کند. نتایج یافته‌های تحقیق ابراهیم پور و دیگران (۱۳۸۹) نشان داد که بین عوامل سازمانی و محیطی با رضایت گردشگران و همین‌طور بین این عوامل و رضایت گردشگران با وفاداری با ضریب همبستگی ۰/۷۱ رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در نتیجه عوامل سازمانی و محیطی موجب افزایش رضایت گردشگران و به تبع آن افزایش وفاداری آن‌ها، به معنی بازگشت گردشگران و معرفی منطقه از سوی آن‌ها می‌شود. در نتیجه بهبود عوامل محیطی و سازمانی برای توسعه گردشگری پیشنهاد گردید. رضایتمندی گردشگران به عوامل مختلفی بستگی دارد که از اهم آنان جاذبه های گردشگری یک مقصد است.

## ۲-۳ جاذبه‌های گردشگری

مبحث جاذبه‌های گردشگری از مهمترین مباحث مطرح در گردشگری است و بدون وجود جاذبه ها انتظار جذب گردشگر، وفاداری به مقصد و تمایل گردشگران به توصیه ی بازدید به دیگران انتظاری واهی بنظر می آید. در تعریف جاذبه ها اسواربروک (۲۰۰۲:۵) آنها را واحدهای کوچک جغرافیایی می نامد که برای مسافرت بسیاری از افراد به محلی دورتر از محل زندگیشان در زمان فراغت و برای بازدیدی کوتاه مدت، انگیزش بخش و در دسترس هستند. (گان، ۲۰۰۲:۴۱) جاذبه‌ها را به عنوان نقاط توسعه یافته ای تعریف می کند که برای علاقه، فعالیت و سرگرمی بازدیدکنندگان برنامه‌ریزی و مدیریت می‌شوند. او دوکارکرد اصلی جاذبه‌ها را به این ترتیب عنوان می‌کند: یکی اینکه جاذبه ها موجب جذب و تهییج علاقمندان به/در سفر می گردند و دیگر اینکه جاذبه ها در شکل دادن به رضایت بازدید کنندگان کمک می‌کنند. مقصود از امکانات یا جاذبه‌ها تشکیلات یا مکان‌هایی هستند که به منظور تامین خواسته‌های جهانگردان بوجود آمده است و آنها می‌توانند از این امکانات استفاده کنند، گردش نمایند و از آن لذت ببرند (گان ۱۹۹۴:۵۸). بر طبق ضیایی و تراب احمدی (۱۳۹۳:۹۸) اصولا جاذبه‌ها با توجه به ویژگی‌های منحصر به فردشان مهمترین بخش از سیستم گردشگری و اصلی‌ترین انگیزه‌ی گردشگران برای سفر به شمار می‌آیند. (گی، ۱۳۸۲:۱۸۸) در بررسی انگیزه‌های سفر عوامل انگیزشی را در مقابل عوامل جذب اینطور بررسی می‌کند که عوامل انگیزشی را نیروهایی می‌داند که در درون فرد ودر محتوای اجتماعی شخص باعث حرکت گردشگر به سمت مقصد می‌شود و عوامل جذب را بعنوان ویژگیهای یک مقصد می‌داند که مسافر تصور می‌کند می تواند نیاز های خود را تامین کند و همین ویژگی‌ها او را بدان دیار می‌کشانند از نظر لیپر (۱۹۹۰) جاذبه‌های گردشگری شامل سه بخش می‌باشند: گردشگران، مکانی برای دیدن و یک نشانه یا تصویر که مکان را مهم جلوه می‌دهد. طبقه‌بندی‌های مختلفی از جاذبه‌های گردشگری با توجه به معیارهای

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

مختلف انجام گرفته است که شاید مطرح‌ترین و کاربردی ترین از اینسکیپ (۱۹۹۱:۷۵) باشد که آنها از نظر ماهیت به جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی و جاذبه‌های خاص (انسان ساخت) دسته‌بندی می‌کند. مقصد گردشگری مورد مطالعه یعنی سنندج بطور بالقوه از جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی کافی برای جذب گردشگران برخوردار است که شاید بزرگترین وظیفه‌ی دست‌اندرکاران گردشگری در این زمینه تبلیغ بیشتر آنها بویژه در فضای مجازی باشد. در مورد جاذبه‌های خاص (انسان ساخت) باید از نظر کمی و کیفی بازنگری موشکافانه‌ای انجام گیرد. جاذبه‌ها از هر نوع که باشند و هر چقدر هم جذاب و گیرا باشند در کنار خود نیازمند وجود عوامل سازمانی و خدماتی برای تامین امکانات و تسهیلات لازم در جهت کسب رضایت بهینه‌ی گردشگران می‌باشند، در غیر اینصورت در پایان سفر با گردشگرانی روبرو می‌شویم که از انتخاب مقصد گردشگری خود پشیمانند، تمایلی به بازگشت به مقصد ندارند و در خود انگیزه‌ای برای توصیه به دیگران برای بازدید نمی‌بینند. ضرر و زیان اصلی همه‌ی سهل‌انگاری‌ها متوجه مردم مقصد می‌شود که از مزایای متعدد گردشگری در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محروم می‌گردند.

## ۲-٤ جاذبه‌های گردشگری سنندج

شهر سنندج مرکز استان کردستان در فاصله‌ی ۵۱۲ کیلومتری جنوب غربی تهران قرار گرفته است. ارتفاع این شهر از سطح دریا ۱۴۸۰ متر است. شهر سنندج در سال ۱۰۴۶هـ ق در زمان حکومت سلسله‌ی صفویه و در دوران شاه صفی و توسط سلیمان خان اردلان بنا نهاده شد. نام سنندج معرب «سنه‌دژ» است که هم اکنون نیز مردم مناطق کردنشین، سنندج را سنه می‌نامند. سنندج به علت مرکزیت از گذشته، دارای مساجد، ابنیه و عمارات و بازار قدیمی می‌باشد که هم اکنون بیشترین تعداد جاذبه‌های این شهر را تشکیل می‌دهد. بزرگترین شهر کردنشین در ایران به داشتن آب و هوای خوب، طبیعت زیبا و مردمان مهمان نواز معروف است.

طبق آمار کارشناسان محترم سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی استان کردستان کل جاذبه‌های حوزه‌ی گردشگری سنندج ۱۹۸ مورد (۱۰۰٪) است که مراکز شهری با ۱۰۱ مورد (۵۱٪) در رتبه نخست است. پس از آن جاذبه‌های طبیعی با ۲۶ مورد (۱۳/۱۳٪) در رتبه دوم قرار دارد. جاذبه‌های فرهنگی و هنری با ۱۷ مورد (۸/۵۹٪) در رتبه سوم جای می‌گیرند. جاذبه‌های تاریخی با ۱۶ مورد (۸/۱٪) , تاریخی ـ مذهبی با ۱۴ مورد (۷/۱٪) و روستاهای گردشگری و جاذبه‌های انسان ساخت (معاصر) هر کدام با ۱۲ مورد (۶/۰۶٪) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. جاذبه‌های گردشگری سنندج بطور مختصر در زیر شرح داده شده است:

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

### مسجد جامع سنندج

این مسجد در ضلع شمالی خیابان امام خمینی(ره) قرار گرفته است. براساس مدارک موجود، زمان احداث مسجد مربوط به دوره‌ی قاجار بوده و به دستور امان‌الله خان والی کردستان در سال ۱۲۲۸ هجری قمری ساخته شده است. این مسجد دو ایوانی است با یک حیاط مرکزی که در پیرامون آن ۱۲ حجره برای طلاب علوم دینی ساخته شده است. مسجد دارای شبستانی بزرگ با ۲۴ ستون است و اطراف شبستان و سر ستون‌ها با آیات کلام‌الله مجید مزین شده است. برای تزیین دیوارهای مسجد از کاشی‌های هفت‌رنگ استفاده شده و در ازاره‌های آن سنگ مرمر به کار رفته است.

### بازار سرپوشیده‌ی سنندج

اگر دلتان می‌خواهد لباس‌های رنگارنگ و محلی کردستان را ببینید یا گیوه، قالی و گلیم و سقز بخرید باید راه بازار سنندج را درپیش بگیرید. . این بازار در دو طرف خیابان انقلاب قرار گرفته و در سال ۱۰۴۶هـ.ق همزمان با مرکزیت یافتن شهر سنندج به عنوان مرکز حکومت اردلان‌ها ساخته شده است. پلان این بازار به صورت مستطیل بزرگی است که در اثر خیابان‌کشی دوران حکومت پهلوی به دو بخش تقسیم شده و بخش شمالی آن بازار سنندجی و بخش جنوبی آن بازار آصف نام گرفته است. با وجود مراکز خرید جدید، این بازار همچنان موقعیت و ارزش خود را از لحاظ تجاری حفظ نموده است.

### خانه کرد (عمارت آصف)

خانه کرد، موزه مردم‌شناسی مناطق کردنشین و بزرگترین موزه مردم‌شناسی مربوط به یک قوم در کشور ایران است که در خیابان امام خمینی(ره) شهر سنندج واقع شده است. این موزه در عمارت آصف دایر گردیده و این عمارت یکی از بزرگترین عمارت‌های اعیانی شهر سنندج است که دارای ارزش‌های ویژه معماری از لحاظ آجرکاری و گچ‌بری و اروسی‌سازی است و حمام آن زیباترین حمام خصوصی در بین حمام‌های سنندج می‌باشد. بنای اولیه این عمارت مربوط به دوره‌ی صفویه بوده و در دوره‌های قاجار و پهلوی تکمیل‌تر شده است.

### موزه‌ی سنندج

این موزه در خیابان امام، کوچه حبیبی و در بخش بیرونی عمارت ملا لطف‌الله شیخ‌الاسلام (که امروزه به خانه سالار سعید مشهور است) قرار دارد و در آن آثار و اشیاء تاریخی کشف شده از استان و سایر نقاط ایران به نمایش گذاشته شده است. اروسی موزه سنندج یکی از نمونه‌های بی‌نظیر هنر اروسی‌سازی و کار استادکاران سنندجی می‌باشد. عمارت ملا لطف‌الله از بناهای باقیمانده دوره‌ی قاجار است.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

### عمارت خسروآباد

این عمارت در بلوار خسروآباد (شبلی) قرار دارد. عمارت در نوع خود بی‌نظیر بوده و سال‌ها مرکز حکومت حکام اردلان به ویژه خسروخان بوده است. مجموعه عمارت و باغ آن افزون بر دو بخش اصلی یعنی قصر سلطنتی با ورودی ستون‌دار در بخش غربی و ساختمان‌های شرقی با غلام گردش‌ها و ایوان ستون‌دار مشرف بر صحن عمارت و فضای بیرونی بنا دارای فضاهای دیگری چون حمام، اتاق قاپ‌چیان و خدمت‌کاران است. تزیینات معماری این بنا شامل گچ‌بری، آجرکاری، اروسی‌های زیبا و حوض چلیپا شکل داخل عمارت است.

### عمارت مشیر دیوان

این عمارت در خیابان شهدا قرار دارد و شامل هفت حیاط با فضاهای مرتبط است و یک حمام خصوصی در داخل مجموعه دارد. هریک از حیاط‌ها نیز دارای آبنما می‌باشند. عمارت توسط میرزا یوسف مشیردیوان در دوره‌ی قاجار ساخته شده است و زیباترین ایوان با طرح کلاه‌فرنگ در سنندج متعلق به این بنا است. در این عمارت نیز از اروسی‌های پرکار، تزیینات آجری، کاربندی‌ها و گچ‌بری جهت تزیین استفاده شده است.

### پل تاریخی قشلاق

در فاصله‌ی ۲۰ کیلومتری شمال سنندج در مسیر جاده‌ی سقز به روی رودخانه قشلاق، سد مخزنی قشلاق احداث شده است. دریاچه پشت این سد ۱۱ کیلومتر طول دارد و وسعتی معادل ۹۳۴ هکتار را در بر می‌گیرد این دریاچه محل مناسبی برای ورزش‌های آبی است و جزو جاذبه‌های طبیعی سنندج به شمار می‌رود.

### عمارت وکیل

این مجموعه بزرگ در خیابان کشاورز واقع شده است و شامل سه حیاط با عمارت‌های مربوطه و یک حمام خصوصی در داخل مجموعه و یک حمام عمومی در خارج آن است. بخش اصلی عمارت وکیل در دوران زندیه ساخته شده و بخش‌های دیگران متعلق به دوره‌های قاجار است. مجموعه دارای تزییناتی چون آجرکاری‌های زیبا و اروسی‌های پرکار است و حیاط مرکزی دارای سقف شیروانی با طرح کلاه فرنگی است.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

### مجموعه پارک تفریحی آبیدر

این مجموعه در غرب سنندج و در انتهای خیابان آبیدر قرار دارد و یکی از اصلی‌ترین جاهای گردشگری سنندج است. آبیدر یعنی جایی که آب زیاد از آن بیرون می‌آید و این وجه تسمیه به خاطر چشمه‌های زیرزمینی فراوان آن است. شهر سنندج از فراز این پارک چشم‌انداز بسیار زیبایی دارد. چندین باغ و چشمه‌ی طبیعی در این پارک وجود دارد، یکی از بزرگ‌ترین باغ‌های این مجموعه باغ امیریه است و بزرگ‌ترین سینمای روباز (تابستانی) کشور و خاورمیانه در این باغ جای گرفته است. این مجموعه از قدیم‌الایام تفریح‌گاه مردم سنندج بوده و کوه آبیدر دارای محبوبیت خاصی در میان مردم است. برای کوه نوردی کوه آبیدر بهترین گزینه است و استقبال خوبی از طرف مردم محلی و گردشگران در این زمینه بعمل می‌آید. پخش فیلم های جذاب از سینمای روباز این مجموعه بویژه در مورد جاذبه‌های گردشگری سنندج می تواند در جلب رضایت بیشتر مسافران موثر باشد.

### مجموع تفریحی پارک ملت و دیدگاه

این مجموعه که در بلوار ورودی کرمانشاه به سنندج قرار دارد از تفریحگاه‌های قدیمی مردم سنندج است و جای مناسبی برای گردشگران علاقمند به استفاده از کمپ بعنوان اقامت است. نکته ای که در بازدید از این مجموعه‌ی تفریحی جذاب بسیار توی ذوق گردشگر می‌زند مشاهده‌ی محوطه‌ی پارک بازی بچه‌ها با وسیله‌های درب و داغان است که متاسفانه باعث کشته شدن یک جوان بعلت پرت شدن از بالای یک وسیله حین بازی در خرداد ۱۳۹۷ شده است. علت بلاتکلیفی این محوطه‌ی بازی عدم تقبل مسئولیت تملیک و بازسازی چه از طرف شهرداری و چه از طرف بخش خصوصی است!

### میدان آزادی سنندج

بزرگترین و جذابترین میدان شهر سنندج است که طراحی جالب آن باعث جلب توجه گردشگران می‌شود. مجسمه‌ی داخل میدان که سنبل آزادی و اثر هنرمند بواقع چیره‌دست کرد یعنی استاد ضیاالدینی است جلوه‌ای خاص به این میدان داده و گردشگران با گرفتن عکس‌های زیبا می‌توانند خاطرات شیرین خود را از شهر سنندج در قاب‌های عکس خود به یادگار بگذارند.

### حمام خان

این حمام در ضلع شمالی بازار قدیمی سنندج در خیابان انقلاب واقع است. تزیینات آهک‌بری داخل حمام و نقوش موجود بر روی دیوار آن در نوع خود بی‌نظیر و جالب می‌باشد. حمام در سال ۱۲۲۰ هجری قمری به دستور امان‌الله خان اردلان ساخته شده و در بین حمام‌های باقیمانده از گذشته بزرگترین و زیباترین حمام شهر است.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

### امامزاده هاجر خاتون

این امامزاده در خیابان صلاح‌الدین ایوبی در محله‌ی قدیمی سرتپوله واقع است. براساس روایات موجود این امامزاده شریفه، خواهر امام رضا(ع) است که در سفر آن بزرگوار به خراسان، در کردستان رحلت نموده و در این مکان به خاک سپرده شده است. در مجاور این امامزاده، مسجد و آرامگاه مشایخ و بزرگان سنندج نیز قرار دارد.

### امامزاده پیرعمر

این امامزاده در ضلع جنوبی خیابان امام خمینی واقع شده و تاریخ ساخت آن ۱۰۴۶هـ ق می‌باشد. امامزاده پیرعمر را پسر بلافصل حضرت علی(ع) می‌دانند. بنای آرامگاه شامل تزیینات آجری، گچبری و اروسی‌های زیبا است.

### امامزاده پیرمحمد

این بقعه در میدان نبوت سنندج بر بالای تپه‌ای که قبرستان قدیمی شهر واقع شده است قرار دارد. این بنا محل دفن امامزاده محمد بن یحیی مشهور به پیرمحمد است.

### قرآن نگل

در ۶۵ کیلومتری غرب سنندج در مسیر جاده‌ی سنندج- مریوان، در داخل مسجد روستای نگل، قرآنی خطی از دوران گذشته وجود دارد که بنا به اعتقادات مردم یکی از چهار قرآن خطی است که در زمان خلیفه‌ی سوم به رشته‌ی تحریر درآمده و به چهار اقلیم دنیا فرستاده شده است. قطع قرآن رحلی بزرگ، جلد آن چرمی و صفحات کاغذی ضخیم آن به علت تشابهی که با پوست دارد بین مردم به پوست آهو شهرت یافته است. خط قرآن کوفی و دارای نقطه و اعراب و در قسمتی از شماره آیات طلاکاری شده و مزین به نقوش گیاهی می‌باشد. تاریخ تحریر قرآن با توجه به شیوه خط و تزیینات مربوط به اواخر قرن چهارم هجری است. این قرآن در بین مردم جایگاه والایی داشته و همه روزه عده کثیری از نقاط دوردست برای زیارت آن به این روستا می‌آیند.

### مسجد قبا

قبا یکی از منحصر به فرد ترین مساجد از نظر ساختار و معماری در مناطق کردنشین است. مسجد دارای چهار درب ورود و خروج است، که درب ورودی اصلی آن در دل ایوان عظیمی واقع شده که در دل خود منبری کوچک را با استفاده از هنر کاشیکاری قرار داده است. صنعت کاشی سازی و کاشی کاری که بیش از همه در تزیین معماری سرزمین ایران، و به طور اخص بناهای مذهبی به کار گرفته شده، همانند سفالگری

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

دارای ویژگی‌های خاصی است. این هنر و صنعت که در مسجد قبای سنندج به خوبی خود نمایی می کند، از گذشته ی بسیار دور در نتیجه مهارت، ذوق و سلیقه کاشی ساز در مقام شیئی ترکیبی متجلی گردیده است، بدین ترتیب که هنرمند کاشی کار یا موزائیک ساز با کاربرد و ترکیب رنگ های گوناگون و یا در کنار هم قرار دادن قطعات ریزی از سنگ‌های رنگین و بر طبق نقشه‌ای از قبل طرح گردیده، به اشکالی متفاوت و موزون از تزیینات بنا دست یافته است. که این یکی از ویژگی‌های بارز و ارزنده مسجد قبا به شمار می‌رود و جلوه و زیبایی خاصی رو به نمای ساختمان بخشیده است.

## کلیسای سنندج

این بنا در ضلع غربی خیابان نمکی و در محله قدیمی (آغه زمان) که محله‌ای مسیحی نشین بود قرار دارد. در اواخر حکومت شاه عباس دوم صفوی دولت عثمانی ارامنه را به ایران تبعید کرد و گروهی از آن‌ها در شهر سنندج ساکن شدند. در آن زمان والیان اردلان برای مسیحیان تبعیدی این کلیسارا بنا نهادند. شیوه ساخت و نوع معماری کلیسای سنندج تحت تأثیر معماری سبک اصفهانی است و تلفیقی از نماسازی سبک بومی مانند طاق نما و ستون‌های آجری در آن به کار رفته که به فرم مشعل در بخش فوقانی به صورت سه ترکی آجرکاری شده است. خطوط عمودی در نمای بیرونی ساختمان تأکید بر ارتفاع کلیساست. در گل دسته ناقوس کلیسا کاشی‌های معقلی و گره چینی قابل ملاحظه است. حجاری سنگ‌های سردر ورودی که دارای نقش گل لوتوس و ترنج است، کار استادان سنندجی است. این کلیسا دارای قناتی فعال است و آب نمای زیبایی نیز در داخل حیاط آن در ضلع جنوبی دیده می‌شود. در این کلیسا پیرزنی که سال‌های جوانی خود را به نگهبانی از آن گذرانده به همراه خانواده خود زندگی می کند.

## دریاچه‌ی سد قشلاق

سد مخزنی وحدت (قشلاق) بر روی رودخانه قشلاق در فاصله ۲۰کیلومتری شمال سنندج در مسیر جاده سقز، روی کوه‌های منطقه ساتله و تیرگرا احداث شده است. دریاچه پشت این سد ۱۱ کیلومتر طول دارد و وسعتی معادل ۹۳۴ هکتار رو در برمی‌گیرد و با توجه به سطح دریا و حجم آب، زمینه ی مناسبی برای انواع ورزش‌های آبی به وجود آورداست. این دریاچه هم چنین محل زیست ماهیان مختلف از خانواده کپور ماهیان است که از آن جمله می‌توان به ماهی عروس، شاه کولی، سیاه ماهی، آلبورنوس کاپیتو، ماهی سیاه و سس ماهی اشاره کرد. به همین دلیل شرایط ماهی گیری تفریحی هم فراهم شده است. دریاچه پشت سد با فضای سبز و جنگل کاری اطراف از دیدنی‌های جالب توجه شهر محسوب می‌شود. هم چنین امکانات تفریحی و اسکله قایق رانی دریاچه هر ساله تعداد زیادی علاقه‌مندان به ورزش‌های آبی رو به سوی این مکان جذب می کند.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

### حمام شیشه

حمام شیشه در مجاور پل و مسجد ملاویسی قرار دارد و از بناهای عمومی و قدیمی شهر سنندج به شمار می رود. این حمام دارای فضاهای ورودی، هشتی، سربینه و حمام گرم با ستون های سنگی است. سکوها، آب نمای گرم و سرد، خزینه و خلوتی بنا دارای خصوصیات ویژه ای است. حمام زنانه در کوچه مجاور حمام قرار دارد. از در و پنجره‌ها و شیشه‌های رنگی، که وجه تسمیه حمام به آن برمی‌گردد، آثار زیادی باقی نمانده است. از دیگر ویژگی‌های این بنا، تزیینات آهک بری است که شامل نقش های مختلف گیاهی و حیوانی می باشد. به احتمال قریب به یقین این حمام در دوره قاجار بنا شده است. حمام شیشه تا چند سال پیش مورد استفاده بوده. این حمام تاریخی در سال ۸۳ به صورت کامل مرمت شد و قرار شد که به عنوان یکی از آثار تاریخی مورد بازدید گردشگران و به عنوان موزه دائمی عکس کردستان باشد ولی تنها یک سال بعد از مرمت، درب حمام شیشه بسته شد. عبور کانال فاضلاب شهر سنندج از نزدیکی آن باعث شده تا آب به دیوارهای آن نفوذ پیدا کرده و هر روز بخشی از دیوارهای حمام تاریخی شیشه از بین برود که با توجه به این هر روز بخشی از گچ وگل بر روی دیوارهای این حمام فرو می ریزد و اگر این روند ادامه داشته باشد بی شک باید منتظر تخریب کل دیوارها بود.

### قلل مرتفع

به علت کوهستانی بودن منطقه و امنیت حاکم بر آنها هر ساله تعداد بسیاری از کوهنوردان به قلل مرتفع و مشهور سنندج صعود می‌نمایند. مهم‌ترین قلل این شهرستان عبارتند از: آبیدر، سلطان سراج‌الدین، آوالان در جنوب سنندج، شاه‌نشین در ژاوه‌رود، کوه کوچک سارد و کوه چره‌لان در جنوب غربی سنندج.

### مراسم عرفانی

از دیگر جاذبه‌های شهر سنندج مراسم عرفانی دراویش است که به صورت هفتگی در برخی از تکایا اجرا می‌گردد و گردشگران بسیاری از این مراسم دیدن می‌نمایند. در استان کردستان دو فرقه عمده تصوف وجود دارد: یکی طریقه‌ی قادریه که پیروان آن مریدان شیخ عبدالقادر گیلانی هستند که درک حقیقت و وصول به حق را در قیل و قال می‌دانند و در حالت سماع، دف‌زنان به عالم جذبه می‌روند و هر بیننده‌ای را شیدای خود می‌کنند. دیگری طریقه‌ی نقشبندیه است که مؤسس این طریقت خواجه بزرگ مولانا بهاءالدین محمد نقشبندیه بخارایی است و پیروان او وصول به حق را در تفکر و سکوت می‌دانند.

## ۳- یافته‌های تحقیق و تحلیل داده‌ها

### مقدمه

آنچه درادامه خواهد آمد، تجزیه و تحلیل توصیفی واستنباطی وآزمون تایید یارد فرضیات تحقیق می باشد. ابزار تحلیل داده ها است. روش آزمون و شیوه ی بررسی فرضیات تحقیق استفاده از آماره SPSS نرم‌افزار

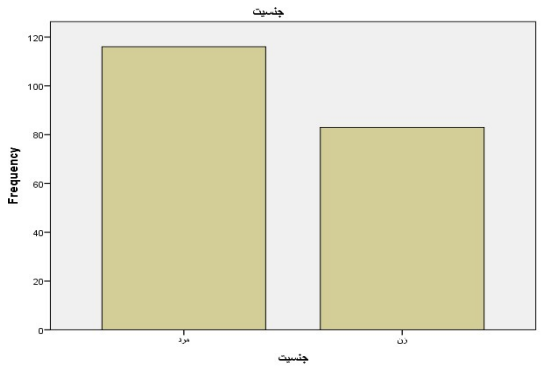
[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

استیودنت، تحلیل واریانس یک راهه و آنووا می‌باشد. ضریب اطمینان پژوهش ۹۵/. می باشد.

## تحلیل توصیفی مشاهدات و داده‌ها

### داده‌های جمعیت شناسی

| جمعیت‌شناسی | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | مرد | ۱۱۶ | ۵۸ | ۵۸/۳ | ۵۸/۳ |
| | زن | ۸۳ | ۴۱/۵ | ۴۱/۷ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۹ | ۹۹/۵ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۱ | ۵ . | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

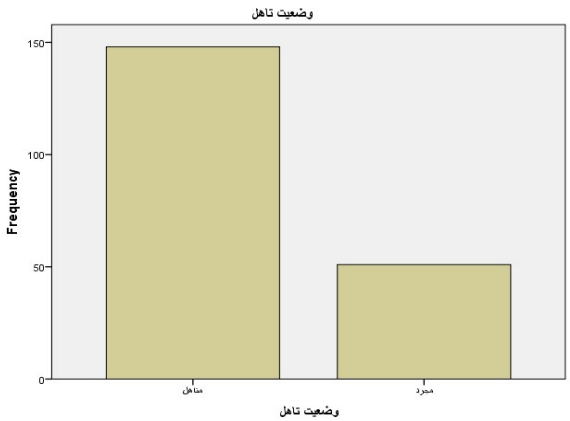



هر چندکه بازدید اکثر بازدیدکنندگان از شهر سنندج بصورت خانوادگی بوده، تفاوتی بین تعداد زنان و مردان بازدیدکننده وجود دارد که شاید بتوان آن را به امکان راحت‌تر مسافرت نمودن مردان مجرد ربط داد.

### وضعیت تاهل

| وضعیت تأهل | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | متأهل | ۱۴۸ | ۷۴ | ۷۴/۴ | ۷۴/۴ |
| | مجرد | ۵۱ | ۲۵/۵ | ۲۵/۶ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۹ | ۹۹/۵ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۱ | ۵ . | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]



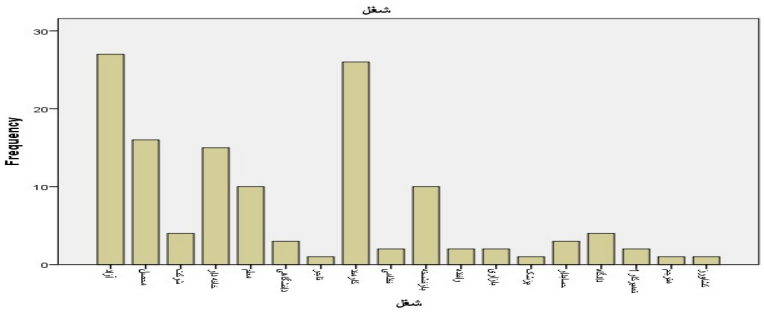

درصد بسیار بالای افراد متاهل نسبت به بازدیدکنندگان مجرد نشانه‌ی تمایل بیشترمردم به مسافرت بصورت خانوادگی است، این در حالی است که آمار مجردین جامعه روز به روز بالاتر می رود.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

**شغل**

| شغل | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | آزاد | ۲۷ | ۱۳/۵ | ۲۰/۸ | ۲۰/۸ |
| | محصل | ۱۶ | ۸ | ۱۲/۳ | ۳۳/۱ |
| | شرکت | ۴ | ۲ | ۳/۱ | ۳۶/۲ |
| | خانه دار | ۱۵ | ۷/۵ | ۱۱/۵ | ۴۷/۷ |
| | معلم | ۱۰ | ۵ | ۷/۷ | ۵۵/۴ |
| | دانشگاهی | ۳ | ۱/۵ | ۲/۳ | ۵۷/۷ |
| | تاجر | ۱ | ۵ . | ۸ . | ۵۸/۵ |
| | کارمند | ۲۶ | ۱۳ | ۲۰ | ۷۸/۵ |
| | نظامی | ۲ | ۱ | ۱/۵ | ۸۰ |
| | بازنشسته | ۱۰ | ۵ | ۷/۷ | ۸۷/۷ |
| | راننده | ۲ | ۱ | ۱/۵ | ۸۹/۲ |
| | بازاری | ۲ | ۱ | ۱/۵ | ۹۰/۸ |
| | پزشک | ۱ | ۵ . | ۸ . | ۹۱/۵ |
| | حسابدار | ۳ | ۱/۵ | ۲/۳ | ۹۳/۸ |
| | دادگاهی | ۴ | ۲ | ۳/۱ | ۹۶/۹ |
| | تعمیرکار۱ | ۲ | ۱ | ۱/۵ | ۹۸/۵ |
| | مترجم | ۱ | ۵ . | ۸ . | ۹۹/۲ |
| | کشاورز | ۱ | ۵ . | ۸ . | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۳۰ | ۶۵ | ۱۰۰ | |
| فرامو ش شده | فراموش شده | ۷۰ | ۳۵ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

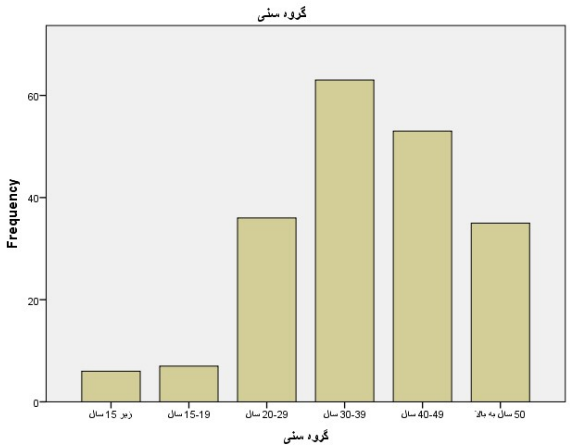
[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]




۷۹ مورد بدون ذکر شغل نشانه ی کم توجهی است ولی فراوانی بالای کارمندان، مشاغل آزاد، خانم‌های خانه دار، دانشجویان و محصلین با توجه به شرایط معمولی جامعه طبیعی بنظر می‌آید.

## گروه سنی:

| گروه سنی | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | زیر۱۵سال | ۶ | ۳ | ۳ | ۳ |
| | ۱۵-۱۹سال | ۷ | ۳/۵ | ۳/۵ | ۶/۵ |
| | ۲۰-۲۹ سال | ۳۶ | ۱۸ | ۱۸ | ۲۴/۵ |
| | ۳۰-۳۹ سال | ۶۳ | ۳۱/۵ | ۳۱/۵ | ۵۶ |
| | ۴۰-۴۹ سال | ۵۳ | ۲۶/۵ | ۲۶/۵ | ۸۲/۵ |
| | ۵۰ سال به بالا | ۳۵ | ۱۷/۵ | ۱۷/۵ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۲۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

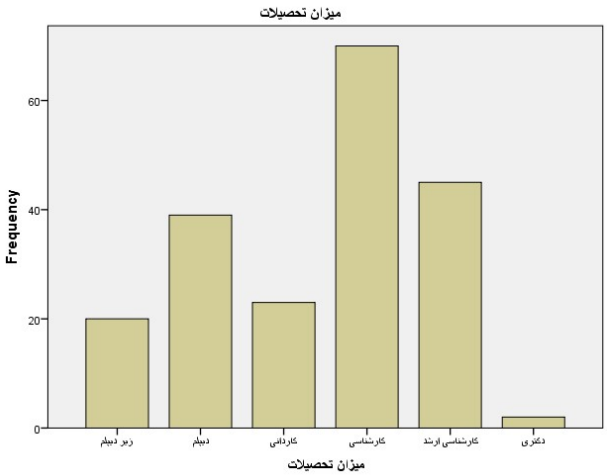



[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

بالاترین فراوانی (۶۳ مورد معادل ۳۱. ۵ درصد) در بین گروه میان‌سال ۳۹-۳۰ شاید از مزایای بلوغ فکری و توانایی جسمانی این رده‌ی سنی جهت مسافرت خبر می‌دهد. فراوانی‌های بالای رده‌های سنی بالاتر و پایین تر از این رده‌ی سنی هم می‌تواند تقویت کننده‌ی این فرضیه باشد. البته باید در نظر داشت که تعداد افراد زیر ۱۵ سالی که با والدین خود به شهر سنندج مراجعه کرده‌اند آنقدر پایین نبوده است و فراوانی پایین این رده‌ی سنی بیشتر به عدم تمایل هم خود آنان و هم محقق در تکمیل پرسشنامه بوده است.

## میزان تحصیلات

| میزان تحصیلات | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | زیردیپلم | ۲۰ | ۱۰ | ۱۰/۱ | ۱۰/۱ |
| | دیپلم | ۳۹ | ۱۹/۵ | ۱۹/۶ | ۲۹/۶ |
| | کاردانی | ۲۳ | ۱۱/۵ | ۱۱/۶ | ۴۱/۲ |
| | کارشناسی | ۷۰ | ۳۵ | ۳۵/۲ | ۷۶/۴ |
| | کارشناسی ارشد | ۴۵ | ۲۲/۵ | ۲۲/۶ | ۹۹ |
| | دکتری | ۲ | ۱ | ۱ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۹ | ۹۹/۵ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۱ | ۵ . | | |
| مجموع | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | | |



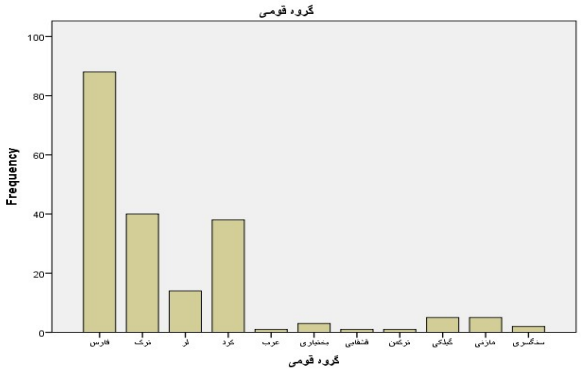

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

مدرک لیسانس (با ۳۵٪) دارای بالاترین فراوانی می باشد. با رشد قارچ گونه دانشگاه‌های غیرانتفاعی مدرک لیسانس به مدرکی سهل الوصول و بیشتر به منظور کسب اعتبار و ژست اجتماعی تبدیل شده است. مدرک فوق لیسانس هم (با ۲۲. ۵۵ ٪) در رده‌ی دوم قرار دارد که می‌تواند نشان از بالا رفتن سطح تحصیلات در جامعه باشد. هرچند که مدرک دیپلم در بین قدیمی‌ها از اعتبار خاصی برخوردار بود.

**گروه قومی:**

| گروه قومی | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | فارس | ۸۸ | ۴۴ | ۴۴/۴ | ۴۴/۴ |
| | ترک | ۴۰ | ۲۰ | ۲۰/۲ | ۶۴/۶ |
| | لر | ۱۴ | ۷ | ۷/۱ | ۷۱/۷ |
| | کرد | ۳۸ | ۱۹ | ۱۹/۲ | ۹۰/۹ |
| | عرب | ۱ | ۵ . | ۵ . | ۹۱/۴ |
| | بختیاری | ۳ | ۱/۵ | ۱/۵ | ۹۲/۹ |
| | قشقایی | ۱ | ۵ . | ۵ . | ۹۳/۴ |
| | ترکمن | ۱ | ۵ . | ۵ . | ۹۳/۹ |
| | گیلکی | ۵ | ۲/۵ | ۲/۵ | ۹۶/۵ |
| | مازنی | ۵ | ۲/۵ | ۲/۵ | ۹۹ |
| | سنگسری | ۲ | ۱ | ۱ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۸ | ۹۹ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | فراموش شده | ۲ | ۱ | | |
| مجموع | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

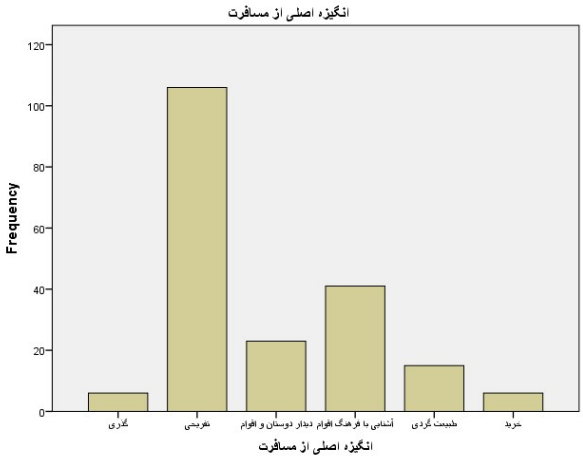



فارس زبان‌ها بویژه از استان های تهران و اصفهان بالاترین درصد از بازدیدکنندگان از سنندج را تشکیل می‌دادند که آن را می‌توان به توان مالی مناسب و علاقه‌مندی آنان به مسائل گردشگری نسبت داد. بعد از آن همسایگان ترک زبان شمالی کردستان هم استقبال قابل توجهی داشتند همچنین شهرسنندج بعنوان بزرگترین شهر کردنشین در ایران جاذبه‌ای خوبی برای کرد زبان‌های سایر شهرهای ایران است.

**انگیزه اصلی از مسافرت**

| انگیزه اصلی از مسافرت | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | گذری | ۶ | ۳ | ۳ | ۳ |
| | تفریحی | ۱۰۶ | ۵۳ | ۵۳/۸ | ۵۶/۹ |
| | دیداردوستانواقوام | ۲۳ | ۱۱/۵ | ۱۱/۷ | ۶۸/۵ |
| | آشنایی با فرهنگ اقوام | ۴۱ | ۲۰/۵ | ۲۰/۸ | ۸۹/۳ |
| | طبیعت گردی | ۱۵ | ۷/۵ | ۷/۶ | ۹۷ |
| | خرید | ۶ | ۳ | ۳ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۷ | ۹۸/۵ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۳ | ۱/۵ | | |
| مجموع | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

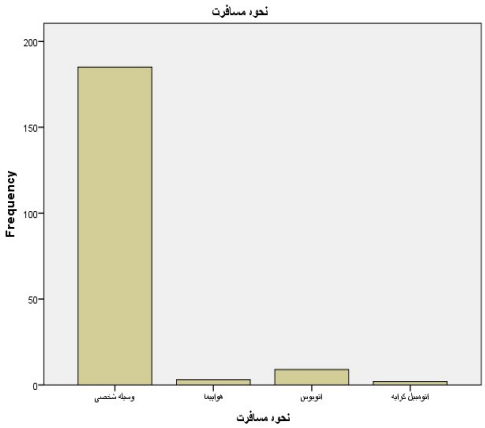



داده‌های فوق بیانگر این واقعیت است که در کشور ما مسافرت به شهرهای دیگر برای اکثر مردم بیشتر جنبه‌ی تفریحی دارد، هر چند که فرهنگ قوم کرد مانند فرهنگ بقیه‌ی اقوام دیگر ایران آنقدر غنی است که عامل جذب گردشگران به منظور آشنایی با فرهنگ آن قوم گردد. دیدار از اقوام و دوستان هم عامل قابل توجهی برای مسافران بود. بوم‌گردی به علت طبیعت زیبای کردستان هم می‌تواند عامل دیگری برای جذب گردشگران باشد. و بالاخره بدلیل رونق زیاد گردشگری خرید در شهرهای بانه و مریوان، شهر سنندج می‌تواند میزبانی کوتاه‌مدت برای مسافران گذری باشد.

## نحوه مسافرت:

| نحوه مسافرت | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | وسیله شخصی | ۱۸۵ | ۹۲/۵ | ۹۳ | ۹۳ |
| | هواپیما | ۳ | ۱/۵ | ۱/۵ | ۹۴/۵ |
| | اتوبوس | ۹ | ۴/۵ | ۴/۵ | ۹۹ |
| | اتومبیلکرایه | ۲ | ۱ | ۱ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۹ | ۹۹/۵ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۱ | ۵ . | | |
| مجموع | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

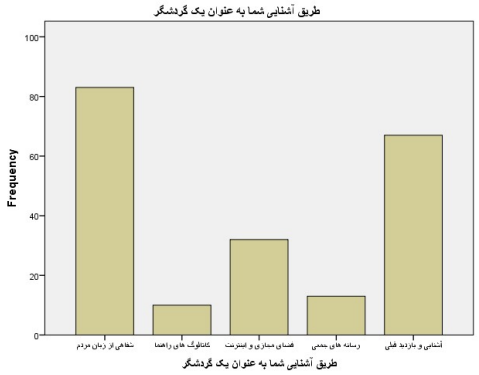



داده‌ها نشان می‌دهد که اکثریت مردم ترجیح می‌دهند از وسیله شخصی جهت مسافرت استفاده می‌کنند که این نشان از راحتی این وسیله ی نقلیه دارد. از سویی دیگر می‌توان نتیجه گرفت که همین مسافرت‌های کوتاه و با شتاب هم متعلق به قشری از جامعه است که از استطاعت مالی بالنسبه مناسبی برخوردار هستند.

## طریق آشنایی شما با سنندج به عنوان مقصد گردشگری

| طریق آشنایی شما با سنندج به عنوان مقصد گردشگری | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | شفاهی از زبان مردم | ۸۳ | ۳۹ | ۴۰/۵ | ۴۰/۵ |
| | کاتالوگ‌هایراهنما | ۱۰ | ۴/۷ | ۴/۹ | ۴۵/۴ |
| | فضای مجازی واینترنت | ۳۲ | ۱۵ | ۱۵/۶ | ۶۱ |
| | رسانه‌های جمعی | ۱۳ | ۶/۱ | ۶/۳ | ۶۷/۳ |
| | آشنایی و بازدید قبلی | ۶۷ | ۳۱/۵ | ۳۲/۷ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۲۰۵ | ۹۶/۲ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۸ | ۳/۸ | | |
| مجموع | | ۲۱۳ | ۱۰۰ | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

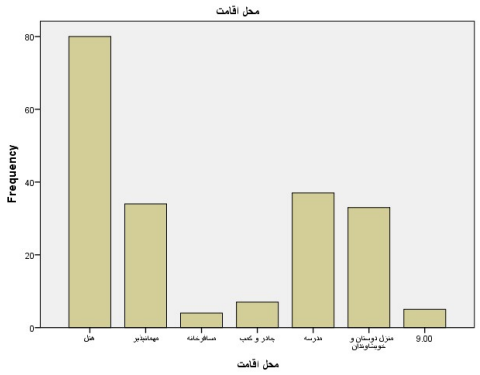



داده‌ها نشان می‌دهد که اکثریت مردم از طریق شفاهی و از زبان مردم و یا از طریق آشنایی و بازدید قبلی با مقصد گردشگری سنندج آشنا شده‌اند. فضای مجازی و اینترنت هم در این آشنایی تاثیر قابل توجهی دارد که این تاثیر بعلت سهولت و فراگیری بودن آن باید روز به روز بیشتر شود.

**محل اقامت:**

| محل اقامت | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | هتل | ۸۰ | ۴۰ | ۴۰ | ۴۰ |
| | مهمان پذیر | ۳۴ | ۱۷ | ۱۷ | ۵۷ |
| | مسافرخانه | ۴ | ۲ | ۲ | ۵۹ |
| | چاد ر و کمپ | ۷ | ۳/۵ | ۳/۵ | ۶۲/۵ |
| | مدرسه | ۳۷ | ۱۸/۵ | ۱۸/۵ | ۸۱ |
| | منزل دوستان وخویشاوندان | ۳۳ | ۱۶/۵ | ۱۶/۵ | ۹۷/۵ |
| | ۹ | ۵ | ۲/۵ | ۲/۵ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۲۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

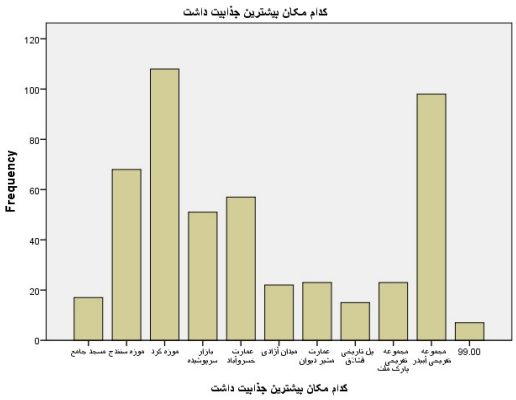



اقامت در هتل (با ۴۰٪) بطور یقین تعلق به قشر مرفه‌تر گردشگران دارد و در رده‌های بعدی اقامت در مدرسه و مهمان‌پذیر است که مناسب اقشار کم درآمدتر است. مهمان نوازی مردم کرد درصد قابل توجهی از اقامت مسافران در منزل دوستان و خویشاوندان را به خود اختصاص را باعث شده است. هرچند اقامت در چادر و کمپ (بدلیل عدم دسترسی آسان به آنها و مسافرت‌های گذری و شتابان آنان) از آمار پایینی برخوردار است اما واقعیت این است اقامت بصورت کمپ و چادر در سنندج فراوان قابل مشاهده است.

## میزان جذابیت

| | جذابیت | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | مسجدجامع | ۱۷ | ۳/۵ | ۳/۵ | ۳/۵ |
| | موزه سنندج | ۶۸ | ۱۳/۹ | ۱۳/۹ | ۱۷/۴ |
| | موزه خانه کرد | ۱۰۸ | ۲۲/۱ | ۲۲/۱ | ۳۹/۵ |
| | بازارسرپوشیده | ۵۱ | ۱۰/۴ | ۱۰/۴ | ۴۹/۹ |
| | عمارت خسروآباد | ۵۷ | ۱۱/۷ | ۱۱/۷ | ۶۱/۶ |
| | میدان آزادی | ۲۲ | ۴/۵ | ۴/۵ | ۶۶/۱ |
| | عمارت مشیردیوان | ۲۳ | ۴/۷ | ۴/۷ | ۷۰/۸ |
| | پل تاریخی قشلاق | ۱۵ | ۳/۱ | ۳/۱ | ۷۳/۸ |
| | مجموعه تفریحی پارک ملت | ۲۳ | ۴/۷ | ۴/۷ | ۷۸/۵ |
| | مجموعه تفریحی آبیدر | ۹۸ | ۲۰ | ۲۰ | ۹۸/۶ |
| | فراموش شده | ۷ | ۱/۴ | ۱/۴ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۴۸۹ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]



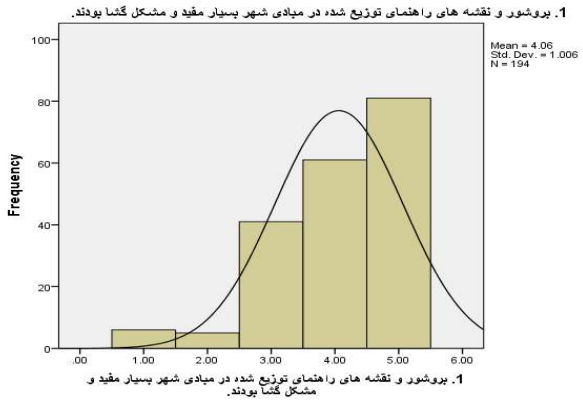

هر چند بدلیل اقامت کوتاه‌مدت اکثر گردشگران و عدم امکان بازدید دقیق از همه ی جاذبه‌های گردشگری سنندج انتظار گرفتن نظرات دقیق از گردشگران انتظاری بیهوده بنظر می‌آید اما همانطور که انتظار می رفت که موزه خانه کرد و مجموعه تفریحی آبیدر از جذابیت بیشتری نزد گردشگران برخوردار باشند. موزه سنندج، عمارت خسروآباد و بازار سرپوشیده سنندج در رده‌های بعدی مورد توجه گردشگران بودند.

## داده‌های توصیف کیفی گویه‌ها

**۱- بروشور و نقشه های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل‌گشا بودند.**

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاً مخالفم | ۶ | ۳ | ۳/۱ | ۳/۱ |
| | مخالفم | ۵ | ۲/۵ | ۲/۶ | ۵/۷ |
| | نظری ندارم | ۴۱ | ۲۰/۵ | ۲۱/۱ | ۲۶/۸ |
| | موافقم | ۶۱ | ۳۰/۵ | ۳۱/۴ | ۵۸/۲ |
| | کاملاً موافقم | ۸۱ | ۴۰/۵ | ۴۱/۸ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۴ | ۹۷ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۶ | ۳ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

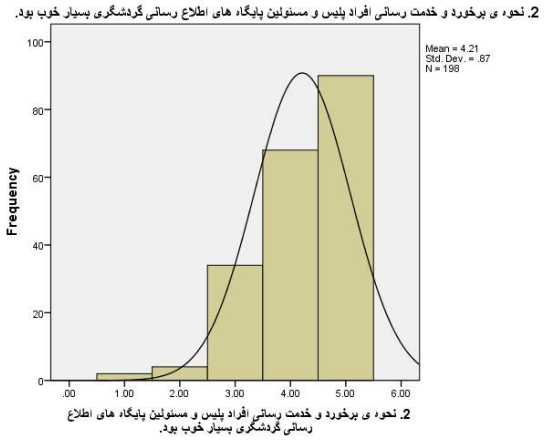



بار سنگین موافقت با این اظهار می‌تواند نشانگر اهمیت این موضوع نزد گردشگران باشد. با این وجود بهبود کیفی و کمی آن می‌تواند در ایجاد ذهنیت مثبت در گردشگران تازه ورود و استمرار این ذهنیت مثبت در ادامه‌ی سفر بسیار موثر باشد.

**۲- نحوه‌ی برخورد و خدمات‌رسانی افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود.**

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاً مخالفم | ۲ | ۱ | ۱ | ۱ |
| | مخالفم | ۴ | ۲ | ۲ | ۳ |
| | نظریندارم | ۳۴ | ۱۷ | ۱۷/۲ | ۲۰/۲ |
| | موافقم | ۶۸ | ۳۴ | ۳۴/۳ | ۵۴/۵ |
| | کاملاً موافقم | ۹۰ | ۴۵ | ۴۵/۵ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۸ | ۹۹ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۲ | ۱ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

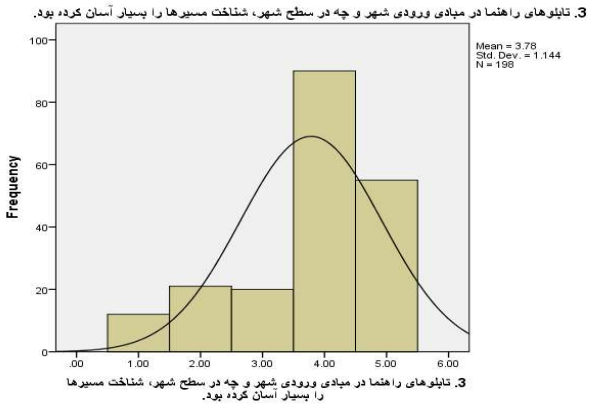



دیدگاه مثبت گردشگران در این زمینه اگرچه مایه‌ی امیدواری است ولی هرچه خدمات‌رسانی و اطلاع رسانی بیشتر و با کیفیت تر باشد رضایتمندی گردشگران بالاتر و بالاتر می رود.

**۳- تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود.**

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاًمخالفم | ۱۲ | ۶ | ۶/۱ | ۶/۱ |
| | مخالفم | ۲۱ | ۱۰/۵ | ۱۰/۶ | ۱۶/۷ |
| | نظریندارم | ۲۰ | ۱۰ | ۱۰/۱ | ۲۶/۸ |
| | موافقم | ۹۰ | ۴۵ | ۴۵/۵ | ۷۲/۲ |
| | کاملاًموافقم | ۵۵ | ۲۷/۵ | ۲۷/۸ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۸ | ۹۹ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۲ | ۱ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

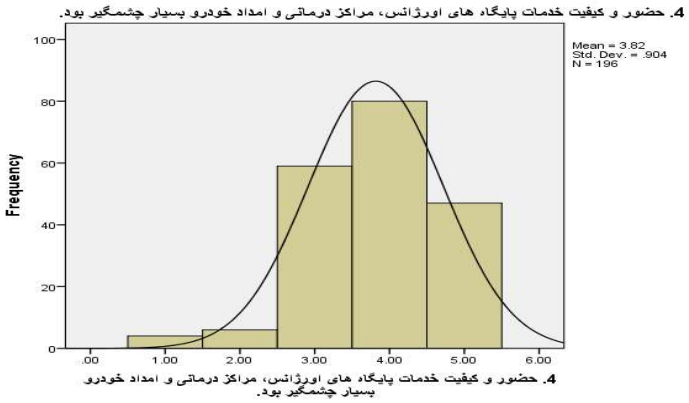



هر چند بار موافقت سنگین تر بنظر می رسد اما عده‌ای از گردشگران از مشکلاتشان در مسیر یابی بویژه در داخل شهر گله‌مند بودند. کم عرض بودن خیابان‌های داخلی شهر و یک طرفه بودن این خیابان ها مزید بر علت این مشکلات است.

## ٤- حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود.

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاًمخالفم | ۴ | ۲ | ۲ | ۲ |
| | مخالفم | ۶ | ۳ | ۳/۱ | ۵/۱ |
| | نظری ندارم | ۵۹ | ۲۹/۵ | ۳۰/۱ | ۳۵/۲ |
| | موافقم | ۸۰ | ۴۰ | ۴۰/۸ | ۷۶ |
| | کاملاًموافقم | ۴۷ | ۲۳/۵ | ۲۴ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۶ | ۹۸ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۴ | ۲ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

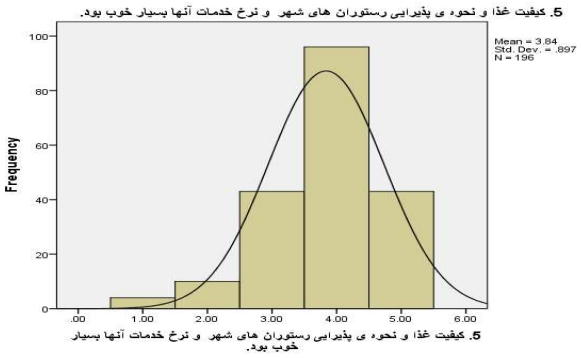



باز هم بار موافقت سنگین تر است ولی درصد قابل توجه گزینه ۳ (نظری ندارم) گویای این موضوع است که عده‌ای اصلا به مشکلی در این زمینه‌ها برخوردی نداشته‌اند که نظری در مورد کیفیت ارائه‌ی آنان داشته باشند.

**۵- کیفیت غذا و نحوه پذیرایی رستوران‌های شهر و نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود.**

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاًمخالفم | ۴ | ۲ | ۲ | ۲ |
| | مخالفم | ۱۰ | ۵ | ۵/۱ | ۷/۱ |
| | نظری ندارم | ۴۳ | ۲۱/۵ | ۲۱/۹ | ۲۹/۱ |
| | موافقم | ۹۶ | ۴۸ | ۴۹ | ۷۸/۱ |
| | کاملاًموافقم | ۴۳ | ۲۱/۵ | ۲۱/۹ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۶ | ۹۸ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۴ | ۲ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

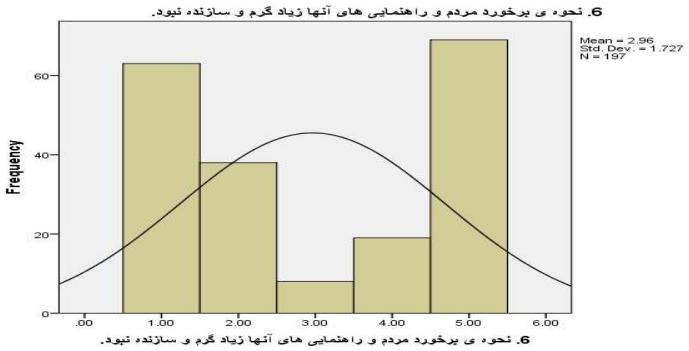



رستوران‌ها یکی از مراکز مهم خدمت‌رسانی به گردشگران هستند و نظر مردم تقریبا مثبت بوده است. افزایش تعداد رستوران‌های خوب شهر و بهتر شدن کیفیت غذا ها می‌تواند در رضایت گردشگران نقش مهمی داشته باشد. نحوه‌ی برخورد و پذیرایی کارکنان رستوران‌ها آنقدر اهمیت دارد که به آموزش آنان فکر کرد.

**٦- نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرمو سازنده نبود.**

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاًمخالفم | ۶۳ | ۳۱/۵ | ۳۲ | ۳۲ |
| | مخالفم | ۳۸ | ۱۹ | ۱۹/۳ | ۵۱/۳ |
| | نظریندارم | ۸ | ۴ | ۴/۱ | ۵۵/۳ |
| | موافقم | ۱۹ | ۹/۵ | ۹/۶ | ۶۵ |
| | کاملاًموافقم | ۶۹ | ۳۴/۵ | ۳۵ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۷ | ۹۸/۵ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۳ | ۱/۵ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

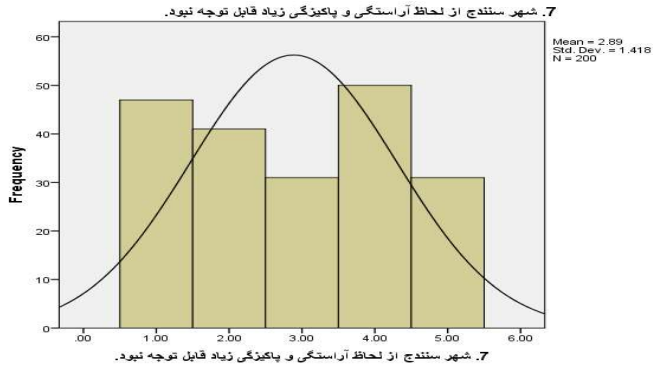
[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]




هرچند که دیدگاه مثبت کلی بازدیدکنندگان نسبت به برخورد خوب مردم به ظاهر خوب بنظر می‌آمد اما وجود ۴۵ درصد کاملا موافق و موافق با اظهار فوق تعجب برانگیز و هشداردهنده است و لزوم آموزش مردم در زمینه ی برخورد مناسب و سازنده با گردشگران را یادآوری می کند.

**۷- شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود.**

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاًمخالفم | ۴۷ | ۲۳/۵ | ۲۳/۵ | ۲۳/۵ |
| | مخالفم | ۴۱ | ۲۰/۵ | ۲۰/۵ | ۴۴ |
| | نظریندارم | ۳۱ | ۱۵/۵ | ۱۵/۵ | ۵۹/۵ |
| | موافقم | ۵۰ | ۲۵ | ۲۵ | ۸۴/۵ |
| | کاملاًموافقم | ۳۱ | ۱۵/۵ | ۱۵/۵ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۲۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | |

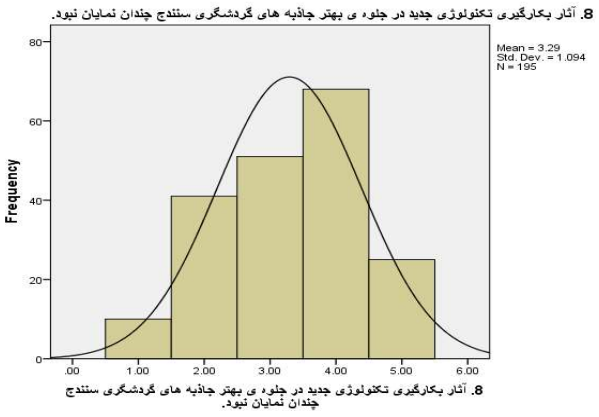



[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

این آمار و وجود ۵ /۴۰ درصد موافق و کاملا موافق با این اظهار هشداری است بزرگ برای دست‌اندرکاران گردشگری، مسئولین شهرداری و همچنین مردم که اهتمام بیشتری در زمینه آراستگی و پاکیزگی شهر بعمل آورند.

**۸- آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود.**

| | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاًمخالفم | ۱۰ | ۵ | ۵/۱ | ۵/۱ |
| | مخالفم | ۴۱ | ۲۰/۵ | ۲۱ | ۲۶/۲ |
| | نظریندارم | ۵۱ | ۲۵/۵ | ۲۶/۲ | ۵۲/۳ |
| | موافقم | ۶۸ | ۳۴ | ۳۴/۹ | ۸۷/۲ |
| | کاملاًموافقم | ۲۵ | ۱۲/۵ | ۱۲/۸ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۵ | ۹۷/۵ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۵ | ۲/۵ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |



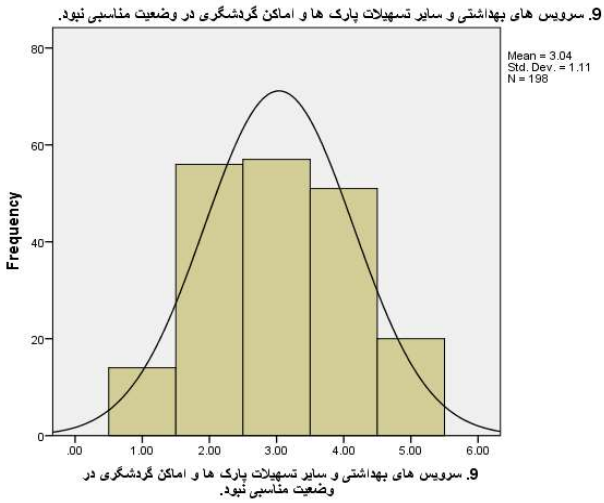

واقعیت این است که آثار بکارگیری تکنولوژی جدید درجلوه‌ی بهترجاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. آمار ۳۶. ۵درصدی کاملا موافق و موافق این اظهار هم تائیدکننده‌ی این مطلب است. ۲۵. ۵ درصدی هم که با این اظهار کاملا مخالف و مخالف بوده‌اند بواسطه‌ی دید مثبت کلی خود نسبت به مقصد

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

گردشگری سنندج بوده است. تکنولوژی جدید با جلوه‌های ویژه‌ی خود می‌تواند به جذابیت جاذبه‌های گردشگری بیشتر و بیشتر بیفزاید.

**۹- سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود.**

| وضعیت تسهیلات | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | کاملاً مخالفم | ۱۴ | ۷ | ۷/۱ | ۷/۱ |
| | مخالفم | ۵۶ | ۲۸ | ۲۸/۳ | ۳۵/۴ |
| | نظرندارم | ۵۷ | ۲۸/۵ | ۲۸/۸ | ۶۴/۱ |
| | موافقم | ۵۱ | ۲۵/۵ | ۲۵/۸ | ۸۹/۹ |
| | کاملاًموافقم | ۲۰ | ۱۰ | ۱۰/۱ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۸ | ۹۹ | ۱۰۰ | |
| فراموش شده | ۹ | ۲ | ۱ | | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |

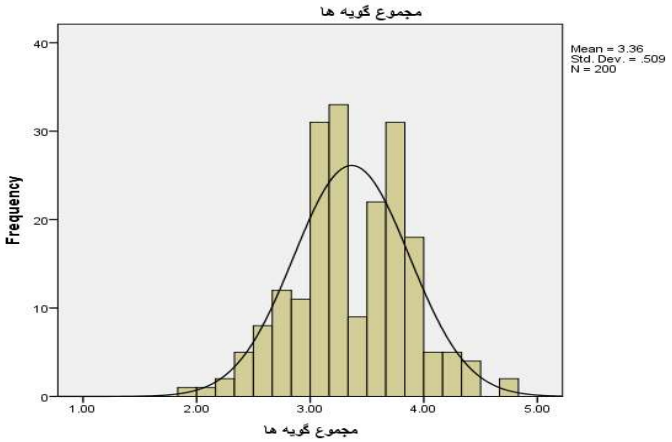



[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

هر چند که تعداد افراد موافق و مخالف این اظهار تقریبا برابر هستند اما تسهیلات و امکانات گردشگری نیاز به تجدید نظر کلی دارند بویژه در مورد سرویس‌های بهداشتی که وضعیت خوب یا بد آنان تاثیر بسزایی در دید گردشگران دارد.

## مجموع گویه‌ها

| مجموع گویه‌ها | | فراوانی | درصد | درصد معتبر | درصد تجمعی |
|---|---|---|---|---|---|
| گویه | مخالفم | ۹ | ۴/۵ | ۴/۷ | ۴/۷ |
| | نظری ندارم | ۱۰۴ | ۵۲ | ۵۰ | ۵۴/۷ |
| | موافقم | ۸۰ | ۴۰ | ۴۱/۷ | ۹۶/۴ |
| | کاملاً موافقم | ۷ | ۳/۵ | ۳/۶ | ۱۰۰ |
| | مجموع | ۱۹۲ | ۹۶ | ۱۰۰ | |
| مجموع | | | ۲۰۰ | ۱۰۰ | |




[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

## داده‌های توصیف کمی گویه‌ها

### داده‌های زیر شاخص‌های متغیرهای تحقیق

| شاخص | مد | میانه | میانگین | انحراف معیار | واریانس | چولگی | کشیدگی | کمترین | بیشترین |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱. بروشور و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل گشا بودند. | ۵ | ۴ | ۴/۰۶ | ۱/۰۱ | ۱/۰۱ | -۱,۰۲ | ۰/۷۸ | ۱ | ۵ |
| ۲. نحوه‌ی برخورد و خدمت رسانی افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود. | ۵ | ۴ | ۴/۲۱ | ۰/۸۷ | ۰/۷۶ | -۰,۹۹ | ۰/۷۶ | ۱ | ۵ |
| ۳. تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود. | ۴ | ۴ | ۳/۷۸ | ۱/۱۴ | ۱/۳۱ | -۰,۹۸ | ۰/۲ | ۱ | ۵ |
| ۴. حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود. | ۴ | ۴ | ۳/۸۲ | ۰/۹ | ۰/۸۲ | -۰,۵۵ | ۰/۴ | ۱ | ۵ |
| ۵. کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیرایی رستوران‌های شهرو نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. | ۴ | ۴ | ۳/۸۴ | ۰/۹ | ۰/۸ | -۰,۷۹ | ۰/۸۲ | ۱ | ۵ |
| ۶. نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. | ۵ | ۲ | ۲/۹۶ | ۱/۷۳ | ۲/۹۸ | ۰/۰۹ | -۱,۷۶ | ۱ | ۵ |
| ۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود. | ۴ | ۳ | ۲/۸۹ | ۱/۴۲ | ۲/۰۱ | ۰/۰۴ | -۱,۳۶ | ۱ | ۵ |
| ۸. آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان | ۴ | ۳ | ۳/۲۹ | ۱/۰۹ | ۱/۲ | -۰,۲۵ | -۰,۷۵ | ۱ | ۵ |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| نبود. | | | | | | | | |
| ۹. سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلاتپارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. | ۳ | ۳ | ۳/۰۴ | ۱/۱۱ | ۱/۲۳ | ۰/۰۷ | -۰,۸۲ | ۱ | ۵ |
| ۱۰. به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم. | ۱ | ۱/۳۸ | ۱/۷۶ | ۱ | ۱ | ۱/۵۱ | ۱/۷۴ | ۱ | ۵ |
| مجموع | ۳/۱ | ۳/۳ | ۳/۳۶ | ۰/۵۱ | ۰/۲۶ | -۰,۰۲ | ۰/۰۴ | ۱/۹۰ | ۴/۸ |

همانطور که جدول نشان می‌دهد میانگین نمرات در گویه‌های ۱و ۲ و ۳ و۴ و۵ که بصورت مثبت عنوان شده‌اند از میانگین نمرات جامعه‌ی آماری (عدد۳) بیشتر و بنابراین معنی‌دار است. لازم به ذکر است که گویه‌های شماره ۶ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ به صورت معکوس بوده و نمرات به گونه است که میانگین نمرات گویه‌های ۶ و ۷ و ۱۰ از میانگین نمرات جامعه آماری (عدد۳) کوچک‌تر است که نتایج در وضعیت مطلوب گزارش شده است. ولی گویه‌های ۸ و ۹ (بزرگتر از ۳) در وضعیت مطلوب قرار نگرفته است.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

## آزمون فرضیه‌های تحقیق

**بررسی وضعیت گویه‌ها**

| ردیف | متغیر | نمونه | میانگین | انحراف معیار | میانگین خطای استاندارد |
|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | ۱. بروشور و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل گشا بودند. | ۲۰۰ | ۴/۰۶ | ۰/۹۹ | ۰/۰۷ |
| ۲ | ۲. نحوه‌ی برخورد و خدمت رسانی افراد پلیس و مسئولینپایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود. | ۲۰۰ | ۴/۲۱ | ۰/۸۷ | ۰/۰۶ |
| ۳ | ۳. تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود. | ۲۰۰ | ۳/۷۸ | ۱/۱۴ | ۰/۰۸ |
| ۴ | ۴. حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود. | ۲۰۰ | ۳/۸۲ | ۰/۸۹ | ۰/۰۶ |
| ۵ | ۵. کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیراییرستوران‌های شهرو نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. | ۲۰۰ | ۳/۸۴ | ۰/۸۹ | ۰/۰۶ |
| ۶ | ۶. نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. | ۲۰۰ | ۲/۹۶ | ۱/۷۱ | ۰/۱۲ |
| ۷ | ۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود. | ۲۰۰ | ۲/۸۹ | ۱/۴۲ | ۰/۱ |
| ۸ | ۸. آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. | ۲۰۰ | ۳/۲۹ | ۱/۰۸ | ۰/۰۸ |
| ۹ | ۹. سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. | ۲۰۰ | ۳/۰۴ | ۱/۱ | ۰/۰۸ |
| ۱۰ | ۱۰. به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم. | ۲۰۰ | ۱/۷۶ | ۱ | ۰/۰۷ |
| | مجموع گویه‌ها | ۲۰۰ | ۳/۵۷ | ۰/۵۴ | ۰/۰۴ |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

جدول بالا شاخص‌های توصیفی گویه‌های مربوط به نگرش بازدیدکنندگان به شهر سنندج را نشان می‌دهد.

**میانگین ملاکی=۳**

| ردیف | متغیر | آماره t | درجه آزادی | سطح معناداری (دو دامنه) | تفاوت میانگین | حد بالا فاصله اطمینان ۹۵٪ | حد پایین فاصله اطمینان ۹۵٪ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | ۱. بروشور و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل گشا بودند. | ۱۵/۱۶ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۱/۰۶ | ۰/۹۲ | ۱/۲ |
| ۲ | ۲. نحوه‌ی برخورد و خدمت رسانی افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود. | ۱۹/۸ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۱/۲۱ | ۱/۰۹ | ۱/۳۳ |
| ۳ | ۳. تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود. | ۹/۷۳ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۸ | ۰/۶۲ | ۰/۹۴ |
| ۴ | ۴. حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود. | ۱۲/۹ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۰/۸۲ | ۰/۶۹ | ۰/۹۴ |
| ۵ | ۵. کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیرایی رستوران‌های شهرو نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. | ۱۳/۳۳ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۰/۸۴ | ۰/۷۱ | ۰/۹۶ |
| ۶ | ۶. نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. | -۰. ۲۹ | ۱۹۹ | ۰/۷۷ | -۰۴ .۰ | -۲۷ .۰ | ۰/۲ |
| ۷ | ۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود. | -۰۱. ۱۵ | ۱۹۹ | ۰/۲۵ | -۱۲ .۰ | -۳۱ .۰ | ۰/۰۸ |
| ۸ | ۸. آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر | ۳/۸۳ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۰/۲۹ | ۰/۱۴ | ۰/۴۴ |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. | | | | | |
| ۹ | ۹. سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. | ۰/۴۵ | ۱۹۹ | ۰/۶۵ | ۰/۰۴ | -۱۲ .۰ | ۰/۱۹ |
| ۱۰ | ۱۰. به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم. | -.۱۷ ۵۸ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | -۱. ۲۴ | -۱. ۳۸ | -۱. ۱۰ |
| مجموع گویه ها | | ۱۴/۹۸ | ۱۹۹ | ۰/۰۰۰ | ۰/۵۷ | ۰/۵ | ۰/۶۹ |

نتایج مندرج درجداول بالا نشان می‌دهدکه میانگین نمرات، ازمیانگین نمرات جامعه آماری (عدد ۳) بزرگ‌تراست و همچنین معناداراست. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نگرش بازدیدگنندگان نسبت به شهر سنندج در وضعیت مطلوب بوده است.

لازم به ذکر است که گویه شماره ۶ و ۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ به صورت معکوس بوده و نمرات به گونه است که میانگین نمرات، از میانگین نمرات جامعه آماری (عدد۳) کوچک‌تر است و t معنادار است. که نتایج در همچنین وضعیت مطلوب گزارش شده است. بنابراین گویه های ۸ و ۹ در وضعیت مطلوب قرار نگرفته است.

## نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به جنسیت مرد و زن

جهت تعیین وضعیت نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به جنسیت مرد و زن از آزمون تی دو نمونه‌ای به صورت مقایسه دو گروهی در جدول ۲ انجام شد. برای این منظور، مشارکت‌کنندگان براساس وضعیت متغیر پژوهش به دو گروه زن و مرد تقسیم شدند.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

**جدول: نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به جنسیت مرد و زن**

| متغیر | جنسیت | میانگین | انحراف استاندارد | آزمون برابری واریانس‌ها | | آزمون تی دو نمونه‌ای | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | F | معناداری | F | معناداری |
| ۱. بروشور و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل گشا بودند. | مرد | ۴/۰۷ | ۰/۹۶ | ۱/۳۴ | ۰/۲۵ | ۰/۱۶ | ۰/۸۷ |
| | زن | ۴/۰۵ | ۱/۰۵ | | | | |
| ۲. نحوه‌ی برخورد و خدمت رسانی افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود. | مرد | ۴/۱۹ | ۰/۸۹ | ۰ | ۰/۹۶ | ۰/۰۳۸- | ۰/۷ |
| | زن | ۴/۲۴ | ۰/۸۴ | | | | |
| ۳. تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود. | مرد | ۳/۷۸ | ۱/۱ | ۰/۶۹ | ۰/۴۱ | ۰/۰۱ | ۰/۹۹ |
| | زن | ۳/۷۸ | ۱/۲ | | | | |
| ۴. حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود. | مرد | ۳/۷۸ | ۰/۹۸ | ۵/۷۴ | ۰/۰۲ | ۰/۶۶۰- | ۰/۵۱ |
| | زن | ۳/۸۶ | ۰/۷۸ | | | | |
| ۵. کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیرایی‌رستوران‌های شهرو نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. | مرد | ۳/۸۶ | ۰/۹۷ | ۰/۸۳ | ۰/۳۷ | ۰/۴۹ | ۰/۶۳ |
| | زن | ۳/۸ | ۰/۷۷ | | | | |
| ۶. نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. | مرد | ۳/۱۳ | ۱/۷۲ | ۰/۷۹ | ۰/۳۸ | ۱/۶۱ | ۰/۱۱ |
| | زن | ۲/۷۳ | ۱/۷ | | | | |
| ۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیادقابل توجه نبود. | مرد | ۳/۰۶ | ۱/۴۲ | ۰/۰۳ | ۰/۸۶ | ۲/۱۵ | ۰/۰۳ |
| | زن | ۲/۶۳ | ۱/۳۹ | | | | |
| ۸. آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. | مرد | ۳/۳۵ | ۱/۱۳ | ۳/۲۶ | ۰/۰۷ | ۰/۹۴ | ۰/۳۵ |
| | زن | ۳/۲ | ۱/۰۲ | | | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ۹. سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. | مرد | ۳/۱۲ | ۱/۱۴ | ۳/۴۴ | ۰/۰۷ | ۱/۳۷ | ۰/۱۷ |
| | زن | ۲/۹ | ۱/۰۴ | | | | |
| ۱۰. به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم. | مرد | ۱/۷۴ | ۰/۹۸ | ۰/۲۷ | ۰/۶ | ۲۷ .۰- | ۰/۷۹ |
| | زن | ۱/۷۸ | ۱/۰۴ | | | | |
| مجموع گویه ها | مرد | ۳/۵۲ | ۰/۵۶ | ۰/۲۲ | ۰/۶۲ | -۱/۵۶ | ۰/۱۲ |
| | زن | ۳/۶۵ | ۰/۵۱ | | | | |

نتایج حاصل از آزمون برابری واریانس‌ها در جدول ۲ نشان می‌دهد که معناداری بدست آمده در مورد نگرش بازدیدکنندگان نسبت به موزه بزرگتر از ۰/۵می‌باشد، پس فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته می‌شود بنابراین فرض نابرابری واریانس‌ها گزارش نگردید. در نتیجه بین میزان نگرش بازدیدکنندگان نسبت به شهر سنندج با توجه به جنسیت تفاوت معناداری وجود ندارد. بدین معنی که نگرش بازدیدکنندگان نسبت به شهر سنندج در جنس زن و مرد تفاوت و تاثیری وجود ندارد. اما گویه "۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود." در بین جنس زن و مرد تفاوت معناداری وجود دارد و نظر جنسیت مرد با میانگین ۳/۶ بیشتر از میانگین جنسیت زن ۲/۶۳ گزارش شده که نشان می‌دهد نظر جنسیت مرد این بوده که شهر سنندج به لحاظ آراستگی و پاکیزگی مطلوب نبوده است اما نظر جنسیت زن کاملاً مخالف بوده است و تفاوت معناداری وجود داشته است.

## نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به وضعیت تأهل

جهت تعیین وضعیت نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به وضعیت تأهل از آزمون تی دو نمونه‌ای به صورت مقایسه دو گروهی در جدول ۲ انجام شد. برای این منظور، مشارکت‌کنندگان براساس وضعیت متغیر پژوهش به دو گروه مجرد و متأهل تقسیم شدند.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

**جدول: نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به وضعیت تأهل**

| متغیر | تأهل | میانگین | انحراف استاندارد | آزمون برابری واریانس‌ها | | آزمون تی دو نمونه‌ای | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | F | معناداری | F | معناداری |
| ۱. بروشور و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل گشا بودند. | متأهل | ۴/۱ | ۱/۰۱ | ۰/۰۵ | ۰/۸۲ | ۰/۹۶ | ۰/۳۴ |
| | مجرد | ۳/۹۴ | ۰/۹۵ | | | | |
| ۲. نحوه‌ی برخورد و خدمت رسانی افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود. | متأهل | ۴/۲۲ | ۰/۹۲ | ۱۰/۹۱ | ۰ | ۰/۳۶ | ۰/۷۲ |
| | مجرد | ۴/۱۸ | ۰/۶۸ | | | | |
| ۳. تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود. | متأهل | ۳/۷۷ | ۱/۱۷ | ۰/۵۱ | ۰/۴۷ | ۳۰ .۰- | ۰/۷۶ |
| | مجرد | ۳/۸۲ | ۱/۰۷ | | | | |
| ۴. حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود. | متأهل | ۳/۸۵ | ۰/۹۶ | ۵/۲۶ | ۰/۰۲ | ۱/۰۴ | ۰/۳ |
| | مجرد | ۳/۷۳ | ۰/۶۷ | | | | |
| ۵. کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیرایی رستوران‌های شهرو نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. | متأهل | ۳/۸۵ | ۰/۸۷ | ۰/۰۶ | ۰/۸۱ | ۰/۰۳ | ۰/۹۸ |
| | مجرد | ۳/۸۴ | ۰/۹۲ | | | | |
| ۶. نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. | متأهل | ۳/۱۳ | ۱/۷۱ | ۱/۴۶ | ۰/۲۳ | ۲/۳۹ | ۰/۰۲ |
| | مجرد | ۲/۴۷ | ۱/۶۵ | | | | |
| ۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود. | متأهل | ۳/۰۶ | ۱/۴۱ | ۰/۳۶ | ۰/۵۵ | ۳/۱۴ | ۰/۰۱ |
| | مجرد | ۲/۳۵ | ۱/۳۲ | | | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ۸. آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. | متأهل | ۳/۳۱ | ۱/۰۸ | ۰ | ۰/۹۷ | ۰/۴۴ | ۰/۶۶ |
| | مجرد | ۳/۲۴ | ۱/۰۹ | | | | |
| ۹. سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. | متأهل | ۳/۰۳ | ۱/۱۲ | ۰/۴۲ | ۰/۵۲ | -۰۳ .۰ | ۰/۹۸ |
| | مجرد | ۳/۰۴ | ۱/۰۸ | | | | |
| ۱۰. به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم. | متأهل | ۱/۷۸ | ۱/۰۲ | ۰/۰۵ | ۰/۸۳ | ۰/۶۸ | ۰/۵ |
| | مجرد | ۱/۶۷ | ۰/۹۱ | | | | |
| مجموع گویه ها | متأهل | ۳/۵۵ | ۰/۵۵ | ۰/۰۶ | ۰/۸۱ | -۱/۴۱ | ۰/۱۶ |
| | مجرد | ۳/۶۷ | ۰/۵۱ | | | | |

نتایج حاصل از آزمون برابری واریانس‌ها در جدول ۲ نشان می‌دهد که معناداری بدست آمده در مورد نگرش بازدیدکنندگان نسبت به شهر سنندج بزرگتر از ۰/۵می‌باشد، پس فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته می‌شود بنابراین فرض نابرابری واریانس‌ها گزارش نگردید. در نتیجه بین میزان نگرش بازدیدکنندگان نسبت به شهر سنندج یا توجه به وضعیت تأهل فقط گویه‌های شماره ۶ و ۷ تفاوت معناداری وجود دارد. بدین معنی که نگرش بازدیدکنندگان متأهل به آراستگی، پاکیزگی و برخورد راهنمایی مردم مطلوب نبوده است اما نگرش مجردها مخالف بوده است و تفاوت معناداری وجود دارد.

### نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به گروه سنی

برای شناسایی تفاوت میانگین نمره بدست آمده از متغیر نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج در گروه سنی مختلف از آزمون آماری تحلیل واریانس یک راهه استفاده شدکه نتایج آن درجدول زیرآمده است.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

**جدول ۱: نتایج آزمون تحلیل واریانس یک راهه به منظور نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به گروه سنی**

| متغیر | | جمع مجذورات | آزادی | میانگین مجذورات | میزان F | معنی‌داری |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱. بروشور و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل گشا بودند. | بین گروهی | ۱۰/۲۵ | ۵ | ۲/۰۵ | ۲/۱۵ | ۰/۰۶ |
| | درون گروهی | ۱۸۵/۰۱ | ۱۹۴ | ۰/۹۵ | | |
| | مجموع | ۱۹۵/۲۶ | ۱۹۹ | | | |
| ۲. نحوه‌ی برخورد و خدمت رسانی افراد پلیس و مسئولین پایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود. | بین گروهی | ۳/۳۹ | ۵ | ۰/۶۸ | ۰/۹ | ۰/۴۸ |
| | درون گروهی | ۱۴۵/۷ | ۱۹۴ | ۰/۷۵ | | |
| | مجموع | ۱۴۹/۰۹ | ۱۹۹ | | | |
| ۳. تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود. | بین گروهی | ۱۰/۵۳ | ۵ | ۲/۱۱ | ۱/۶۵ | ۰/۱۵ |
| | درون گروهی | ۲۴۷/۱۳ | ۱۹۴ | ۱/۲۷ | | |
| | مجموع | ۲۵۷/۶۶ | ۱۹۹ | | | |
| ۴. حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود. | بین گروهی | ۳/۲۵ | ۵ | ۰/۶۵ | ۰/۸۱ | ۰/۵۵ |
| | درون گروهی | ۱۵۶/۱۴ | ۱۹۴ | ۰/۸۱ | | |
| | مجموع | ۱۵۹/۳۹ | ۱۹۹ | | | |
| ۵. کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیرایی رستوران‌های شهرو نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. | بین گروهی | ۵ | ۵ | ۱ | ۱/۲۸ | ۰/۲۸ |
| | درون گروهی | ۱۵۱/۷۸ | ۱۹۴ | ۰/۷۸ | | |
| | مجموع | ۱۵۶/۷۸ | ۱۹۹ | | | |
| ۶. نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. | بین گروهی | ۲۲/۰۱ | ۵ | ۴/۴ | ۱/۵۲ | ۰/۱۹ |
| | درون گروهی | ۵۶۲/۷۴ | ۱۹۴ | ۲/۹ | | |
| | مجموع | ۵۸۴/۷۵ | ۱۹۹ | | | |
| ۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود. | بین گروهی | ۱۰/۰۹ | ۵ | ۲/۰۲ | ۱ | ۰/۴۲ |
| | درون گروهی | ۳۹۰/۲۶ | ۱۹۴ | ۲/۰۱ | | |
| | مجموع | ۴۰۰/۳۶ | ۱۹۹ | | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۸. آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. | بین گروهی | ۶/۰۲ | ۵ | ۱/۲ | ۱/۰۳ | ۰/۴ |
| | درون گروهی | ۲۲۶/۳۲ | ۱۹۴ | ۱/۱۷ | | |
| | مجموع | ۲۳۲/۳۴ | ۱۹۹ | | | |
| ۹. سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلاتپارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. | بین گروهی | ۲/۸۷ | ۵ | ۰/۵۷ | ۰/۴۶ | ۰/۸ |
| | درون گروهی | ۲۳۹/۸۹ | ۱۹۴ | ۱/۲۴ | | |
| | مجموع | ۲۴۲/۷۵ | ۱۹۹ | | | |
| ۱۰. به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم. | بین گروهی | ۳/۸۹ | ۵ | ۰/۷۸ | ۰/۷۸ | ۰/۵۷ |
| | درون گروهی | ۱۹۴/۵۴ | ۱۹۴ | ۱ | | |
| | مجموع | ۱۹۸/۴۲ | ۱۹۹ | | | |
| مجموع گویه ها | بین گروهی | ۱/۲ | ۵ | ۰/۲۴ | ۰/۹۲ | ۰/۴۷ |
| | درون گروهی | ۵۰/۳۶ | ۱۹۴ | ۰/۲۶ | | |
| | مجموع | ۵۱/۵۶ | ۱۹۹ | | | |

جدول کوچکتراست باتوجه به جدول فوق چون مقدار F به دست آمده ازمقدار F می‌توان گفت که اختلاف میانگین بین نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج و گروه سنی مختلف با اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار نیست. بنابراین با توجه به رد شدن فرضیه و عدم معناداری تفاوت بین گروهی سن، آزمون تعقیبی گزارش نشد.

### نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج با توجه به میزان تحصیلات

برای شناسایی تفاوت میانگین نمره بدست آمده از متغیر نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج در تحصیلات مختلف ازآزمون آماری تحلیل واریانس یک‌راهه استفاده شدکه نتایج آن درجدول زیرآمده است.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

**جدول۲: نتایج آزمون تحلیل واریانس یک راهه به‌منظور نگرش بازدیدکنندگان از موزه با توجه به میزان تحصیلات**

| متغیر | | جمع مجذورات | آزادی | میانگین مجذورات | میزان F | معنی‌داری |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱. بروشور و نقشه‌های راهنمای توزیع شده در مبادی شهر بسیار مفید و مشکل گشا بودند. | بین گروهی | ۲/۱۶ | ۵ | ۰/۴۳ | ۰/۴۳ | ۰/۸۳ |
| | درون گروهی | ۱۹۳/۰۹ | ۱۹۳ | ۱ | | |
| | مجموع | ۱۹۵/۲۵ | ۱۹۸ | | | |
| ۲. نحوه‌ی برخورد و خدمت رسانی افراد پلیس و مسئولینپایگاه‌های اطلاع رسانی گردشگری بسیار خوب بود. | بین گروهی | ۴/۸۲ | ۵ | ۰/۹۶ | ۱/۳ | ۰/۲۷ |
| | درون گروهی | ۱۴۳/۶۵ | ۱۹۳ | ۰/۷۴ | | |
| | مجموع | ۱۴۸/۴۷ | ۱۹۸ | | | |
| ۳. تابلوهای راهنما در مبادی ورودی شهر و چه در سطح شهر، شناخت مسیرها را بسیار آسان کرده بود. | بین گروهی | ۵/۳۷ | ۵ | ۱/۰۷ | ۰/۸۳ | ۰/۵۳ |
| | درون گروهی | ۲۵۰/۸ | ۱۹۳ | ۱/۳ | | |
| | مجموع | ۲۵۶/۱۷ | ۱۹۸ | | | |
| ۴. حضور و کیفیت خدمات پایگاه‌های اورژانس، مراکز درمانی و امداد خودرو بسیار چشمگیر بود. | بین گروهی | ۳/۲۵ | ۵ | ۰/۶۵ | ۰/۸۱ | ۰/۵۵ |
| | درون گروهی | ۱۵۶/۱ | ۱۹۳ | ۰/۸۱ | | |
| | مجموع | ۱۵۹/۳۵ | ۱۹۸ | | | |
| ۵. کیفیت غذا و نحوه‌ی پذیرایی رستوران‌های شهرو نرخ خدمات آنها بسیار خوب بود. | بین گروهی | ۷/۸۶ | ۵ | ۱/۵۷ | ۲/۰۸ | ۰/۰۷ |
| | درون گروهی | ۱۴۵/۵۳ | ۱۹۳ | ۰/۷۵ | | |
| | مجموع | ۱۵۳/۳۹ | ۱۹۸ | | | |
| ۶. نحوه‌ی برخورد مردم و راهنمایی‌های آنها زیاد گرم و سازنده نبود. | بین گروهی | ۶/۵۴ | ۵ | ۱/۳۱ | ۰/۴۴ | ۰/۸۲ |
| | درون گروهی | ۵۷۴/۰۵ | ۱۹۳ | ۲/۹۷ | | |

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | مجموع | ۵۸۰/۵۹ | ۱۹۸ | | | |
| ۷. شهر سنندج از لحاظ آراستگی و پاکیزگی زیاد قابل توجه نبود. | بین گروهی | ۳/۹۶ | ۵ | ۰/۷۹ | ۰/۳۹ | ۰/۸۶ |
| | درون گروهی | ۳۹۵/۱۵ | ۱۹۳ | ۲/۰۵ | | |
| | مجموع | ۳۹۹/۱۱ | ۱۹۸ | | | |
| ۸. آثار بکارگیری تکنولوژی جدید در جلوه‌ی بهتر جاذبه‌های گردشگری سنندج چندان نمایان نبود. | بین گروهی | ۶/۳۳ | ۵ | ۱/۲۷ | ۱/۰۸ | ۰/۳۷ |
| | درون گروهی | ۲۲۵/۹۳ | ۱۹۳ | ۱/۱۷ | | |
| | مجموع | ۲۳۲/۲۵ | ۱۹۸ | | | |
| ۹. سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلاتپارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسبی نبود. | بین گروهی | ۱/۹۶ | ۵ | ۰/۳۹ | ۰/۳۲ | ۰/۹ |
| | درون گروهی | ۲۳۹/۸۶ | ۱۹۳ | ۱/۲۴ | | |
| | مجموع | ۲۴۱/۸۲ | ۱۹۸ | | | |
| ۱۰. به طور کلی از انتخاب شهر سنندج به عنوان مقصد گردشگری خود پشیمان هستم. | بین گروهی | ۲/۰۲ | ۵ | ۰/۴۱ | ۰/۴ | ۰/۸۵ |
| | درون گروهی | ۱۹۶/۳۴ | ۱۹۳ | ۱/۰۲ | | |
| | مجموع | ۱۹۸/۳۶ | ۱۹۸ | | | |
| مجموع گویه‌ها | بین گروهی | ۰/۶۷ | ۵ | ۰/۱۳ | ۰/۵۱ | ۰/۷۷ |
| | درون گروهی | ۵۰/۷ | ۱۹۳ | ۰/۲۶ | | |
| | مجموع | ۵۱/۳۷ | ۱۹۸ | | | |

جدول بزرگتر است. باتوجه به جدول فوق چون مقدار F به دست آمده ازمقدار F می‌توان گفت که اختلاف میانگین بین نگرش بازدیدکنندگان از شهر سنندج و میزان تحصیلات مختلف با اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار نیست. بنابراین با توجه به رد شدن فرضیه و عدم معناداری تفاوت بین گروهی تحصیلات، آزمون تعقیبی گزارش نشد.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

## ٤- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

### ٤-١ نتیجه‌گیری

گردشگری از هر نوع آن بدون وجود جاذبه‌های گردشگری معنی ندارد و رضایتمندی گردشگران بدون جاذبه‌های خاص حاصل نخواهد شد. بدون رضامندی گردشگران وفاداری و تمایل بازگشت به مقصد گردشگری مورد نظر و نیز توصیه به دیگران جهت بازدید میسر نخواهد شد. در کنار جاذبه‌های گردشگری وجود عوامل سازمانی و خدماتی ضروری است. مقصد گردشگری مورد مطالعه یعنی شهر سنندج دارای جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی کافی می‌باشد اما از نظر جاذبه‌های انسان ساخت و زیرساخت‌های گردشگری دارای معضلات فراوان است. از تعداد ۲۰۰ نفر گردشگر مورد مطالعه در ایام تعطیلات نوروز ۱۳۹۷ تعداد مردان از زنان بیشتر بوده ولی بین میزان نگرش بازدیدکنندگان نسبت به شهر سنندج با توجه به جنسیت تفاوت معناداری وجود ندارد. اما درگویه ۷ در بین جنس زن و مرد تفاوت معناداری وجود دارد و از نظر جنسیت مرد با میانگین ۳/۶ بیشتر از میانگین جنسیت زن ۲/۶۳ گزارش شده که نشان می‌دهد نظر جنسیت مرد این بوده که شهر سنندج به لحاظ آراستگی و پاکیزگی مطلوب نبوده است اما نظر جنسیت زن مخالف بوده است و تفاوت معناداری وجود داشته است. درصد بسیار بالای افراد متاهل نسبت به بازدیدکنندگان مجرد نشانه‌ی تمایل بیشترمردم به مسافرت بصورت خانوادگی و با اتوموبیل شخصی است، این در حالی است که بین میزان نگرش بازدیدکنندگان نسبت به شهر سنندج با توجه به وضعیت تأهل فقط گویه‌های شماره ۶ و ۷ تفاوت معناداری وجود دارد. بدین معنی که نگرش بازدیدکنندگان متأهل به آراستگی، پاکیزگی و برخورد و راهنمایی مردم مطلوب نبوده است اما نگرش مجردها مخالف بوده است و تفاوت معناداری وجود دارد. بالاترین فراوانی (۶۳ مورد معادل ۳۱. ۵ درصد) در بین گروه میانسال ۳۹-۳۰ شاید از مزایای بلوغ فکری و توانایی جسمانی این رده‌ی سنی جهت مسافرت خبر می‌دهد. با توجه به رد شدن فرضیه و عدم معناداری تفاوت بین گروهی سن، آزمون تعقیبی گزارش نشد. مدرک لیسانس (با ۳۵٪) دارای بالاترین فراوانی بود ولی با توجه به رد شدن فرضیه و عدم معناداری تفاوت بین گروهی تحصیلات، آزمون تعقیبی گزارش نشد. بکارگیری تکنولوژی جدید و مطلوبیت سرویس‌های بهداشتی و سایر تسهیلات پارک‌ها و اماکن گردشگری در وضعیت مناسب قرار نگرفته است. هر چند که نتایج مندرج درجداول نشان می‌دهدکه میانگین نمرات، ازمیانگین نمرات جامعه آماری (عدد ۳) بزرگ‌تر و معناداراست و می‌توان نتیجه گرفت که در کل نگرش بازدیدگنندگان نسبت به شهر سنندج در وضعیت مطلوب بوده است اما کاستی‌ها و موانع زیادی بویژه از نظر سازمانی و خدماتی وجود دارد که در صورت حل آنها می‌توان به درجه‌ی بالاتری از رضایتمندی گردشگری دست یافت و امکان بازگشت مجدد گردشگران و تمایل توصیه به دیگران را فراهم نمود.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

### ٤-۲ پیشنهادات

هر چند اکثر بازدیدکنندگان (شاید بدلیل مشکلات اقتصادی) سپری‌کننده‌ی سفری با شتاب و همراه با خستگی بودند و موارد قابل توجهی از عدم تمایل به ارائه‌ی پیشنهادات مشاهده شد ولی از میان پیشنهادات مطرح شده و مصاحبه‌های کوتاه انجام شده می‌توان پیشنهادات زیر را جهت بهبود کیفی گردشگری سنندج و رضایتمندی بیشتر گردشگران و نیز تمایل به بازگشت آنان ارائه نمود.

۱- در نظر گرفتن مکان‌های بیشتر جهت اسکان مسافرین از جمله ایجاد سوئیت‌ها، خانه‌های اجاره‌ای و خانه‌های روستایی.

۲- فرهنگ سازی برای رعایت بیشتر بهداشت و توجه بیشتر شهرداری به پاکیزگی و آراستگی بیشتر شهر.

۳- حمایت از بخش خصوصی و ترغیب سرمایه‌گذاران به فعالیت در زمینه‌های گردشگری در استان کردستان.

۴- تلاش بیشتر شهرداری در حفظ و نگهداری فضای سبز و اماکن تفریحی و بهره‌گیری از گل‌ها برای زیباسازی شهر.

۵- معرفی جاذبه‌های گردشگری و فرهنگ غنی کرد در فضای مجازی و ایجاد کانال های تخصصی اطلاع‌رسانی.

۶- توجه بیشتر به توسعه‌ی زیرساخت‌های گردشگری از جمله راه‌ها، خیابان‌ها، هتل‌ها رستوران‌ها و پارکینگ‌ها.

۷- تهیه‌ی بروشورهای راهنمای بیشتر برای راهنمایی بهتر گردشگران و آشنایی آنان با جاذبه‌های گردشگری سنندج.

۸- اطلاع‌رسانی بیشتر در مورد جاذبه‌های خاص و قومی سنندج مانند غذا و موسیقی محلی.

۹- اجرای موسیقی و رقص کردی در مراکز جذب گردشگر و سطح شهر بویژه در ایام خاص مانند تعطیلات نوروز.

۱۰- توجه بیشتر به وضعیت هتل‌ها و مهمان پذیرها و تجهیز مدارس اسکان به امکانات و تسهیلات رفاهی مدرنتر.

۱۱- توجه بیشتر دست‌اندرکاران به توسعه‌ی گردشگری سنندج با توجه به قابلیت‌های بالقوه آن بویژه از نظر فرهنگی.

۱۲- بکارگیری سینمای روباز مجموعه‌ی تفریحی آبیدر برای جذب بیشتر گردشگران به این مجموعه‌ی تفریحی.

۱۳- دایر نمودن اتوبوس‌هایی جهت گشت گردشگران در سطح شهر و جهت دسترسی آسان به مراکز جذب گردشگری.

۱۴- تجهیز اماکن جذب گردشگر و بخش‌های آنان به تکنولوژی مدرن.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

۱۵-آموزش مردم و دیگر دست‌اندرکارن امور گردشگری در زمینه‌ی درک بیشتر اهمیت رفتار مناسب با گردشگران در رضایتمندی بیشتر آنان.

۱۶- توجه بیشتر بر روی نقش حیاتی عوامل سازمانی و خدماتی در جلب رضایت گردشگران.

۱۷- تشویق بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در گردشگری و مدیریت و نظارت دقیق‌تر دولت بر فرآیندهای گردشگری بویژه در بخش‌های سازمانی و خدماتی.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

## فهرست منابع و مآخذ

ـ ابراهیم پور، حبیب؛ سید نقوی؛ میر علی و یعقوبی، نور محمد (۱۳۸۹): عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران در استان اردبیل (مطالعهٔ موردی منطقهٔ گردشگری سرعین مقاله ۳، دوره ۵، شماره ۱۴، زمستان ۱۳۸۹، صفحه ۶۷-۹۲

ـ اینسکیپ، ادوارد (۱۳۹۲): برنامه‌ریزی گردشگری: رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه‌ریزی گردشگری: ترجمه محمود حسن پور و سعید داغستانی. چاپ اول، انتشارات خودکامه.

ـ اقبالی، سحر، عظیمی هاشمی، مژگان و بخشی، حامد (۱۳۹۴): گونه‌شناسی کنش گردشگری فرهنگی (مورد مطالعه: زائران و گردشگران مشهد)، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال سوم، شمارهٔ ششم، پاییز و زمستان ۱۳۹۴، صص ۶۰-۳۹.

ـ پیرس، فیلیپ (۱۳۸۹): رفتار گردشگر، بن‌مایه و طرح‌های مفهومی. ترجمه؛ حمید ضرغام بروجنی و همکاران، تهران، انتشارات مهکامه

ـ داغستانی، سعید (۱۳۹۱): جاذبه‌های گردشگری: مفاهیم، مدیریت و برنامه‌ریزی. تهران، انتشارات مهکامه.

ـ سعیدا اردکانی، سعید (۱۳۸۹): کاربرد مفاهیم چرخه عمر گردشگری و ظرفیت تحمل‌پذیری در توسعه گردشگری. مطالعات گردشگری. شماره ۳ صص. ۴۹- ۶۶

ـ ضیایی، محمود و تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۳): شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی. چاپ سوم. تهران، نشر علوم اجتماعی.

ـ محمودی، محمد (۱۳۹۲): راهنمای گردشگری در استان‌های کردنشین، جلد اول، سنندج: انتشارات کردستان.

ـ همتی، رضا و زهرانی، داود (۱۳۹۳) :بررسی عوامل موثر بر رضایت‌مندی و وفاداری گردشگران خارجی به اصفهان به مثابه برند گردشگری. مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری ، سال سوم، شماره دهم، صص ۲۰۴-۱۸۲

گی، چاک وای (۱۳۸۲): جهانگردی در چشم اندازی جامع. ترجمه: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی چاپ دوم. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

__ Baker, D. A. and Crompton, J. L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions, Annals of Tourism Research, 27(3): 785-804.

__ Forozia, Amirreza,Sadeghi Zadeh, Mohammad & Hemmati Noedoust Gilani, Mahnaz, (2013), Customer Satisfaction in Hospitality Industry: Middle East Tourists at 3star Hotels in Malaysia, Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology 5(17): 43294335

__ Gunn, C. A. (1994). Tourism planning: Basics,concepts, cases(3rd. ed.). Washington, DC:Taylor and Francis.

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

__ Gunn, C. A. (2002). Tourism planning: Basics,concepts, cases(4th. . ed.). New York. Routledge.

__ Inskeep, E. (1991). Tourism panning:An integrated and sustainable development approach. New York, NY: Van Nostrand Reihold.

__ Leiper, Neil (1990). Tourist Attraction Systems. Annala of Tourism Research.

__ Oliveira, Braulio, (2011), Determinantes De La Satisfaccion Del Tourista, Un estudio en la ciudad de Guarujá-Brasil, Estudios y Perspectivas en Turismo, Volumen 20, pp 229 – 242

__ Inskeep, E. (1991). Tourism panning:An integrated and sustainable development approach. New York, NY: Van Nostrand Reihold.

__ Swarbrbrooke, John(2002). The development and Management of Visitor Attractions. 2nd edition. Printed and bound in Great Britain. Butterworth-Heinemann.

__ Yoon, Y. and Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation & Satisfaction on Destination loyalty: A Structural Model, Tourism Management, 26 (1): 45-56.

__ Beaver and Allan (2002), 'A Dictionary of Travel and Tourism Terminology', CAB International Wallingford, pp. 313.

__ Chen, Y. , Zhang, H. , & Qiu, L. (2013). A Review on Tourist Satisfaction of Tourism. Destinations. Proceedings of 2nd International Conference on Logistics, Informatics and Service Science, pp. 593-604. http://dx. doi. org/10. 1007/978-3-642-32054-5_83

__ Douglas Harper (2011), 'Online Etymology Dictionary', Ohio University, Athens, The US.

__ Foster, David(1997), Measuring Customer Satisfaction In The Tourism Industry, Third International & Sixth National Research Conference on Quality Management, The Centre for Management Quality Research at RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia

__ Gartner, W. C. (1989). Tourism image: attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques, Journal of Travel Research, 28(2): 16-20.

__ Sharpley, Richard and Telfer, David J. , (2008). Tourism and Development in the developing world, Routledge, New York.

__ http://kurdistan. ichto. ir/

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]

[ Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18 ]