



## گونه‌شناسی جذابیت‌های نوستالژیک تجربه‌شده در میان گردشگران اقامتگاه‌های بوم‌گردی (نمونه پژوهشی: اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان گناباد)

حمداالله سجاسی قیداری<sup>۱</sup>، مرضیه موسوی‌پور<sup>۲</sup>، حمیده مولائی<sup>۳</sup>

DOI:10.22034/jtd.2025.475127.2960

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۱۵

### چکیده

در زمینه خدمات گردشگری، اقامتگاه‌های بوم‌گردی ظرفیت فراوانی برای ایجاد فضای نوستالژیک و خاطره‌انگیز دارند. از این رو، هدف اصلی از این پژوهش شناسایی مهم‌ترین جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر اساس تحلیل تجربه زیسته گردشگران و همچنین شناسایی عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگران به این اقامتگاه‌ها در شهرستان گناباد است. پژوهش از لحاظ روش‌شناسی مبتنی بر پارادایم عمل‌گرایانه و با رویکرد پژوهش آمیخته (کمی و کیفی) است. جامعه آماری پژوهش در بردارنده شانزده نفر از گردشگران در بخش کیفی و دو بیست نفر از گردشگران در هشت اقامتگاه بوم‌گردی شهرستان گناباد در بخش کمی بوده است. روش جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از مصاحبه‌های کیفی و عمیق نیمه‌ساختارمند و در قالب نظریه پدیدارشناسی توصیفی کلایزی و در روش کمی بر اساس پرسش‌نامه محقق‌ساخته است. در بعد کیفی از شیوه پدیدارشناسی توصیفی کلایزی و در روش‌های کمی از تحلیل‌های آماری مانند آزمون همبستگی کندال و آزمون کای دو برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. یافته‌ها نشان از یازده عامل استخراجی حاصل از تجربه‌های نوستالژیک ادراک‌شده گردشگران از اقامتگاه‌های بوم‌گردی دارد که با سه پارامتر مؤثر بر وفاداری گردشگران از جمله توصیه بازدید به دیگران، انتخاب مکان‌ها برای بازدید دوباره در آینده و انتخاب مکان موردنظر برای نخستین سفر اوقات فراغت ارتباط معنادار دارد. همچنین، نشانگر تأثیر مهم این شاخص‌ها در وفاداری و بازگشت‌پذیری گردشگران است.

### واژه‌های کلیدی:

تحلیل جذابیت، گردشگری نوستالژیک، تجربه گردشگری، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، شهرستان گناباد

### مقدمه

دارد. این فضا تحت تأثیر تقاضای بازار و جنبه‌های اقتصادی گردشگری می‌تواند حس نوستالوژیک ایجاد کند (Katahenggam, 2019). امروزه، به همین سبب، گردشگری بومی به‌عنوان تداعی‌کننده حس نوستالوژیک، یکی از شاخه‌های تخصصی گردشگری شده است که بر بررسی و گرامی‌داشت رویدادها، مکان‌ها و سایت‌های تاریخی مرتبط با وقایع مهم گذشته تمرکز دارد (Cifci, 2022; Stone et al., 2021). این نوع گردشگری در صدد است، با بازآفرینی و تأمل بر

گردشگری بومی شکل گرفته در محیط‌های روستایی یکی از گونه‌های اصلی و بسیار فراگیر گردشگری در مقیاس جهانی است که ظرفیت فراوانی برای توسعه اجتماعی و فرهنگی دارد. این نوع گردشگری در جوامع متمدن، که زمینه‌های جذب فرهنگی دارند، به‌ویژه از منظر توجه به هویت فرهنگی و ملی، عامل تمایز و تشخیص اصالت به‌شمار می‌رود و نقش مهمی در هویت‌یابی و تعمیق هویت فرهنگی آن‌ها



رویدادهایی که تأثیر عمیق مثبت یا منفی در تاریخ بشر داشته‌اند، آگاهی و درک مخاطبان را افزایش دهد و یکی از پر طرفدارترین و درعین حال به‌روزترین صنایع دنیا به شمار می‌رود که توانسته است بخش اعظم فراغت افراد در سراسر جهان را پر کند (Kafashan Tusi et al., 2020: 597; Kim et al., 2021; Wang et al., 2020). نوستالژی را می‌توان اشتیاق به جذابیت‌های محسوس تعریف کرد که احساسی "رایج" یا "تجربه" شناخته می‌شود (Dauncey & Tinker, 2015). نوستالژی از طریق ساختن خاطرات و تداعی‌های مثبت در ذهن مصرف‌کننده ترجیح او را به سمت خود می‌کشاند (Eshfagh et al., 2019).

در این میان، بوم‌گردی به‌عنوان یکی از نوین‌ترین زیرشاخه‌های گردشگری نوستالژیک، به‌مثابه فرصتی نوین، به بیان و معرفی چشم‌اندازها و فضاهای اقامتی در مناطق بکر و دیدنی می‌پردازد (Najafi & Sidaei, 2014). هرچند ایجاد فضاهای اقامتی در جهان سابقه بسیاری دارد (Ghadiri Masoum et al., 2020: 24)، اقامتگاه‌های بوم‌گردی اصطلاحی است که طی چند سال اخیر در ایران رایج شده است و یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه گردشگری به شمار می‌آید (Anabestani et al., 2018).

بین نوستالژی و گردشگر ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. تجربه گردشگران از مکان‌های دلخواه رفع نیازهای فرهنگی، اجتماعی و روانی را به دنبال دارد (Fairley & Gammon, 2005, p. 184). دوری از مشکلات، تحریک، سرگرمی، جشن فرهنگی و احساس هویت گروهی و فردی نمونه‌هایی از نیازهای روانی، اجتماعی و فرهنگی است که احساس اشتیاق و انرژی شایان توجهی را ایجاد می‌کند (Batcho, 2007, p. 362). بنابراین، بیشتر گردشگران تمایل به مسافرت به‌صورت پیوسته را برای رفع نیازها و خواسته‌هایشان از گردشگری انتظار دارند (Kulczycki & Hyatt, 2005, p. 273). ازاین‌رو، فرایند درک تجربه گردشگری پیچیده است و متغیرهای بسیاری بر آن اثر می‌گذارند (Hejazi & Ezzi, 2018).

گردشگری فعالیت‌هایی است که به‌جز مزایای اقتصادی و اشتغال‌زایی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد (Sojasi Qeidari et al., 2019, p. 117). بنابراین، جذب گردشگر نیازمند سازوکارهای متعددی است که یکی از آن‌ها خلق نوستالژی یا همان خاطرات و تجربیات شیرین گذشته برای گردشگران به‌منظور حضور دوباره آنان است (Ramshaw & Gammon, 2005, p. 229). به عبارتی، اگر مکانی احساس نوستالژیک را در مصرف‌کنندگان به وجود آورد، انگیزه‌ای قوی برای بازدید از آن مکان ایجاد می‌کند (Chen, 2014, p. 355). از همین رو می‌توان با برانگیختن حس نوستالژیک در گردشگران بر جذابیت‌های این نوع از گردشگری افزود و با ارائه خدمات گوناگون نوستالژیک برای جذب هرچه بیشتر مشتریان این مراکز اقامتی تلاش کرد و باعث رشد اقتصاد محلی و رونق بخشی کسب‌وکارهای اقامتی شد.

اقامتگاه‌های بوم‌گردی چند سالی است در مناطق اطراف شهرهای بزرگ و دارای آثار تاریخی و طبیعی شکل گرفته‌اند و سازمان‌های متولی و سرمایه‌گذاران خصوصی نیز از آن‌ها حمایت می‌کنند (Anabestani et al., 2018, p. 3). از سویی نیز، مشکلات شهرنشینی و فطرت طبیعت دوست آدمی او را به دامن طبیعت و مناطق آرام می‌کشاند (Yaghoubi et al., 2018, p. 84). این اقامتگاه‌ها کوچک‌مقیاس هستند و بر اساس فرهنگ و معماری سنتی منطقه ساخته می‌شوند و می‌توانند احساسات گردشگران را در مناطق بکر برانگیزانند (Sadin & Pourtaheri, 2020, p. 203). تفاوتی ماهیتی که در اقامتگاه بوم‌گردی با سایر اقامتگاه‌ها ایجاد شده است و تجاربی شخصی که به گردشگر ارائه می‌دهد موجب شده گردشگرانی که وارد شهرستان گناباد می‌شوند در این واحدها اقامت کنند و خودشان محرک‌هایی برای جذب گردشگر از نقاط دیگر شوند. بنابراین، این عامل فرصت خوبی است که زمینه توسعه گردشگری و خدمات مرتبط با آن فراهم آید. این شهرستان به‌خاطر حفظ بافت سنتی زیبایش معروف بوده است. اقامتگاه‌های این شهرستان، با معماری زیبای سقف‌های گنبدی، درب‌های چوبی و مشبک، دالان‌های زیبای ورودی، شبستان‌ها و حوضچه زیبا، سبک زندگی زیبا در خراسان قدیم را زنده کرده و موجب جذب گردشگران داخلی و حتی خارجی شده است. بر این اساس، هدف از این پژوهش شناسایی جذابیت‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان گناباد از دیدگاه گردشگران درباره حس القایی نوستالژیک است تا با شناسایی این جذابیت‌ها به بازگشت‌پذیری گردشگران و میزان وفاداری آن‌ها پی برد. پرسش اصلی پژوهش این است که مهم‌ترین جذابیت نوستالژیک تجربه‌شده از دیدگاه گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی کدام است.

بین نوستالژی و گردشگر ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. تجربه گردشگران از مکان‌های دلخواه رفع نیازهای فرهنگی، اجتماعی و روانی را به دنبال دارد (Fairley & Gammon, 2005, p. 184). دوری از مشکلات، تحریک، سرگرمی، جشن فرهنگی و احساس هویت گروهی و فردی نمونه‌هایی از نیازهای روانی، اجتماعی و فرهنگی است که احساس اشتیاق و انرژی شایان توجهی را ایجاد می‌کند (Batcho, 2007, p. 362). بنابراین، بیشتر گردشگران تمایل به مسافرت به‌صورت پیوسته را برای رفع نیازها و خواسته‌هایشان از گردشگری انتظار دارند (Kulczycki & Hyatt, 2005, p. 273). ازاین‌رو، فرایند درک تجربه گردشگری پیچیده است و متغیرهای بسیاری بر آن اثر می‌گذارند (Hejazi & Ezzi, 2018).

گردشگری فعالیت‌هایی است که به‌جز مزایای اقتصادی و اشتغال‌زایی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد (Sojasi Qeidari et al., 2019, p. 117). بنابراین، جذب گردشگر نیازمند سازوکارهای متعددی است که یکی از آن‌ها خلق نوستالژی یا همان خاطرات و تجربیات شیرین گذشته برای گردشگران به‌منظور حضور دوباره آنان است (Ramshaw & Gammon, 2005, p. 229). به عبارتی، اگر مکانی احساس نوستالژیک را در مصرف‌کنندگان به وجود آورد، انگیزه‌ای قوی برای بازدید از آن مکان ایجاد می‌کند (Chen, 2014, p. 355). از همین رو می‌توان با برانگیختن حس نوستالژیک در گردشگران بر جذابیت‌های این نوع از گردشگری افزود و با ارائه خدمات گوناگون نوستالژیک برای جذب هرچه بیشتر مشتریان این مراکز اقامتی تلاش کرد و باعث رشد اقتصاد محلی و رونق بخشی کسب‌وکارهای اقامتی شد.

اقامتگاه‌های بوم‌گردی چند سالی است در مناطق اطراف شهرهای بزرگ و دارای آثار تاریخی و طبیعی شکل گرفته‌اند و سازمان‌های متولی و سرمایه‌گذاران خصوصی نیز از آن‌ها حمایت می‌کنند (Anabestani et al., 2018, p. 3). از سویی نیز، مشکلات شهرنشینی و فطرت طبیعت دوست آدمی او را به دامن طبیعت و مناطق آرام می‌کشاند (Yaghoubi et al., 2018, p. 84). این اقامتگاه‌ها کوچک‌مقیاس هستند و بر اساس فرهنگ و معماری سنتی منطقه ساخته می‌شوند و می‌توانند احساسات گردشگران را در مناطق بکر برانگیزانند (Sadin & Pourtaheri, 2020, p. 203). تفاوتی ماهیتی که در اقامتگاه بوم‌گردی با سایر اقامتگاه‌ها ایجاد شده است و تجاربی شخصی که به گردشگر ارائه می‌دهد موجب شده گردشگرانی که وارد شهرستان گناباد می‌شوند در این واحدها اقامت کنند و خودشان محرک‌هایی برای جذب گردشگر از نقاط دیگر شوند. بنابراین، این عامل فرصت خوبی است که زمینه توسعه گردشگری و خدمات مرتبط با آن فراهم آید. این شهرستان به‌خاطر حفظ بافت سنتی زیبایش معروف بوده است. اقامتگاه‌های این شهرستان، با معماری زیبای سقف‌های گنبدی، درب‌های چوبی و مشبک، دالان‌های زیبای ورودی، شبستان‌ها و حوضچه زیبا، سبک زندگی زیبا در خراسان قدیم را زنده کرده و موجب جذب گردشگران داخلی و حتی خارجی شده است. بر این اساس، هدف از این پژوهش شناسایی جذابیت‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان گناباد از دیدگاه گردشگران درباره حس القایی نوستالژیک است تا با شناسایی این جذابیت‌ها به بازگشت‌پذیری گردشگران و میزان وفاداری آن‌ها پی برد. پرسش اصلی پژوهش این است که مهم‌ترین جذابیت نوستالژیک تجربه‌شده از دیدگاه گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی کدام است.

بین نوستالژی و گردشگر ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. تجربه گردشگران از مکان‌های دلخواه رفع نیازهای فرهنگی، اجتماعی و روانی را به دنبال دارد (Fairley & Gammon, 2005, p. 184). دوری از مشکلات، تحریک، سرگرمی، جشن فرهنگی و احساس هویت گروهی و فردی نمونه‌هایی از نیازهای روانی، اجتماعی و فرهنگی است که احساس اشتیاق و انرژی شایان توجهی را ایجاد می‌کند (Batcho, 2007, p. 362). بنابراین، بیشتر گردشگران تمایل به مسافرت به‌صورت پیوسته را برای رفع نیازها و خواسته‌هایشان از گردشگری انتظار دارند (Kulczycki & Hyatt, 2005, p. 273). ازاین‌رو، فرایند درک تجربه گردشگری پیچیده است و متغیرهای بسیاری بر آن اثر می‌گذارند (Hejazi & Ezzi, 2018).

گردشگری فعالیت‌هایی است که به‌جز مزایای اقتصادی و اشتغال‌زایی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد (Sojasi Qeidari et al., 2019, p. 117). بنابراین، جذب گردشگر نیازمند سازوکارهای متعددی است که یکی از آن‌ها خلق نوستالژی یا همان خاطرات و تجربیات شیرین گذشته برای گردشگران به‌منظور حضور دوباره آنان است (Ramshaw & Gammon, 2005, p. 229). به عبارتی، اگر مکانی احساس نوستالژیک را در مصرف‌کنندگان به وجود آورد، انگیزه‌ای قوی برای بازدید از آن مکان ایجاد می‌کند (Chen, 2014, p. 355). از همین رو می‌توان با برانگیختن حس نوستالژیک در گردشگران بر جذابیت‌های این نوع از گردشگری افزود و با ارائه خدمات گوناگون نوستالژیک برای جذب هرچه بیشتر مشتریان این مراکز اقامتی تلاش کرد و باعث رشد اقتصاد محلی و رونق بخشی کسب‌وکارهای اقامتی شد.



(Eshfagh et al., 2019, p. 16).

هنجارهای فرهنگ سنتی برگرفته از میراثی است که به نسل امروزی رسیده است. این فرهنگ سنتی، با توجه به تقاضای موجود در بازار گردشگری در دوران کنونی، می‌تواند جاذب گردشگرانی باشد که خواهان یافتن مکان‌هایی با فرهنگ سنتی‌اند تا اصالت واقعی را در آن تجربه کنند. از این‌روست که در چارچوب گردشگری، تقاضاهای گوناگون فرهنگی در روندی از شناخت دیگر فرهنگ‌ها از راه بازدید از مناطق گوناگون شکل می‌گیرد (Cho et al., 2019, p. 917). این نشان‌دهنده آن است که بخشی از جریان گردشگری، در چارچوب گردشگری فرهنگی، تضاد فرهنگی را پشت سر گذاشته است و با قبول فرهنگ میزبان، یعنی مناطقی که از آن بازدید می‌کنند، بیشتر به دنبال شناخت از فرهنگ بومی است. این روند را باید حاصل تعامل فرهنگی ناشی از اندیشه‌های پسامدرن دانست که در تبلور شناخت و تعامل فرهنگی از راه گردشگری شکل می‌گیرد. طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، بیش از ۴۰ درصد گردشگری بین‌المللی با انگیزه فرهنگی است و این فرایند در حال افزایشی چشمگیر است (Christou, 2020, p. 614). رشد روزافزون این نوع گردشگری توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران در جهان را به خود معطوف کرده است و بسیاری از کشورها، با برگزاری جشن‌ها و فستیوال‌های گوناگون که ریشه و پایه عمیق فرهنگی ندارد، سعی می‌کنند، در این بازار رقابت، گوی سبقت را از آن خود کنند (Nikraftar et al., 2019, p. 311). سالانه جشن‌ها و فستیوال‌های زیادی در جهان به نام گردشگری فرهنگی و با هدف کسب درآمد برگزار می‌شود و عده بی‌شماری از مردم نقاط مختلف جهان را به این کشورها می‌کشاند؛ اما در تعریف گردشگری فرهنگی باید به مفهوم فرهنگ نیز توجه کرد (Shi et al., 2021). فرهنگ به مجموعه پیچیده‌ای از دانش‌ها، باورها، هنرها، سنت‌ها، آداب‌ورسوم، اخلاقیات و هرچه فرد به‌عنوان عضوی از جامعه خویش فرامی‌گیرد گفته می‌شود. در بسیاری از این موارد پدیده‌ای ناشناخته دست‌مایه برگزاری فستیوال یا جشن شده است و سالانه میلیاردها دلار را به درآمد ملی این کشورها اضافه می‌کند (Shafiee & Ghamarani, 2017, p. 132). اما کشور ایران، که سابقه تاریخی و فرهنگی آن بر همه روشن است، با داشتن رسوم و آیین‌ها و مراسم خاص که همگی برگرفته از فرهنگ غنی، طبیعت، دانش، نوع دوستی و... است، سهم ناچیزی در این عرصه دارد. متأسفانه بسیاری از آداب‌ورسوم و هنرهای بومی ما به

## مروری بر ادبیات موضوع اقامتگاه‌های بوم‌گردی

اقامتگاه‌های بوم‌گردی یا گردشگری جامعه‌بنیاد، که از سال ۱۹۹۴ معرفی شده‌اند (Kazemian et al., 2020)، طی دوازده سال گذشته در ایران توسعه چشمگیری داشته‌اند (Pazoki et al., 2020). این اقامتگاه‌ها به زیرگونه‌هایی چون بوم‌کلبه‌ها (در مناطق روستایی و طب‌بعی)، اقامتگاه‌های سنتی (بافت تاریخی شهری) و اقامتگاه‌های عشایری (مناطق عشایرنشین) تقسیم می‌شوند. همچنین، بر اساس ساختار فیزیکی شامل اقامتگاه بوم‌گردی، اکوکمپ و اکوهتل هستند (Kazemian et al., 2020). ویژگی‌های اصلی این اقامتگاه‌ها شامل ارائه غذا و موسیقی محلی، معماری سنتی منطبق با محیط، استفاده نکردن از ظروف یک‌بار مصرف و رعایت آداب بومی است (Hesam et al., 2019). هدف اصلی از ایجاد این اقامتگاه‌ها دستیابی به توسعه پایدار از طریق گردشگری است (Setini et al., 2021). برخلاف تصور عمومی که اقامتگاه بوم‌گردی و بوم‌گردی را یکسان می‌داند (Davaryar et al., 2015)، اقامتگاه بوم‌گردی نوعی خدمات گردشگری مسئولانه و اجتماع‌محور با حفظ فرهنگ محلی است در حالی که بوم‌گردی (اکوتوریسم) نوعی گردشگری به شمار می‌رود. این اقامتگاه‌ها اغلب توسط خانواده‌های محلی اداره می‌شود و علاوه بر خدمات اقامتی، فعالیت‌هایی مانند آموزش و فروش صنایع دستی، اجرای نمایش و موسیقی سنتی، برگزاری رویدادهای بومی، و تورهای بوم‌گردی ارائه می‌دهند (Anabestani et al., 2018). سبک معماری، مصالح ارگانیک، طراحی داخلی بومی و فعالیت‌های تعریف‌شده در این اقامتگاه‌ها آن‌ها را به اکوموزه‌هایی جذاب برای گردشگران تبدیل کرده است. همچنین، مشارکت خانواده میزبان و جامعه محلی در تمامی فعالیت‌ها یکی از ویژگی‌های کلیدی این اقامتگاه‌ها است که حس نوستالژیک و تجربه‌ای از زندگی بومی و سنتی را برای گردشگران ایجاد می‌کند (Pazoki et al., 2020, Wondirad, 2019).

## گردشگری نوستالژیک

آنچه در گردشگری بیشتر مدنظر است پردازش جلوه‌های گوناگون فرهنگ‌های سنتی است. در جهان سنتی، فرهنگ در قالب‌های اندیشگی و رفتارهایی شکل می‌گیرد که در هر جامعه‌ای بنیاد زندگی جمعی را تشکیل می‌دهند و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابند



فراموشی سپرده شده است و امروزه جشن‌هایی که با شرایط زندگی و فرهنگ ایرانی همخوانی ندارند در بین نسل امروزی رواج یافته‌اند (Suntikul, 2017, p. 1038).

### اقامتگاه بوم‌گردی و حس نوستالژیک

بسیاری از کسب‌وکارها از نوستالژی برای مزیت رقابتی استفاده کرده‌اند و از این طریق وفاداری به برندشان را ایجاد کرده‌اند. بیشتر اوقات سفر پاسخ به چیزهایی است که در زندگی فرد از دست رفته است. این تفکر وجود دارد که هرچند گردشگران نمی‌توانند به زندگی گذشته خود برگردند، می‌توانند با انجام فعالیت‌های نوستالژیک آن گذشته را بازسازی کنند (Anabestani et al., 2018, p. 9). سفر این فرصت را برای گردشگر فراهم می‌کند تا با بازدید دوباره از مکانی خاص احساس و اشتیاق گذشته بازسازی شود. با وجود افزایش توجه به نوستالژی در بازار مصرف، هنوز این موضوع فاقد ساختاری نظری است. بیشتر پژوهش‌های بازار بر محوریت بررسی پیش‌نیازها و آثار رفتار مصرف‌کننده است (Christou et al., 2018, p. 45). اقامتگاه‌های بوم‌گردی، با آن حس نوستالژیک، بدون شک انتخاب هر گردشگرند و از آنجاکه این اقامتگاه‌ها صرفاً برای اقامت نیستند بلکه تداعی‌گر جاذبه‌های فرهنگی و گردشگری از یک شهر و دیارند، استقبال زیادی از آن‌ها شده است (Sharma, 2020, p. 93). البته هر اقامتگاهی را نمی‌توان اقامتگاه بوم‌گردی نامید، بلکه باید استانداردهایی که سازمان میراث فرهنگی مشخص کرده را دارا باشد. این اقامتگاه‌ها در هر شهری، بنا به فرهنگ و آداب‌ورسومی که دارند، از لحاظ ساختار طراحی و غذاها و خوراکی‌ها و چگونگی چیدمان و سبک دکوراسیون با هم تفاوت دارند؛ اما وجه شباهت همه آن‌ها حس خوب خانه‌باغ‌های قدیمی روستایی با آرامشی محض همراه با کرسی و صنایع دستی آن شهر است (Çakar, 2018). گردشگران با سکونت در این اقامتگاه‌ها با آداب‌ورسوم و معماری بومی روستاها آشنا می‌شوند. استقبال گردشگران داخلی و خارجی از بوم‌گردی سبب شده است، با تنظیم تفاهم‌نامه‌ای میان سازمان میراث فرهنگی و معاونت مناطق محروم ریاست جمهوری، تسهیلات بانکی روستاییان برای توسعه مناطق خود در حوزه‌های اقتصادی به مالکان اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مناطق روستایی نیز اختصاص یابد (Latifiyan et al., 2020, p. 26).

در بوم‌گردی، گردشگران برای دیدار از مناطق طبیعی غیرمسکونی و دست‌نخورده سفر می‌کنند و با جاذبه‌های طبیعی و غیرطبیعی آن مناطق آشنا می‌شوند. در ایران نیز، مدتی است این گونه از گردشگری رایج شده و خوشبختانه با استقبال خوبی از سوی مردم مواجه شده است. از مهم‌ترین ویژگی‌های این گردشگری برپایی اقامتگاه‌های بوم‌گردی با کمترین آسیب به محیط‌زیست اطراف است. به عبارتی، ساخت‌وساز این اقامتگاه‌ها باید کمترین تأثیر را در محیط اطراف داشته باشد و متناسب با بافت و معماری آن منطقه بازسازی شوند (Ebrahimipour et al., 2012, p. 70). بوم‌گردی یا همان گردشگری روستایی شکلی جدید از صنعت گردشگری رواج‌یافته در کشورمان است که در آن افراد به‌جای حضور در هتل‌ها و اماکن شلوغ و پرآزدحام راهی مناطقی بکر و دورافتاده می‌شوند تا به دور از هیاهوی زندگی روزمره دمی و ساعتی یا شاید روزی و هفته‌ای را در آرامش برآمده از این ویژگی ناب سپری کنند (Rostam Pisheh et al., 2019, p. 115). به معنای دقیق‌تر، بوم‌گردان به روستاها می‌روند تا همانند آن‌ها زندگی کنند، مانند آن‌ها غذای محلی بخورند، مانند آن‌ها به طبیعت بروند تا لذت‌های زندگی ساده و صمیمی روستایی را تجربه کنند و از آن بهرمنند شوند (Rezvani & Azizi, 2018). زندگی و اقامت در خانه سنتی ایرانی تجربه‌ای دلنشین است که شاید بیشتر مردم از آن خاطره‌ای داشته یا شنیده باشند، که آن را متمایز از فضای هتل‌ها و مهمان‌سراها می‌کند. خانه‌هایی که برتری آن‌ها در اصالت فرهنگ و سنت‌های قدیمی نهفته است و با شرایط بومی هر منطقه نیز سازگارند (Salehi et al., 2017, p. 19). شهرنشینی، افزایش جمعیت و نیاز به ساخت خانه‌های بیشتر و کوچک‌تر در رونق یافتن این خانه‌ها مؤثر بوده است؛ اما در این میان اقامتگاه‌هایی وجود دارند که نام بوم‌گردی بر آن‌ها گذاشته شده است و بر اساس معماری سنتی ایرانی بازسازی یا ساخته می‌شوند. در سالیان اخیر، روزبه‌روز بر رونق و محبوبیت این اقامتگاه‌ها افزوده شده است. این اقامتگاه‌ها پا را فراتر از ایجاد تجربه‌ای دلنشین برای گردشگران گذاشته‌اند و می‌کوشند فرهنگ بومی منطقه خود را حفظ و به گردشگران ارائه کنند و چرخ اقتصاد روستا را نیز بچرخانند (Azizi et al., 2018, p. 80).

درخصوص نوستالژی ادراک‌شده در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، دیدگاه‌هایی در زمینه کیفیت درک‌شده، مدل اهمیت و رضایت و وفاداری درک‌شده توسط مشتریان در



نتیجه رسیدند که با توجه به ظرفیت فراوان گردشگری عشایری در ایران، مانند پراکنش مکانی و تنوع فرهنگی و اقلیمی این قشر، با برنامه‌ریزی برای استفاده از این فرصت و بالفعل در آوردن توانایی‌های بالقوه این بخش و شکوفایی هرچه بیشتر آن به منظور شناسایی ظرفیت‌های موجود به‌عنوان یک حس نوستالژیک ایجاد شده در ذهنیت گردشگران، می‌شود زمینه توسعه این نوع گردشگری را فراهم آورد. نتایج پژوهش اشفاق و همکاران (2019) نشان می‌دهد که دو متغیر مستقل نوستالژی و بازاریابی تجربی تأثیر مثبت و مستقیم در متغیر مبانجی ارزش‌های تجربی دارند؛ به این معنا که با افزایش سطح نوستالژی و بازاریابی تجربی مقصد گردشگری در ذهن گردشگران و مسافران شهر اصفهان سطح ارزش‌های تجربی برای این گردشگران نیز افزایش می‌یابد و مثبت‌تر می‌شود و برعکس. همچنین، چن<sup>۱</sup> و همکاران (2014) در پژوهشی عنوان می‌کنند که در طی چند سال گذشته، نوستالژی در تایوان به مد تبدیل شده است. رستوران‌های نوستالژیک در تایوان رایج شده‌اند و میزبان گردشگران زیادی هستند. پژوهش روسل<sup>۲</sup> (2018) نشان می‌دهد مصرف‌کنندگان با افزایش سن به‌طور فزاینده‌ای به دنبال تجربیات نامشهودی هستند که به آن‌ها کمک می‌کند تا با ریشه‌های اجدادی خود ارتباط برقرار کنند. این دورنمایی شایان توجه از نگاه پسامدرن به جهانگرد به‌عنوان چشم‌انداز است. این پژوهش همچنین نشان می‌دهد که درک اصالت و تحقق تجارب فرهنگی از عوامل مهم در تقویت تکرار تجارت و درخواست تکرار دوباره آن‌ها است. کریستو<sup>۳</sup> و همکاران (2018) در پژوهشی عنوان می‌کنند که تمایل به تجربه دوباره روزهای خوب گردشگران را تحریک می‌کند تا به مناطق روستایی که نوعی جذابیت قدیمی دارند سفر کنند. کاتاهنگام<sup>۴</sup> (2019) در پژوهشی تأکید می‌کند که میراث فرهنگی امکان گسترش گردشگری جهانی و تجربه حس نوستالژیک را فراهم کرده است. با وجود این، بسیاری از شهرها با ارائه مسئله "اصالت" در ارائه محصول گردشگری میراث دست‌وپنجه نرم می‌کنند و گردشگران، بین گزینه‌های گوناگون، مکان‌هایی را انتخاب می‌کنند که حس آرامش و قدیمی بودن دارد و یادآور تجربیات گذشته است. شهرهای میراث جهانی مانند جورج تاون معمولاً در مقایسه با شهرهای سنگاپور با مشکلاتی چون حفظ اصالت در حین پذیرایی از

راستای تجربه نوستالژیک وجود دارد که عبارت‌اند از: کیفیت ادراک شده در راستای تجربه نوستالژیک در دوران مشتری‌مداری، ارائه کیفیت خدمات برتر به مشتریان، به‌ویژه در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، باعث ایجاد حس تعلق و وابستگی نوستالژیک می‌شود. کیفیت ادراک شده از خدمات در بردارنده نتیجه نهایی خدمت و نیز فرایند ارائه آن است (Asadi et al., 2017) و مدیریت زنجیره تأمین نقش مهمی در ایجاد خدماتی دارد که حس نوستالژیک و وفاداری مشتریان را تقویت می‌کند. مدل اهمیت-رضایت در راستای تجربه نوستالژیک: این مدل بر اهمیت مؤلفه‌های خدمات از نظر مشتریان و میزان رضایت آن‌ها تمرکز دارد. مؤلفه‌ها در یکی از چهار ناحیه ماتریس اهمیت-رضایت قرار می‌گیرند: تثبیت (اهمیت و رضایت زیاد)، ارتقا (اهمیت زیاد و رضایت کم)، ارزیابی (اهمیت کم و رضایت زیاد) و پایش (اهمیت و رضایت کم). بر اساس این مدل، اقامتگاه‌ها می‌توانند راهبردهای خود را برای ارتقای کیفیت خدمات نوستالژیک بهینه کنند (Pirbabaie et al., 2015).

وفاداری درک شده توسط مشتریان در راستای تجربه نوستالژیک: در دنیای رقابتی کنونی، مصرف‌کنندگان به دنبال انتخاب‌هایی متمایز و مبتنی بر عواطف‌اند (Jafari et al., 2017). نوستالژی، با ایجاد خاطرات و تداعی‌های مثبت، ترجیحات مشتری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و تجربه‌های مصرف گذشته نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های آتی دارد (Mahmoudi et al., 2016). ارزش‌های تجربی نوستالژیک مشتری را از لحاظ عاطفی درگیر می‌سازد و وفاداری او را تنها زمانی حفظ می‌کند که بهترین ارزش ارائه شود (Askari et al., 2018). نوستالژی، که اخیراً در بازاریابی محبوب شده است، می‌تواند انگیزه‌ای قوی برای انتخاب مقاصد گردشگری باشد (Akbari et al., 2018). اقامتگاه‌های بوم‌گردی، با توجه به تجربه‌نگاری در گردشگری، منبعی مهم برای ایجاد حس نوستالژیک در گردشگران به شمار می‌روند.

### پیشینه پژوهش

با اینکه پژوهش‌های علمی درباره گردشگری نوستالژیک، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تجربه‌نگاری در گردشگری از موضوعات جدید است و از عمر آن بیش از یک دهه نمی‌گذرد، در بررسی پیشینه پژوهش سعی شده پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش بررسی شود. نجفی و صیدایی (2014) در پژوهشی به این

1. Chen  
2. Russell  
3. Christou  
4. Katahenggam



گردشگری روبه‌رویند. از این رو، درک ادراکات و ترجیحات گردشگران میراث می‌تواند به ایجاد فضای قابل قبول تری برای گردشگری میراث کمک کند. همچنین، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عوامل جمعیتی و جغرافیایی بر گردشگران میراث اثر می‌گذارد. در پژوهش جیان<sup>۱</sup> و همکاران (2020)، مشخص شده است که محدودیت‌های سفر باعث بیشتر شدن دلتنگی گردشگران برای مقصد گذشته و افزایش پیوست مقصد و بازنگری در اهداف می‌شود. نوستالژی تأثیرات محدودیت سفر در پیوست به مقصد و قصد تجدیدنظر را کاملاً میانجیگری می‌کند؛ از این رو، پیوستگی مقصد تا حدی میانجی ارتباط بین دلتنگی و قصد دوباره است و تمرکز نظارتی پیشگیری برای تعدیل مثبت رابطه بین محدودیت سفر و دلتنگی مشخص شده است.

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که درباره موضوع گردشگری نوستالژیک تجربه‌شده در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، به‌علت جدید بودن موضوع، هنوز پژوهش کاملی صورت نگرفته است. اگرچه برخی پژوهشگران به ابعاد مرتبط پرداخته‌اند، اما این پژوهش‌ها با محدودیت‌های زیر روبه‌رو بوده‌اند:

- تمرکز بر موضوعات کلی و کمتر پرداختن به اقامتگاه‌های بوم‌گردی به‌عنوان بستر اصلی تجربه نوستالژیک: پژوهش نجفی و صیدایی (2014) بر ظرفیت‌های گردشگری عشایری و ایجاد حس نوستالژیک در ذهن گردشگران تأکید دارد، اما به‌طور خاص به نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در این فرایند اشاره نکرده است.

- تحلیل نشدن روابط میان متغیرهای نوستالژی و وفاداری گردشگران: در پژوهش‌های اشفاق و همکاران (2019) و چن و همکاران (2014)، تأثیر نوستالژی در ارزش‌های تجربی یا مد بودن این پدیده بررسی شده است، اما ارتباط میان نوستالژی و شاخص‌های وفاداری (مانند ترجیح دوباره مقصد و تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان) به‌طور جامع تحلیل نشده است.

- نبود تمرکز کافی بر ابعاد مختلف تجربه نوستالژیک در اقامتگاه‌های بوم‌گردی: پژوهش‌های روسل (2018) و کریستو و همکاران (2018) به تأثیر نوستالژی در انتخاب مقاصد قدیمی یا تجربیات فرهنگی اشاره کرده‌اند، اما بررسی جزئیاتی مانند هنر بومی، معماری سنتی، و تعامل با سبک زندگی محلی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی نیازمند توجه بیشتری است.

- نبود درک عمیق از ارتباط نوستالژی با ویژگی‌های دموگرافیک گردشگران: اگرچه پژوهش‌های کاتاهنگام (2019) و جیان و همکاران (2020) به تأثیر عوامل دموگرافیک و محدودیت‌های سفر در نوستالژی و رفتار گردشگران اشاره کرده‌اند، اما پژوهش خاصی بر تأثیر سن، شغل، و تحصیلات گردشگران در تجربه نوستالژیک در اقامتگاه‌های بوم‌گردی متمرکز نشده است. از این رو این پژوهش، با تمرکز بر جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی در شهرستان گناباد و سنجش تأثیر آن‌ها در وفاداری گردشگران، در صدد پر کردن این شکاف‌ها است.

در این پژوهش، شاخص‌های نوستالژیک مرتبط با اقامتگاه‌های بوم‌گردی شناسایی و دسته‌بندی و ارتباط میان تجربه‌های نوستالژیک و شاخص‌های وفاداری (نگرشی و رفتاری) بررسی می‌شود. همچنین، تأثیر عوامل دموگرافیک (سن، شغل، تحصیلات) در این ارتباط تحلیل و بینش جدیدی در زمینه گردشگری نوستالژیک ارائه خواهد شد.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش از لحاظ روش‌شناسی مبتنی بر پارادیم عمل‌گرای و با رویکرد پژوهش آمیخته (کمی و کیفی) است. در بعد کیفی از شیوه پدیدارشناسی توصیفی کلایزی و در روش کمی از تحلیل‌های آماری استفاده شده است. علت به‌کارگیری این دو روش ماهیت چندبعدی مسئله تحلیل جذابیت‌های نوستالژیک تجربه‌شده در میان گردشگران اقامتگاه‌های بوم‌گردی است، که به دلایلی از جمله نبود مطالعات ساختارمند در این زمینه و دشواری تعمیم یافته‌های پژوهشگران گذشته نیاز به پژوهشی آمیخته دارد. بنابراین، روش جمع‌آوری داده‌ها در مرحله نخست استفاده از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختارمند در بخش کیفی است. در این راستا، مصاحبه‌های باز با شانزده نفر از گردشگران، بر اساس تجربه زیسته آن‌ها در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان گناباد، انجام گرفت. انتخاب تعداد مصاحبه‌شوندگان بر مبنای اصول اشباع نظری<sup>۲</sup> صورت گرفت؛ بدین معنا که، پس از این تعداد، داده‌های جدید هیچ اطلاعات یا مفاهیم جدیدی به تحلیل اضافه نکرد (Glaser & Strauss, 1967). مشخصات مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ مشاهده می‌شود.

با توجه جدول ۱، تعداد مردان ۷ نفر و تعداد زنان ۹ نفر است، که نشان‌دهنده گرایش بیشتر زنان به

2. Theoretical Saturation

1. Jian

استفاده از خدمات اقامتگاه است. کمترین سن ۲۰ سال و بیشترین سن ۵۲ سال و میانگین سن حدود ۳۳ سال است که نشان‌دهنده حضور بیشتر جوانان و بزرگسالان در این گروه است. در بخش تحصیلات، تعداد افراد دارای مدرک دیپلم ۴ نفر، کارشناسی ۵ نفر، کارشناسی ارشد ۵ نفر و دکتری ۲ نفر است، که نشان‌دهنده سطح تحصیلی بالای این افراد است. کمترین تعداد دفعات استفاده از اقامتگاه ۲ بار و بیشترین تعداد ۱۰ بار بوده است، که نشان می‌دهد افراد معمولاً چندین بار از

خدمات اقامتگاه استفاده کرده‌اند. در ترکیب جنسیت و تحصیلات، زنان با تحصیلات بالاتر (کارشناسی ارشد و دکتری) حضور بیشتری از مردان دارند. این گروه ترکیب متنوعی از نظر جنسیت، سن، و سطح تحصیلات دارد و استفاده چندین باره از اقامتگاه نشان می‌دهد که خدمات ارائه‌شده توانسته است سطحی از رضایت را ایجاد کند. حضور افراد با تحصیلات بالا نیز اهمیت کیفیت خدمات برای این گروه را نشان می‌دهد.

جدول ۱: مشخصات مصاحبه‌شوندگان  
(بر اساس یافته‌های پژوهش در ۱۴۰۲)

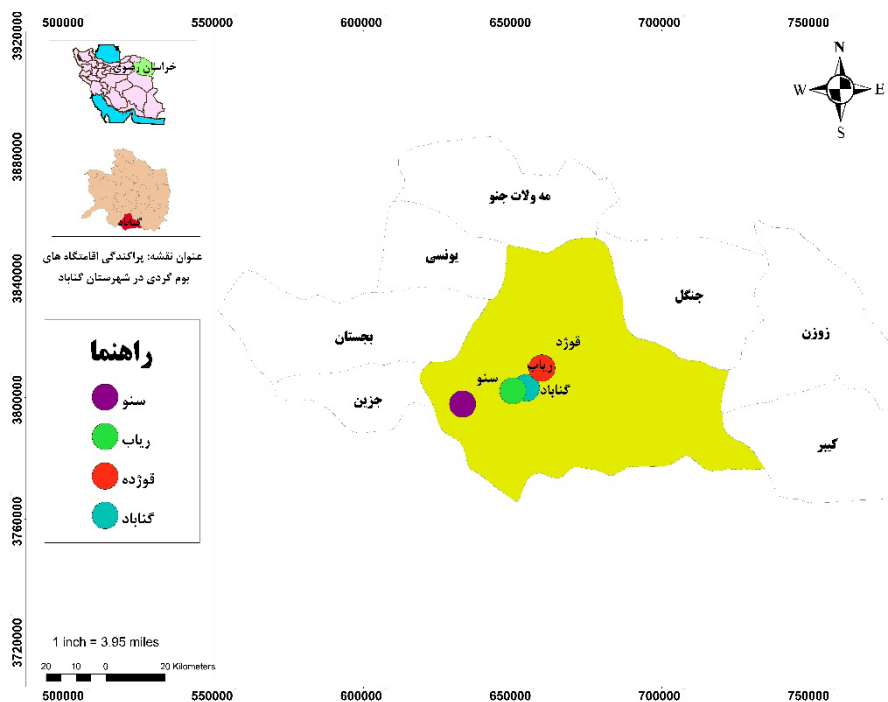
شماره مصاحبه‌شوندگان	جنسیت	سن	تحصیلات	دفعات استفاده از اقامتگاه
۱	مرد	۴۰	کارشناسی ارشد	۳
۲	زن	۲۰	دکتری	۷
۳	زن	۲۳	دیپلم	۶
۴	زن	۴۵	دکتری	۲
۵	زن	۳۲	کارشناسی ارشد	۱۰
۶	زن	۳۱	کارشناسی	۹
۷	زن	۲۷	دکتری	۵
۸	مرد	۵۲	کارشناسی	۵
۹	زن	۳۰	کارشناسی ارشد	۴
۱۰	زن	۴۶	دیپلم	۳
۱۱	زن	۲۱	کارشناسی	۴
۱۲	مرد	۳۳	کارشناسی	۸
۱۳	مرد	۳۳	کارشناسی ارشد	۵
۱۴	مرد	۲۴	دیپلم	۷
۱۵	مرد	۲۸	دیپلم	۵
۱۶	مرد	۳۶	کارشناسی ارشد	۴

در گناباد، خواجه ابومنصور، خالوعیسی، ریو و قوامیه در روستای ریاب، عارف و ماهرخ و غور در روستای قوژده و بابا حسن در روستای سنو) بودند، که تجربه درک‌شده آن‌ها از طریق پرسش‌نامه طراحی شده جمع‌آوری شد. انتخاب این اقامتگاه‌ها بر اساس چنین معیارهایی بود: ۱. قدمت فعالیت اقامتگاه‌ها: اقامتگاه‌هایی انتخاب

در بخش کمی پژوهش، به‌علت نبود دسترسی دقیق به تمامی جامعه آماری، تعیین حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری برای جوامع نامعلوم و با در نظر گرفتن مقدار خطای 0/07 انجام گرفت (Cochran, 1977). بنابراین، جامعه آماری پژوهش 196 نفر از گردشگران هشت اقامتگاه بوم‌گردی شهرستان گناباد (گلستان ادیب



شدند که بیش از ده سال از تأسیس آن‌ها می‌گذشت. 2. تعداد گردشگران: اقامتگاه‌هایی که گردشگران بیشتری در آن‌ها اقامت داشته‌اند. 3. پراکندگی جغرافیایی:



شکل ۱: نقشه منطقه پژوهش

مورد بررسی و آزمون قرار گرفت. در بخش کیفی نیز، برای بررسی روایی عوامل مؤثر در جذابیت نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی از نظر هفده نفر از استادان و کارشناسان صاحب‌نظر در امر گردشگری استفاده شد. برای محاسبه پایایی شاخص‌های به‌دست‌آمده نیز، کدهای نهایی استخراج‌شده از طریق نرم‌افزار ای‌تا در اختیار تعدادی از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و با اکثریت آرا به تأیید رسید (جدول ۲).

برای رعایت شرط برابری در توزیع نمونه‌ها بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی، در هر اقامتگاه بوم‌گردی ۲۵ پرسش‌نامه توسط گردشگران تکمیل شد که در نهایت تعداد نمونه‌ها به دوپست نفر رسید. در بخش کمی، برای بررسی عوامل مؤثر در جذابیت نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه گردشگران استفاده شد. بنابراین، بر اساس نتایج شیوه کیفیت، در مجموع یازده کد انتخابی درباره موضوع جذابیت نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی استخراج شد که به‌صورت پرسش‌نامه محقق‌ساخته درآمد و در جامعه وسیع‌تر

جدول ۲: نتایج محاسبه پایایی بازآزمون (بر اساس یافته‌های پژوهش در ۱۴۰۲)

تعداد کل کدها	تعداد توافق	تعداد عدم توافق	پایایی باز آزمون
۸	۷	۱	۸۷/۵
۶	۵	۱	۸۳/۸۳
۷	۷	۰	۱۰۰
۲۱	۱۹	۲	۹۰/۴۴



شد که تجربه اقامت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی را داشتند. در حین مصاحبه‌ها مشخص شد که اکثراً سابقه اقامت در سایر اقامتگاه‌های گردشگری از جمله هتل‌ها و مسافرخانه‌ها را داشته‌اند. این عامل سبب می‌شود روی هدف موردنظر که همان استخراج مهم‌ترین جذابیت‌های نوستالژیک است تمرکز شود. بدین ترتیب، به‌طور متوسط با هر گردشگر چهار و پنج دقیقه مصاحبه شد و پس از گردآوری داده‌ها، از نظر شانزده نفر از گردشگران برای اشباع نظری استفاده شد. در راستای دستیابی به هدف پژوهش، درخصوص تجربه‌هایی که در این زمینه به دست آورده بودند تبادل نظر شد. سپس، مطالب جمع‌آوری‌شده از مصاحبه با گروه‌های گردشگران در قالب سه مرحله کدگذاری باز و انتخابی و محوری تحلیل شد تا جذابیت نوستالژیک تجربه‌شده از دیدگاه گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی تحلیل شود. **مرحله نخست، کدگذاری باز:** ابتدا مطالب استخراجی از مصاحبه‌ها، با استفاده از تکنیک تحلیل، سطر به سطر بررسی شد. در گام بعدی، با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، جملات و پاراگراف‌ها با دقت بسیاری تجزیه و تحلیل شد و نتایج در قالب مفاهیم استخراج‌شده در جدول 3 گزارش شد.

**مرحله دوم، کدگذاری انتخابی:** پس از انجام کدگذاری‌های باز، کدگذاری انتخابی صورت پذیرفت. این گام با نام‌گذاری مقوله‌ها آغاز شد. در این نوع از کدگذاری، مجموعه‌ای از مفاهیم کلیدی هر مقوله دسته‌بندی شدند. روش دسته‌بندی به‌صورت خوشه‌وار است؛ یعنی مفاهیمی که اشتراک فراوانی دارند در یک خوشه قرار می‌گیرند و مقولات مختلف را تشکیل می‌دهند. این خوشه‌های مفهومی پژوهشگر را به‌سمت نظریه سوق می‌دهد.

**مرحله سوم، کدگذاری محوری:** پس از دسته‌بندی خوشه‌ها در مرحله کدگذاری انتخابی، وارد مرحله کدگذاری محوری می‌شویم. در این مرحله، پژوهشگر باید مقولاتی که بر اساس نظامی منطقی دسته‌بندی شده‌اند نام‌گذاری کند. البته پیش از این کار لازم است کدهای به‌دست‌آمده پالایش شوند و ارتباط آن‌ها با یکدیگر مشخص شود. این اقدامات در مرحله کدگذاری محوری انجام خواهد شد.

**مراحل عملیاتی کدگذاری مهم‌ترین جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی**  
پس از جمع‌آوری مطالب از طریق مصاحبه با گروه‌های متمرکز (گردشگران)، اقدام به کدگذاری باز شد. با مرور خطبه‌خط مصاحبه‌ها، جملات مرتبط

با توجه به مصاحبه‌های انجام‌شده، میزان پایایی یافته‌ها در مجموع بیشتر از 80 درصد بوده، بنابراین تمامی کدهای باز از پایایی قابل قبولی برخوردارند در نتیجه، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید می‌شود. در بخش کمی، برای روایی آن‌ها از نظر استادان راهنما و کارشناسان استفاده شد و برای پایایی شاخص‌های موردبررسی بعد از گردآوری اطلاعات به‌صورت پایلوت از سی نفر، از آزمون معناداری بارتلت و کیزمایر (KMO) استفاده شد. یافته‌های آزمون کیزمایر (Kaiser-Meyer > 81/0) و بارتلت (Sig < 05/0) برای اطمینان از کفایت نمونه در مرحله تحلیل عاملی اکتشافی به کار برده شد. در روش کمی نیز، پس از جمع‌آوری داده‌ها و مشخص شدن ابعاد جذابیت‌های نوستالژی اقامتگاه‌های بوم‌گردی، از گردشگران خواسته شد نظرشان درباره تأثیر این جذابیت‌ها در وفاداری به اقامتگاه‌های بوم‌گردی (بازگشت‌پذیری دوباره و تبلیغ اقامتگاه به سایر گردشگران) را در قالب یک پرسش‌نامه بسته در طیف لیکرت بیان کنند. در ادامه از نرم‌افزار اسپاس‌اس برای تحلیل استفاده شد.

## یافته‌های پژوهش یافته‌های کیفی

**شناسایی مهم‌ترین جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای گردشگران (در حین سفر)**  
به‌منظور ارائه و مشخص کردن مستندات عمیق درباره جذابیت نوستالژیک تجربه‌شده از دیدگاه گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی در حین سفر، از روش پدیدارشناسی استفاده شد و نتایج بر اساس آن تحلیل شد. پدیدارشناسی توصیفی کلایزی روش کیفی چندمرحله‌ای است و نوعی از پژوهش به شمار می‌آید که مبتنی بر روش استقرایی است و توالی مراحل آن ساختارمند است. در روش نام‌برده، کدها در قالب مراحل متوالی و منظم از جامعه آماری استخراج می‌شوند. در روش پدیدارشناسی توصیفی کلایزی، معمولاً قابلیت تعمیم یافته‌ها مدنظر نیست؛ آنچه اهمیت دارد استخراج اهداف و ابعاد مرتبط با موضوع پژوهش است که از طریق توصیف دقیق تجربیات زیسته شرکت‌کنندگان به دست می‌آید. این روش بر عمق و غنای توصیف‌ها تمرکز دارد، نه بر تعمیم آن‌ها به سایر جوامع (Colaizzi, 1978).  
در این پژوهش، برای استخراج کدهای مرتبط با بحث جذابیت نوستالژیک تجربه‌شده از دیدگاه گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، کدهای موردنظر با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند از گردشگرانی جمع‌آوری



با موضوع پژوهش استخراج شدند. در این مرحله، ۳۸ مفهوم کلیدی در زمینه مهم‌ترین جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی توسط گردشگران شناسایی شد. در مرحله بعد، با توجه به ماهیت روابط بین متغیرها، دسته‌بندی مقدماتی در این زمینه صورت گرفت. هریک از جذابیت‌های استخراج شده که با سایر جذابیت‌ها اشتراک مفهومی داشتند در یک خوشه قرار گرفتند. دسته‌بندی عوامل ذکر شده در انتها به یازده کد محوری منجر شد.

جدول ۳: جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه گردشگران (بر اساس یافته‌های پژوهش در ۱۴۰۲)

طبقه‌بندی موضوعی	کدهای انتخابی	کدهای محوری	کدهای باز (مفاهیم و گویه‌ها)
تجربه زندگی در فضای سنتی	- آرامش حاصل از دیدن فضای اقامتگاهی - تجربه استفاده از فضاها و امکانات سنتی در اقامتگاه‌های بومی	{باغچه‌های سرسبز و حوض آب در مرکز بنا؛ رهایی از شلوغی، کلافگی، سردرگمی و پیچ‌وخم مشکلات زندگی شهری؛ لذت دیدن خانه‌های خشتی و گلی؛ بازدید از جاذبه‌های سنتی و فعالیت‌های قدیمی در اقامتگاه و کسب تجربه منحصر به فرد؛ وجود جاذبه‌های طبیعی منحصر به فرد (کوه، رودخانه، دریاچه، چشمه و...) (۱). {تجربه نشستن روی گلیم و پلاس روی زمین؛ دیدن اتاق‌های متعدد دورتادور حیاط مرکزی بزرگ، فضای بیرونی و اندرونی؛ (۲).}	رهایی از شلوغی، کلافگی، سردرگمی و پیچ‌وخم مشکلات زندگی شهری؛ باغچه‌های سرسبز و حوض آب در مرکز بنا؛ لذت دیدن خانه‌های خشتی و گلی؛ حس و حال بودن در خانه‌های قدیمی؛ بازدید از جاذبه‌های سنتی و فعالیت‌های قدیمی در اقامتگاه و کسب تجربه منحصر به فرد؛ تجربه نشستن روی گلیم و پلاس روی زمین، دیدن اتاق‌های متعدد دورتادور حیاط مرکزی بزرگ، فضای بیرونی و اندرونی؛ وجود جاذبه‌های طبیعی منحصر به فرد (کوه، رودخانه، دریاچه، چشمه و...)
آشنایی و رسیدن به درک فرهنگی از محیط پیرامون	- آشنایی با هنر مردمان بومی - آشنایی با عقاید و سبک زندگی مردم بومی	{تجربه بافتن حصیر و گلیم و کمک دادن به بانیان این کار؛ آشنایی با خوراک و پوشاک محلی؛ آشنایی با توانایی‌های تولید صنایع دستی مردمان محلی؛ (۳). {سطح برخورد و رعایت نزاکت در محیط‌های گردشگری؛ آشنایی با موسیقی‌های محلی؛ آشنایی با باورهای عقیدتی و مذهبی؛ فراگرفتن قوانین و باورهای معنوی مردم محلی و ایجاد همدلی و مشارکت با مردم محلی؛ فراگیری فرهنگ احترام به رسوم مردم محلی؛ آشنایی با شیوه میهمان‌پذیری و پذیرایی در اقامتگاه‌ها (۴).}	سطح برخورد و رعایت نزاکت در محیط‌های گردشگری؛ آشنایی با شیوه میهمان‌پذیری و پذیرایی در اقامتگاه‌ها؛ آشنایی با خوراک و پوشاک محلی؛ تجربه بافتن حصیر و گلیم و کمک دادن به بانیان این کار؛ آشنایی با موسیقی‌های محلی؛ امکان تجربه زندگی محلی مقصد؛ آشنایی با باورهای عقیدتی و مذهبی؛ ایجاد پایبندی به اخلاق زیست‌محیطی؛ فراگرفتن قوانین و باورهای معنوی مردم محلی و ایجاد همدلی و مشارکت با مردم محلی؛ فراگیری فرهنگ احترام به رسوم مردم محلی؛ آشنایی با توانایی‌های تولید صنایع دستی مردمان محلی
فعالیت‌های اجرایی در محل اقامتگاه‌های بوم‌گردی	- انجام فعالیت‌های سنتی در محل اقامت گردشگران - حضور در جشنواره غذاهای محلی	{نگهداری حیوانات خانگی در محوطه اقامتگاه‌ها؛ ساخت، آموزش و فروش صنایع دستی محلی؛ اجرای نمایش و موسیقی سنتی؛ برگزاری رویدادهای بومی؛ تورها و فعالیت‌های بوم‌گردی؛ (۵). {درست کردن محصولات لبنی و برداشت سبزیجات تولیدشده در اقامتگاه‌ها؛ پخت غذاها و نان‌های محلی در محل اقامت گردشگران؛ وجود جشنواره‌های محلی غذا در مکان‌های گردشگری (۶).}	نگهداری حیوانات خانگی در محوطه اقامتگاه‌ها؛ پخت غذاها و نان‌های محلی در محل اقامت گردشگران؛ تولید مزارع کوچک سبزیجات در محوطه اقامتگاه‌ها؛ درست کردن محصولات لبنی و برداشت سبزیجات تولیدشده در اقامتگاه‌ها؛ ساخت، آموزش و فروش صنایع دستی محلی، اجرای نمایش و موسیقی سنتی، برگزاری رویدادهای بومی، تورها و فعالیت‌های بوم‌گردی؛ مجسمه‌سازی متناسب با فرهنگ بومی؛ وجود جشنواره‌های محلی غذا در مکان‌های گردشگری



کدهای باز (مفاهیم و گویه‌ها)	کدهای محوری	کدهای انتخابی	طبقه‌بندی موضوعی
ارائه غذا و نوشیدنی بومی؛ لذت خوردن فنجان چای آتشی در فضایی سنتی؛ تخصیص فضاهای سنتی برای پذیرایی از گردشگران؛ سرو غذاهای محلی در اتاق محل اسکان؛ امتحان کردن مزه‌های خاص غذایی و نوشیدنی‌های محلی؛ (۷). { استفاده از دسرها، سالادها و سبزیجات محلی؛ (۸). }	{ ارائه غذا و نوشیدنی بومی؛ لذت خوردن فنجان چای آتشی در فضایی سنتی؛ سرو غذاهای محلی در اتاق محل اسکان؛ امتحان کردن مزه‌های خاص غذایی و نوشیدنی‌های محلی؛ (۷). { استفاده از دسرها، سالادها و سبزیجات محلی؛ (۸). }	- ارائه سرویس غذاهای محلی - تزیینات و سفره‌آرایی‌های محلی	سفره‌آرایی‌های بومی
استفاده از مبلمان حیاط به صورت نیمکت‌های کوچک؛ تزیین فضای مبلمان و حیاط اقامتگاه سرسبز با پوشش گیاهی؛ به‌کارگیری مبلمان و تجهیزات سنتی و بومی؛ وجود آلاچیق برای تفریح و گفت‌وگو در داخل حیاط اقامتگاه‌ها؛ تخصیص فضای مناسب و طبیعی برای پذیرایی از میهمانان؛ استفاده از فضاهای مکمل مورد نیاز گردشگران (پارکنینگ و محل بازی کودکان در طبیعت)؛ حفظ کالبد، جلوه‌های زندگی روستایی و آثار و یادمان‌های تاریخی؛ لذت بردن از الگوهای سبک معماری سنتی؛ استفاده از مصالح بومی در ساخت بنا؛ سرمایه‌گذاری منطبق با محیط زیست	{ استفاده از مبلمان حیاط به صورت نیمکت‌های کوچک؛ تزیین فضای مبلمان و حیاط اقامتگاه سرسبز با پوشش گیاهی؛ به‌کارگیری مبلمان و تجهیزات سنتی و بومی (۹). { وجود آلاچیق برای تفریح و گفت‌وگو در داخل حیاط اقامتگاه‌ها؛ تخصیص فضای مناسب و طبیعی برای پذیرایی از میهمانان؛ استفاده از فضاهای مکمل مورد نیاز گردشگران (پارکنینگ و محل بازی کودکان در طبیعت) (۱۰). { حفظ کالبد، جلوه‌های زندگی روستایی و آثار و یادمان‌های تاریخی؛ لذت بردن از الگوهای سبک معماری سنتی؛ استفاده از مصالح بومی در ساخت بنا؛ سرمایه‌گذاری منطبق با محیط زیست (۱۱). }	- لذت بردن از دکوراسیون فضاهای سنتی - تخصیص فضای مناسب برای تفریح و گفت‌وگو - حفظ اصالت در ساختار بومی اقامتگاه‌ها	مبلمان‌ها و تجهیزات سنتی

## واکاوی عوامل مؤثر بر جذابیت نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی

در مجموع، پنج عامل کلیدی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر جذابیت نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی شناسایی شد:

۱. تجربه زندگی در فضای سنتی: بازدید از فضاهای سنتی و استفاده از تجهیزات این مکان‌ها برای هر گردشگری جذاب و خاطره‌انگیز است. با توجه به اینکه بیشتر نمونه‌ها از میانگین سنی ۲۵ سال به بالا بودند، به این نکته اذعان داشتند که در گذشته تجربه چنین زندگی را با والدین یا سرپرستان خود داشته‌اند. برای آن‌ها دیدن فضاهای سبز و پناه بردن از زندگی شلوغ شهری به مکانی آرام بسیار لذت‌بخش بود و حس‌وحال خانه‌های قدیمی را برای آن‌ها زنده می‌کرد. برای آن‌ها نشستن روی گلیم‌ها و دیدن طرح‌های قدیمی و تجهیزات قدیمی بسیار منحصر به فرد بود.

۲. آشنایی با محیط پیرامون و رسیدن به درک فرهنگی از آن: آشنایی با عقاید و سبک هنرهای سنتی مردمان محلی برای عده زیادی از گردشگران جذابیت نوستالژیک فراوانی دارد. برای آن‌ها آشنایی با تولیدات صنایع دستی مثل گلیم‌بافی، قالی‌بافی و بافت حصیر بسیار جذاب است؛ زیرا این فعالیت‌ها در سبک زندگی شهری جای ندارد. از این رو، بسیاری از گردشگران انگیزه آمدن به این‌گونه اقامتگاه‌ها را دیدن چنین زندگی‌هایی که شاید آرزوی آن را دارند بیان کرده‌اند.

۳. تجربه فعالیت‌هایی در محل اقامتگاه‌های بوم‌گردی: یک سری از فعالیت‌ها که باعث نوستالژیک یا خاطره‌انگیز شدن سفر می‌شود تجربه فعالیت‌هایی است که در اقامتگاه‌های بوم‌گردی انجام می‌شود؛ همچنین، بازسازی سبک فعالیت‌هایی که مردمان محلی به آن مشغول‌اند. برای این گروه از گردشگران، دیدن فعالیت‌هایی از جمله درست کردن محصولات



لبنی یا پخت و پزهایی که افراد بومی در همان مکان انجام می دهند بسیار جذاب است.

۴. **سفره آرای بومی:** دیدن سفره های رنگارنگ و سبک و سلیقه های سنتی بسیاری از گردشگران را مجذوب خود می کند. در این گونه اقامتگاه ها، ضمن رعایت ذائقه و سلیقه گردشگران، انواع خوراکی ها و نوشیدنی های محلی با سفره آرای های رنگارنگ و با رعایت اصول بهداشتی به گردشگران پیشکش می شود.

۵. **مبلمان و تجهیزات سنتی:** از آنجاکه اقامتگاه های بوم گردی بر اساس ساختار سنتی و تجربه زندگی گذشتگان شکل می گیرد، لازم است طراحی های داخلی و خارجی آن ها با استفاده از مبلمان و تجهیزات سنتی و محلی صورت گیرد تا ضمن تأمین نیازهای گردشگران، فرصت و زمینه آشنایی با فرهنگ منطقه و درک فرهنگی را برای گردشگران فراهم سازد.

### یافته های بخش کمی

با توجه به جدول ۴، بررسی پاسخ گویان به لحاظ جنسیت نشان می دهد که شمار زنان ۱۵۲ نفر (معادل ۷۶ درصد) و بیشتر از مردان است و علت آن در دسترس

بودن بیشتر گردشگران زن در محل اقامت بوده است، که باعث شده ترکیب نمونه به سمت زنان گرایش یابد. همچنین، بیشترین فراوانی در خصوص سن پاسخگویان مربوط به رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال است، که در مجموع ۶۸ نفرند (معادل ۳۴ درصد). بیشترین فراوانی به لحاظ میزان تحصیلات را افراد دیپلم به پایین با ۶۸ نفر (معادل ۳۴ درصد) به خود اختصاص داده اند. از نظر وضعیت اقتصادی نیز، ۷۲ نفر (معادل ۳۶ درصد) درآمد خود را کمتر از شش میلیون تومان ذکر کرده اند. به لحاظ تعداد دفعات مراجعه به اقامتگاه های بوم گردی، شمار افرادی که میانگین یک تا سه بار مراجعه داشته اند بیشتر بوده است، که ۳۲ درصد جامعه آماری را در بر گرفته اند. به لحاظ میزان اقامت در اقامتگاه های بوم گردی، بیشترین ماندگاری را افرادی با دست کم یک روز ماندگاری در اقامتگاه های بوم گردی تشکیل داده اند که ۳۴ درصد جامعه آماری را در بر گرفته اند. همچنین، برحسب محل سکونت، ۵۶ نفر (معادل ۲۸ درصد) محل سکونتشان خارج از استان و ۱۴۴ نفر (معادل ۷۲ درصد) محل سکونتشان در استان بوده و از شهرهایی مانند مشهد به مراکز اقامتی آمده بودند (جدول ۴).

جدول ۴: یافته های توصیفی  
(بر اساس یافته های پژوهش در ۱۴۰۲)

متغیر	درصد تجمعی	درصد	فراوانی
جنسیت	مرد	۲۴	۴۸
	زن	۱۰۰	۱۵۲
رده سنی	۱۵-۳۰	۲۲	۴۴
	۳۱-۴۰	۳۴	۶۸
	۴۱-۵۰	۲۸	۵۶
	۵۱-۶۰	۹۶	۲۴
	۶۰ سال به بالاتر	۱۰۰	۴
میزان تحصیلات	دیپلم به پایین	۳۴	۶۸
	دیپلم و فوق دیپلم	۶۴	۶۰
	لیسانس	۸۶	۴۴
	فوق لیسانس و بالاتر	۱۰۰	۲۸



متغیر	درصد تجمعی	درصد	فراوانی
درآمد ماهیانه (میلیون تومان)	۰ تا ۵/۹۹	۳۶	۷۲
	۶ تا ۱۰/۹۹	۶۲	۵۲
	۱۱ تا ۲۰/۹۹	۸۲	۴۰
	۲۱ تا ۳۵	۹۴	۲۴
	۳۵ به بالا	۱۰۰	۱۲
دفعات سفر	۱ بار	۲۶	۵۲
	بین ۱ تا ۳ بار	۵۸	۶۴
	بین ۳ تا ۵ بار	۸۰	۴۴
	بیشتر از ۵ بار	۱۰۰	۴۰
مدت اقامت	۱ روز	۳۴	۶۸
	بین ۱ تا ۳ روز	۶۲	۵۶
	بین ۳ تا ۵ روز	۸۴	۴۴
	بیشتر از ۵ روز	۱۰۰	۳۲
محل سکونت	خارج از استان	۲۸	۵۶
	داخل استان	۱۰۰	۱۴۴

در ارزیابی‌ها از گردشگران خواسته شد آنچه بر تصمیم آن‌ها در انتخاب اقامتگاه‌های بوم‌گردی پیش از سفر اثرگذار بوده را در قالب طیف لیکرت ارزش‌گذاری کنند. این عوامل به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم شده‌اند. در ارزیابی عوامل درونی، بیشترین انگیزه گردشگران را شاخص‌هایی همچون آشنایی با سبک زندگی سنتی (با میانگین 16/4) و همچنین تأثیر درآمد در سفر (با میانگین 10/4) تشکیل می‌دهد. در بین عوامل بیرونی نیز، شاخص دسترسی به خدمات ویژه (با میانگین 19/4) بیشترین میانگین وزنی را داشته است. جدول ۵: عوامل درونی و بیرونی تأثیرگذار در انتخاب

یافته‌های استنباطی حول دو موضوع کلیدی شناسایی مهم‌ترین جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی و همچنین تأثیر جاذبه‌های نوستالژیک در میزان تکرار سفر و معرفی اقامتگاه‌های بوم‌گردی به دیگران شکل گرفته است. از این رو، بر اساس یافته‌های مرحله کیفی پرسش‌نامه‌ای طراحی شد و نظر گردشگران در جامعه آماری بزرگ‌تر درباره مهم‌ترین جاذبه‌های نوستالژیک جمع‌آوری و تحلیل شد.

عوامل تأثیرگذار در تصمیم فرد به انتخاب اقامتگاه‌های بوم‌گردی پیش از سفر

### اقامتگاه‌های بوم‌گردی پیش از اولین سفر (بر اساس یافته‌های پژوهش در ۱۴۰۲)

ضریب تغییرات	انحراف از معیار	میانگین رتبه‌ای	گویه‌ها
عوامل داخلی تأثیرگذار در رفتار گردشگران			
۰/۰۴۴	۰/۱۴	21/3	تأثیر درآمد در سفر
۰/۰۸۱	۰/۲۵	۳/۱۰	حفظ سلامتی روحی و جسمی
۰/۰۳۴	۰/۱۲	۳/۵۲	تعهد به خانواده برای گشت‌وگذار
۰/۰۵۰	۰/۱۶	۳/۲۰	استفاده از تعطیلات بالقوه و گذراندن اوقات فراغت
۰/۰۸۴	۰/۳۵	۴/۱۶	آشنایی با سبک زندگی سنتی
۰/۰۷۱	۰/۲۸	۳/۹۳	باورها، ارزش‌ها و ادراکات
عوامل بیرونی اثرگذار در رفتار گردشگران			
۰/۰۵۷	۰/۲۴	۴/۱۹	دسترسی به خدمات و تسهیلات ویژه اقامتگاه‌ها
۰/۰۵۲	۰/۱۹	۳/۶۴	توصیه سفر توسط دیگران
۰/۱۲۵	۰/۴۱	۳/۲۷	کسب اطلاعات از مقصدها توسط رسانه‌ها و سازمان‌ها گردشگری
۰/۰۲۸	۰/۱۱	۳/۹۶	توصیه خانواده و دوستان



### سنجش شاخص‌های وفاداری گردشگران نسبت به بازگشت دوباره گردشگران به اقامتگاه‌های بوم‌گردی

در این پژوهش، با استفاده از طبقه‌بندی ارائه شده توسط محمدی و همکاران (۲۰۲۱)، به بررسی عوامل فردی و همچنین رضایتمندی گردشگران و تأثیر آن در وفاداری پرداخته شده است. طبق یافته‌های آن‌ها، وفاداری گردشگران به سه دسته نگرشی، رفتاری و ترکیبی طبقه‌بندی شده است. در وفاداری رفتاری از دو شاخص قصد بازدید دوباره مکان توسط گردشگران و بازدید دوباره در آینده استفاده شده است. در وفاداری نگرشی نیز از سه شاخص تبلیغ دهان‌به‌دهان، ترجیح دوباره اقامتگاه بوم‌گردی در آینده و قصد توصیه اقامتگاه مدنظر به دیگران استفاده شده است. رویکرد ترکیبی هم از تلفیق این دو مورد حاصل شده است. همچنین، از مفهوم رضایتمندی به عنوان یکی از اصلی‌ترین پیش‌نیازهای مفهوم وفاداری استفاده شده است. برای این مفهوم از سه شاخص برآورده شدن انتظارات پیش

از سفر، خشنودی یا رضایت از سفر و لذت بردن از سفر استفاده شده است.

برای بررسی رابطه متغیر فردی از جمله سن با عامل وفاداری گردشگران بازدیدکننده از آزمون همبستگی کندال استفاده شده است. ضریب به‌دست‌آمده از همبستگی ۰/۴۵۶ محاسبه شده که جهت این همبستگی مثبت و در حد متوسط است. متوسط بودن آن به این خاطر است که مقدار همبستگی موردنظر بین ۰/۴ و ۰/۶ قرار دارد؛ بنابراین، همبستگی بیناین تلقی می‌شود. با توجه به اینکه میزان سطح معناداری این رابطه ۰/۰۰۰ و کمتر از ۰/۰۵ است، بین سن و وفاداری گردشگران بازدیدکننده از اقامتگاه‌های بوم‌گردی رابطه معناداری وجود دارد.

برای بررسی رابطه متغیر فردی از جمله تحصیلات و وفاداری گردشگران بازدیدکننده از اقامتگاه‌های بوم‌گردی نیز از آزمون همبستگی کندال استفاده شده است. ضریب به‌دست‌آمده از همبستگی ۰/۱۱۸ است، که جهت این همبستگی مثبت و در حد بسیار



۰/۱۵۲ و بیشتر از ۰/۰۵ است، بین تحصیلات و وفاداری گردشگران بازدیدکننده از اقامتگاه‌های بوم‌گردی رابطه معناداری وجود ندارد (جدول ۶).

ضعیف است. ضعیف بودن آن به این خاطر است که مقدار همبستگی موردنظر بین ۰ و ۰/۲ قرار دارد، که این همبستگی بسیار ناچیز یا عدم همبستگی تلقی می‌شود. با توجه به اینکه میزان سطح معناداری این رابطه

جدول ۶: آزمون همبستگی کندال سن و تحصیلات با وفاداری  
(بر اساس یافته‌های پژوهش در ۱۴۰۲)

متغیر	ضریب همبستگی کندال	سطح معناداری
سن-وفاداری	۰/۴۵۵	۰/۰۰۰
تحصیلات-وفاداری	۰/۱۱۸	۰/۱۵۲

مقدار ضریب احتمالی به‌دست‌آمده که ۰/۵۱۲ است، درمی‌یابیم که همبستگی بین این متغیرها بسیار زیاد است. نتایج جدول تقاطعی رابطه بین شغل و وفاداری گردشگران به اقامتگاه‌های بوم‌گردی در این پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی شغلی را مشاغل خدماتی و اداری دارند، که به همان نسبت میزان رضایت اعلامی از سوی آن‌ها از حد متوسط بالاتر بوده است و انتظار می‌رود در آینده به این مکان‌ها بازگردند.

از آزمون کای دو نیز برای بررسی ارتباط بین دو شاخص شغل و وفاداری به اقامتگاه‌های بوم‌گردی استفاده شده است. بر اساس جدول ۷، با توجه به اینکه درجه آزادی ۴ است، همچنین مقدار آماره کای دو 35/46 گزارش شده است و مقدار معناداری مرتبط با آن (Sig) ۰/۰۰۰ است، استقلال متغیرهای شغل و وفاداری گردشگران به اقامتگاه‌های بوم‌گردی رد می‌شود. به عبارتی، بین این دو همبستگی وجود دارد. با توجه به

جدول ۷: سنجش رابطه شغلی و میزان وفاداری گردشگران به اقامتگاه‌های بوم‌گردی  
(بر اساس یافته‌های پژوهش در ۱۴۰۲)

آزمون همبستگی کای دو شغل و وفاداری گردشگران			
سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار	pearson chi-square (خی دو)
۰/۰۰۰	۱۹۹	۴۶/۳۵	Likelihood ratio (همبستگی اصلاح شده)
۰/۰۰۰	۱۹۹	۲۳/۱۲۴	Linear by linear association (ارتباط خطی دوطرفه)
۰/۰۰۰	۱۹۹	۰/۵۱۲	Contingency coefficient (مقدار ضریب احتمالی)

لذت از سفر ← ترجیح دوباره مقصد (۰/۶۷۲) است که از شدت همبستگی زیاد و قوی برخوردار است. همچنین، بین متغیرهای خشنودی و رضایت از سفر ← تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان نیز ضریب همبستگی ۰/۶۲۳ به دست آمده است.

جدول ۸ ضرایب همبستگی میان شاخص‌های رضایتمندی و ابعاد وفاداری اعم از نگرشی (تبلیغ دهان‌به‌دهان، ترجیح دوباره اقامتگاه بوم‌گردی در آینده و قصد توصیه اقامتگاه مدنظر به دیگران) و رفتاری (قصد بازدید دوباره مکان توسط گردشگران و بازدید دوباره در آینده) را نشان می‌دهد. بالاترین ضریب ثبت‌شده بین

جدول ۸: سنجش رابطه ابعاد وفاداری گردشگران با توجه به ادارکات نوستالژیک از اقامتگاه‌های بوم‌گردی (بر اساس یافته‌های پژوهش در ۱۴۰۲)

متغیر	ضرایب همبستگی	سطح معناداری	سطح رابطه
لذت از سفر ← تبلیغ دهان‌به‌دهان	۰/۵۵۲	۰/۰۰۱	متوسط
لذت از سفر ← ترجیح دوباره مقصد	۰/۶۷۲	۰/۰۰۱	قوی
لذت از سفر ← قصد توصیه به دیگران	۰/۵۴۸	۰/۰۰۱	متوسط
برآورده شدن انتظارات پیش از سفر ← تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان	۰/۵۷۳	۰/۰۰۱	متوسط
برآورده شدن انتظارات پیش از سفر ← قصد توصیه	۰/۵۴۲	۰/۰۰۱	متوسط
برآورده شدن انتظارات پیش از سفر ← ترجیح دوباره مقصد	۰/۶۲۳	۰/۰۰۱	قوی
خشنودی و رضایت از سفر ← توصیه سفر	۰/۵۵۶	۰/۰۰۱	متوسط
خشنودی و رضایت از سفر ← تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان	۰/۶۶۳	۰/۰۰۱	متوسط
خشنودی و رضایت از سفر ← ترجیح دوباره مقصد	۰/۶۵۳	۰/۰۰۱	قوی
لذت از سفر ← بازدید دوباره	۰/۴۲۴	۰/۰۰۱	قوی
لذت از سفر ← قصد بازدید	۰/۵۸۲	۰/۰۰۱	قوی
برآورده شدن انتظارات پیش از سفر ← بازدید دوباره	۰/۴۸۶	۰/۰۰۱	متوسط
برآورده شدن انتظارات پیش از سفر ← قصد بازدید	۰/۵۳۶	۰/۰۰۱	متوسط
خشنودی و رضایت از سفر ← بازدید دوباره	۰/۶۸۵	۰/۰۰۱	قوی
خشنودی و رضایت از سفر ← قصد بازدید	۰/۶۰۳	۰/۰۰۱	قوی
قصد توصیه ← بازدید دوباره	۰/۴۰۸	۰/۰۰۱	متوسط
قصد توصیه ← قصد بازدید	۰/۴۲۹	۰/۰۰۱	متوسط
تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان ← بازدید دوباره	۰/۵۵۶	۰/۰۰۱	متوسط
تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان ← قصد بازدید	۰/۵۱۳	۰/۰۰۱	متوسط
ترجیح دوباره مقصد ← بازدید دوباره	۰/۴۲۵	۰/۰۰۱	متوسط
ترجیح دوباره مقصد ← قصد بازدید	۰/۴۴۹	۰/۰۰۱	متوسط

پارامتر مؤثر بر وفاداری گردشگران از جمله میانگین توصیه بازدید به دیگران، میانگین انتخاب مکان‌ها برای بازدید دوباره در آینده و میانگین انتخاب مکان موردنظر به عنوان اولین سفر اوقات فراغت طراحی شده است.

**تأثیر شاخص‌های نوستالژیک درک‌شده در اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر وفاداری گردشگران برای بازدید دوباره**  
جدول 9 با توجه به یازده عامل استخراجی و سه

جدول ۹: سنجش معیارهای مؤثر بر وفاداری گردشگران به اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر اساس عامل‌های استخراجی  
(بر اساس یافته‌های پژوهش در ۲۰۴۱)

میانگین انتخاب	میانگین توصیه	میانگین انتخاب	عامل‌های کشف‌شده
سکونتگاه موردنظر به‌عنوان اولین سفر اوقات فراغت	بازدید به دیگران	سکونتگاه برای بازدید دوباره در آینده	
۳/۹۲	۴/۲۲	۴/۱۶	عامل اول: آرامش حاصل از دیدن فضای اقامتگاهی
۳/۷۸	۴/۱۳	۳/۸۵	عامل دوم: تجربه استفاده از فضاها و امکانات سنتی
۳/۹۸	۳/۹۴	۳/۹۲	عامل سوم: آشنایی با هنر مردمان بومی
۳/۷۳	۳/۷۸	۴/۰۸	عامل چهارم: آشنایی با عقاید و سبک زندگی مردم بومی
۳/۹۱	۳/۸۲	۳/۹۵	عامل پنجم: انجام فعالیت‌های سنتی در محل اقامت گردشگران
۴/۰۲	۳/۹۵	۴/۱۳	عامل ششم: حضور در جشنواره غذاهای محلی
۴/۱۱	۴/۱۰	۳/۹۲	عامل هفتم: ارائه سرویس غذاهای محلی
۳/۹۶	۴/۱۰	۴/۱۶	عامل هشتم: تزیینات و سفره‌آرایی‌های محلی
۳/۸۶	۳/۶۷	۴/۲۵	عامل نهم: لذت بردن از دکوراسیون فضاها سنتی
۳/۷۲	۳/۶۱	۳/۸۸	عامل دهم: تخصیص فضای مناسب برای تفریح و گفت‌وگو
۳/۵۹	۳/۶۴	۳/۹۱	عامل یازدهم: حفظ اصالت در ساختار بومی اقامتگاه‌ها
۳/۸۶	۳/۸۹	۳/۸۶	میانگین کل

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش پیش‌رو به کنکاش و بررسی جذابیت‌های نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی در شهرستان گناباد پرداخته است تا از این طریق ابتدا جذابیت‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی در سطح شهرستان بررسی شود، سپس تأثیر آن در میزان وفاداری گردشگران سنجیده شود. مهم‌ترین عوامل جذابیت نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی شاخص‌های موردنظر از راه مصاحبه با گردشگران شناسایی شد و برای دسته‌بندی آن از روش پدیدارشناسی توصیفی کلایزی بهره گرفته شد. در این زمینه، یازده کد انتخابی در قالب پنج کد مفهومی استخراج شد: ۱. آرامش حاصل از دیدن فضای اقامتگاهی، ۲. تجربه استفاده از فضاها و امکانات سنتی در اقامتگاه‌های بومی، ۳. آشنایی با هنر مردمان بومی، ۴. آشنایی با عقاید و سبک زندگی مردم بومی، ۵. انجام فعالیت‌های سنتی در محل اقامت گردشگران، ۶. حضور در جشنواره غذاهای محلی، ۷. ارائه سرویس غذاهای محلی، ۸. تزیینات و سفره‌آرایی‌های محلی، ۹. لذت

بردن از دکوراسیون فضاها سنتی، ۱۰. تخصیص فضای مناسب برای تفریح و گفت‌وگو، ۱۱. حفظ اصالت در ساختار بومی اقامتگاه‌ها. همچنین، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که در ارزیابی عوامل داخلی بیشترین انگیزه گردشگران را شاخص‌هایی همچون آشنایی با سبک زندگی سنتی و تأثیر درآمد در سفر تشکیل می‌دهد. در بین عوامل بیرونی نیز، شاخص دسترسی به خدمات ویژه با میانگین ۴/۱۹ بیشترین میانگین وزنی را داشته است. برای سنجش شاخص‌های وفاداری گردشگران نسبت به بازگشت‌پذیری گردشگران به اقامتگاه‌های بوم‌گردی نیز از روش‌های تحلیل آماری استفاده شد. به‌منظور بررسی رابطه متغیر سن و میزان وفاداری به اقامتگاه‌های بوم‌گردی از آزمون همبستگی کندال استفاده شد. ضریب به‌دست‌آمده از همبستگی کندال نشان داد که بین سن و وفاداری گردشگران بازدیدکننده از اقامتگاه‌های بوم‌گردی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، نتایج همبستگی بین تحصیلات و وفاداری گردشگران نشان



داد که همبستگی بسیار ضعیفی بین آن‌ها برقرار است. برای بررسی ارتباط بین دو شاخص شغل و وفاداری به اقامتگاه‌های بوم‌گردی از آزمون کای دو استفاده شد. نتایج همبستگی بسیار زیادی را نشان می‌دهد. به عبارتی، گردشگران مطابق با درآمدهایی که دارند مقصد را انتخاب و خواسته‌هایشان را عملی می‌کنند. ضرایب همبستگی میان شاخص‌های رضایتمندی و اقسام وفاداری اعم از نگرشی (تبلیغ دهان‌به‌دهان، ترجیح دوباره اقامتگاه بوم‌گردی در آینده و قصد توصیه اقامتگاه مدنظر به دیگران) و رفتاری (قصد بازدید دوباره از مکان توسط گردشگران و بازدید دوباره در آینده) نشان می‌دهد که بالاترین ضریب بین لذت از سفر ← ترجیح دوباره مقصد (۰/۶۷۲) ثبت شده است که از شدت همبستگی زیاد و قوی برخوردار است. بین متغیرهای خشنودی و رضایت از سفر ← تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان نیز ضریب همبستگی ۰/۶۶۳ به دست آمده است. به عبارتی، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گردشگران، با توجه به فضای نوستالژیک اقامتگاه‌های بوم‌گردی، از سفر خود لذت می‌برند و خشنودی و رضایت زیادی دارند. در نتیجه بر ترجیح دوباره مقصد برای سفر پیش‌رو تأکید دارند و قصد تبلیغ مثبت دهان‌به‌دهان از اقامتگاه‌های بوم‌گردی به دوستان و آشنایان زیاد گزارش شده است.

در انتها نیز، یازده عامل استخراجی از تجربه‌های نوستالژیک ادراک‌شده گردشگران از اقامتگاه‌های بوم‌گردی با سه پارامتر مؤثر بر وفاداری گردشگران، شامل میانگین توصیه بازدید به دیگران، میانگین انتخاب مکان‌ها برای بازدید دوباره در آینده و میانگین انتخاب مکان موردنظر برای اولین سفر اوقات فراغت، مورد سنجش قرار گرفت که همگی به نقش مهم این شاخص‌ها در وفاداری و بازگشت‌پذیری گردشگران و متفاوت بودن این‌گونه اقامتگاه‌ها در مقایسه با سایر زیرساخت‌های گردشگری تأکید دارند، که سبب ترغیب دوباره گردشگران می‌شود.

روی هم‌رفته، این پژوهش دارای ارزش‌هایی است که آن را از پژوهش‌های دیگر متمایز می‌کند:

۱. تمرکز بر منطقه خاص (گناباد): با توجه به ویژگی‌های منحصربه‌فرد فرهنگی و معماری منطقه گناباد، نتایج پژوهش به‌طور خاص برای توسعه گردشگری محلی کاربردی است.

۲. ترکیب رویکردهای کیفی و کمی: استفاده از روش پدیدارشناسی توصیفی کلایزی برای شناسایی جذابیت‌های نوستالژیک و تحلیل آماری برای سنجش

وفاداری گردشگران رویکردی ترکیبی و جامع به پژوهش داده است.

۳. ایجاد چارچوبی برای سیاست‌گذاری محلی: نتایج پژوهش را می‌شود مبنای تصمیم‌گیری برای تقویت گردشگری بوم‌گردی در سطح محلی و منطقه‌ای قرار داد.

۴. ارزیابی تأثیر جذابیت‌های نوستالژیک در وفاداری گردشگران: برخلاف بسیاری از مطالعات که تنها بر شناسایی جذابیت‌های نوستالژیک متمرکزند، این پژوهش ارتباط بین جذابیت‌های نوستالژیک و شاخص‌های وفاداری گردشگران، مانند بازگشت‌پذیری، تبلیغ دهان‌به‌دهان، و ترجیح دوباره مقصد را بررسی کرده است. این دیدگاه جامع به درک عمیق‌تری از رفتار گردشگران منجر می‌شود.

۵. کاربرد عملی در توسعه گردشگری نوستالژیک: یافته‌های پژوهش را می‌شود مبنای طراحی سیاست‌های توسعه پایدار گردشگری در منطقه گناباد قرار داد. تأکید بر جذابیت‌های نوستالژیک به بازاریابی هدفمند، جذب بیشتر گردشگران و ارتقای اقتصاد محلی کمک می‌کند.

نتایج این پژوهش در برخی زمینه‌ها با یافته‌های پژوهش‌های پیشین از جمله پژوهش‌های نجفی و صیدایی (۲۰۱۴)، کاتاهنگام (۲۰۱۹) و چن و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد: نجفی و صیدایی (۲۰۱۴) در پژوهش خود به اهمیت ظرفیت گردشگری عشایری در ایران و نقش آن در ایجاد حس نوستالژیک در ذهن گردشگران اشاره کرده‌اند. یافته‌های این پژوهش نیز نشان می‌دهد که جذابیت‌های نوستالژیک، مانند آرامش ناشی از فضاهای سنتی، تجربه سبک زندگی بومی و آشنایی با هنر مردمان محلی حس نوستالژیک گردشگران را تقویت می‌کنند. این همخوانی تأکید می‌کند که مناطق با میراث فرهنگی قوی و سبک زندگی سنتی این ظرفیت را دارند که مقاصد گردشگری برجسته‌ای برای ایجاد تجربیات نوستالژیک باشند. کاتاهنگام (۲۰۱۹) در پژوهش خود بر نقش اصالت فرهنگی و معماری بومی در جذب گردشگران نوستالژیک تأکید کرده است. این پژوهش نیز نشان می‌دهد که ویژگی‌های معماری خاص اقامتگاه‌های بوم‌گردی در گناباد، مانند سقف‌های گنبدی و حوضچه‌های سنتی، نه تنها حس نوستالژیک گردشگران را برمی‌انگیزد، بلکه در وفاداری آن‌ها به این مقاصد تأثیر مثبت دارد. این یافته‌ها اهمیت حفظ اصالت فرهنگی و معماری بومی را برای توسعه گردشگری نوستالژیک تأیید می‌کنند.



جذابیت‌های نوستالژیک برای گردشگران ایجاد می‌کند. منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است:

ابراهیم‌پور، حبیب، سیدنقوی، میرعلی و یعقوبی، نورمحمد (1390). عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران در استان اردبیل (مطالعه موردی: منطقه گردشگری سرعین). مطالعات جهانگردی، 14(5)، 67-92. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23223294.1389.5.14.3.5>

اسعدی، میرمحمد، آذر، عادل و نقوی، سیدعلی (1396). سنجش و تحلیل کیفیت خدمات هتل‌های سنتی با استفاده از ابزار تحلیل اهمیت- عملکرد از دیدگاه گردشگران داخلی (مورد مطالعه هتل‌های سنتی منتخب استان یزد). مطالعات مدیریت گردشگری، 12(39)، 1-26. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.14822.1421>

اشفاق، سپیده، خداداد، سیدحمید و منصوره مؤید، فرشته (۱۳۹۸). تأثیر نوستالژی و بازاریابی تجربی بر رضایت مشتریان از طریق تبیین ارزش‌های تجربی: مطالعه‌ای از مکان‌های گردشگری شهر اصفهان. نشریه گردشگری شهری، ۶(۲)، ۳۲-۱۵. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.239660.398>

اکبری، محسن، ابراهیم‌پور ازبری، مصطفی و اقدامی تطفی، مریم (۱۳۹۷). بررسی تأثیر نوستالژی درک‌شده بر دل‌بستگی به مکان. مطالعات مدیریت گردشگری، 13(44)، 171-190. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.9648>

پازکی، معصومه، شیخی، داود و زند، فرهاد (۱۳۹۹). جایگاه بوم‌گردی در توسعه روستایی با استفاده از تکنیک ترکیبی SWOT و WASPAS (موردشناسی: بخش مرکزی شهرستان دامغان). جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای، ۱۰(۳۷)، 45-64. <https://doi.org/10.22111/gaij.2020.5843>

پیربابایی، محمدتقی، قره‌گللو، مینو و علینام، زهرا (۱۳۹۴). بررسی فرایند دل‌بستگی به مکان در مطالعات شهری با رویکرد روان‌شناسی شناختی. تازه‌های علوم شناختی، ۱۷(۱)، 46-59. <http://icssjournal.ir/article-1-325-fa.html>

چن و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان داده‌اند که ارائه تجربیات نوستالژیک، مانند سرویس‌دهی غذاهای محلی و طراحی فضاهای سنتی، گردشگران را به بازدیدهای دوباره ترغیب می‌کند. این پژوهش نیز تأیید می‌کند که عواملی مانند ارائه سرویس غذاهای محلی، تزیینات سنتی و جشنواره‌های محلی نقش کلیدی در بازگشت‌پذیری و وفاداری گردشگران ایفا می‌کنند. این نتایج نشان‌دهنده نقش مؤثر تجربیات فرهنگی و نوستالژیک در ارتقای رضایت و وفاداری گردشگران است. به‌طور کلی، این همخوانی‌ها نشان می‌دهند که یافته‌های این پژوهش نه تنها از نظریه‌ها و مفاهیم کلیدی پژوهش‌های پیشین پشتیبانی می‌کند، بلکه با ارائه شواهدی مبتنی بر داده‌های منطقه‌ای (گناباد) دیدگاه‌های جدیدی را به بحث اضافه می‌کند. این نتایج تأیید می‌کند که جذابیت‌های نوستالژیک نه تنها در سطح جهانی، بلکه در مناطق خاص با فرهنگ‌های بومی و معماری اصیل نیز نقش مهمی در جذب و نگه‌داشت گردشگران ایفا می‌کند.

این پژوهش، با تأکید بر تأثیر نوستالژی بر وفاداری نگرشی و رفتاری گردشگران (مانند تبلیغ دهان‌به‌دهان و ترجیح دوباره مقصد)، به غنای ادبیات موضوعی در این زمینه افزوده و ارتباطات میان جذابیت‌های نوستالژیک و عوامل دموگرافیک را نیز بررسی کرده است. به این جنبه‌ها در برخی پژوهش‌های پیشین کمتر توجه شده است.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، پیشنهادها و توصیه‌های اجرایی زیر را ارائه می‌شود: ضعف تبلیغات در این زمینه را می‌شود با اطلاع‌رسانی به‌وسیلهٔ بره‌ها و بروشورها در شهر انجام داد و از این طریق گردشگران را با فضاهای سنتی آشنا کرد. لازم است اقامتگاه‌ها کاملاً به سبک سنتی باشند تا بتوانند فرهنگ بومی منطقه را به گردشگران معرفی کنند و از این طریق برای خود تبلیغات کنند.

با استفاده از شبکه‌های اطلاع‌رسانی مجازی می‌شود، علاوه بر معرفی اقامتگاه، اطلاعات زیادی دربارهٔ نوع اقامتگاه و جاذبه‌های سنتی آن معرفی کرد.

با ارائه و فروش محصولات فرهنگی بومی، همچون کتاب یا نمایشی دربارهٔ مقصد، و اجرای موسیقی محلی می‌شود زمینه جذب گردشگران فراهم کرد و خاطراتی به‌یادماندنی برایشان رقم زد.

عرضه صنایع دستی و تولیدات محلی و آموزش آن‌ها برای گردشگران جذابیتی نوستالژیک ایجاد خواهد کرد. ارائه لباس‌های بومی برای فروش یا گرفتن عکس نیز



سجاسی قیداری، حمدالله، شایان، حمید و فعال جلالی، امین (۱۳۹۸). کسب و کارهای مسئولانه: سنجش سطح مسئولیت‌پذیری زیست‌محیطی صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی؛ مطالعه موردی: خراسان رضوی. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳۱(۸)، ۱۱۵-۱۳۲. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.17147.3134>

شفیعی، زهرا و قمرانی، امیر (۱۳۹۶). ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس آمادگی به نوستالژی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در سال ۱۳۹۴. مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، ۲(۲)، ۱۳۱-۱۴۴. <http://journal.rums.ac.ir/article-1-3531-fa.html>

صالحی، صادق، مرادی اصل، امیر و عبدلی، سیده فاطمه (۱۳۹۶). توسعه بوم‌گردی با تأکید بر مشارکت جوامع محلی (مطالعه موردی: روستای جنت رودبار، شهرستان رامسر). پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۱۹(۶)، ۱۸۵-۲۰۱. <https://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.62073>

عزیزی، کاروان، رستگار، شفق، حیدری، قدرت‌اله و جعفریان، زینب (۱۳۹۷). اثرات اقتصادی-اجتماعی بوم‌گردی بر توانمندی جوامع محلی مورد: ناحیه بلده نور در استان مازندران. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۲۷(۱)، ۷۹-۹۶. <https://serd.khu.ac.ir/article-1-3266-fa.html>

عسگری، رسول، شمس‌الدینی، علی و کردوانی، پرویز (۱۳۹۷). ارائه مدل آینده‌نگر کارآفرینی مبتنی بر بوم‌گردی در روستاهای هدف گردشگری؛ مطالعه موردی: روستاهای گردشگری شهرستان خورویبایانک. برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۳۱(۸)، ۱۰۲-۹۱. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.2251673.91.5.1397.8.31.7.9>

عنابستانی، علی‌اکبر، گیاهی، حسن و جوانشیری، مهدی (۱۳۹۷). بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی (نمونه: روستای رادکان شهرستان چناران). برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، ۲(۲)، ۲۴-۱. <https://doi.org/2.0.1001.1.22287485.1397.8.2.2.6>

قدیری معصوم، مجتبی، مینایی، مه‌رسا و دربان آستانه،

جعفری، سکینه، نجارزاده، محمد، جعفری، نرگس و رجیبی، نگار (۱۳۹۶). رابطه ساختاری ارزش درک‌شده و رضایت گردشگر با رفتار مسئولانه زیست‌محیطی: نقش میانجی مشارکت گردشگر. مطالعات مدیریت گردشگری، ۳۷(۳)، ۱۱۵-۱۱۵. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.11853.1310>

حجازی، محسن و عزیزی، زهرا (۱۳۹۷). بررسی نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه صنعت گردشگری. دومین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت و حقوق، کازرون. <https://civilica.com/doc/900828>

حسام، مهدی، اروجی، حسن و چراغی، مهدی (۱۳۹۸). تقاضای بوم‌گردی استان گیلان با تأکید بر عوامل اجتماعی و اقتصادی. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۷(۱۴)، ۳۶۳-۳۸۲. <https://www.sid.ir/paper/363135/fa>

داوریار، محمدعلی، راست‌قلم، مهدی و امیری، شهرام (۱۳۹۴). حقوق متقابل اعضاء صنعت بوم‌گردی مبتنی بر الگوی نظام بهره‌برداری پایدار در مقاصد بوم‌گردی؛ مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان. جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۲۵(۲۰)، ۴۷-۵۴. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22286462.1394.5.4.4.6>

رستم‌پیشه، مریم، نصیر سلامی، سید محمدرضا و تیزقلم زنوزی، سعید (۱۳۹۸). ارزیابی و تحلیل تطبیقی ساختار کالبدی اقامتگاه‌های بوم‌گردی (مورد مطالعه: اقامتگاه‌های بوم‌گردی تالارخانه بردبار و دیلمای گشت؛ استان گیلان). برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۲۶(۲)، ۱۱۱-۱۳۲. <https://doi.org/10.30473/psp.2019.6071>

رضوانی، محمدرضا و عزیزی، ثریا (۱۳۹۷). تأثیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه روستایی. دومین همایش ملی چشم‌انداز توسعه پایدار روستایی ایران، تهران. <https://civilica.com/doc/923193>

سادین، حسین و پورطاهری، مهدی (۱۳۹۹). ارزیابی چرخه عمر اقامتگاه‌های بوم‌گردی؛ مورد مطالعه: منطقه ترکمن‌صحرای استان گلستان. مدرس علوم انسانی (برنامه‌ریزی و آمایش فضا)، ۲۴(۲)، ۲۲۹-۲۰۱. <https://www.sid.ir/paper/386992/fa>



همایش ملی گردشگری، سرمایه‌های ملی و چشم‌انداز آینده، اصفهان. <https://civilica.com/doc/319407>

نیک‌رفتار، طیبه، کاتیان، هانیه و میثاقی، نیلوفر (۱۳۹۸). نوستالژی فردی و تاریخی و برنامه‌ریزی جذب گردشگر به شهر تهران. جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۳(۶۷)، 309-326. <https://sid.ir/paper/378423/fa>

یعقوبی، نورمحمد، مرادزاده، عبدالباسط و عرب، عباس (۱۳۹۷). ارزیابی تأثیر مولفه‌های توانمندساز بوم‌گردی بر شبکه بهره‌برداران. علوم مدیریت ایران، ۳(۵۰)، 82-103. [https://journal.iams.ir/article\\_286.html](https://journal.iams.ir/article_286.html)

#### منابع

Akbari, M., Ebrahimpour, M., & Eghdami Tatfi, M. (2018). A Study on the Effect of Perceived Nostalgia on Place Attachment. *Tourism Management Studies*, 13(44), 171-190. <https://doi.org/10.22054/tms.2018.9648> [In Persian]

Anabestani, A., Giyahi, H., & Javanshiri, M. (2018). An Analysis of the Effects of Establishing Ecotourism Residence on Development of Rural Settlements (A Case Study of Radakan Village, Chenaran County). *Spatial Planning*, 8(2), 1-24. <https://doi.org/20.1001.1.22287485.1397.8.2.6> [In Persian]

Asadi, M. M., Azar, A., & Naghavi, S. A. (2017). Evaluation and Analysis of Traditional Hotels Quality of Services (QoS) Using Importance-Performance Analysis Tool from Domestic Tourists' perspective (Case Study: Selected Traditional Hotels of Yazd Province). *Tourism Management Studies*, 12(39), 1-26. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.14822.1421> [In Persian]

Askari, R., Shamsaldini, A., & Kardvani, P. (2018). Presenting a Futuristic Model of Entrepreneurship based on Indigenous

علیرضا (۱۳۹۹). نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان خور و بیابانک. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۹(۳۲)، ۴۲-۲۳. <https://serd.khu.ac.ir/article-1-3540-fa.html>

کاظمیان، صادق، ملک‌زاده، غلامرضا، فراچی، محمدمهدی و خوراکیان، علیرضا (۱۳۹۹). کشف مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۸(۱۶)، 145-168. <https://sid.ir/paper/364249/fa>

کفاشان طوسی، فرزنان، حسن‌آبادی، داود و علی‌نقی‌زاده، مصطفی (۱۳۹۹). تحلیل توزیع فضائی زمانی زیرساخت‌های خدمات گردشگری به‌منظور مدیریت بهینه و افزایش بهره‌وری صنعت گردشگری؛ مطالعه موردی شهرستان شاهرود. جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۰(۲)، 593-615. <https://dori.net/dor/20.1001.1.22286462.1399.10.38.3.8>

لطیفیان، محمد، شریف‌زاده، محمدشریف، عبدالله‌زاده، غلامحسین و ملاحسینی، ابوالفضل (۱۳۹۹). بررسی کیفیت خدمات و تمایل به استفاده مجدد در کسب‌وکارهای محلی: مورد اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان گلستان. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۷(۱۳)، 24-34. <https://doi.org/10.52547/jea.7.13.24>

محمودی، احمد، کروبوی، مهدی و حسینی، مجید (۱۳۹۵). بررسی نقش نوستالژی (خاطرات گذشته) بر مقاصد رفتاری گردشگران ورزشی پیست‌های اسکی. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۵(۳)، 65-78. [https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/article\\_3440.html](https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/article_3440.html)

محمدی، مصطفی، میرتقیان رودسری، سیدمحمد و نقوی، مریم (۱۴۰۰). نقش ادراکات گردشگران در رضایتمندی و وفاداری به مقصد گردشگری روستایی (مورد مطالعه: روستای جواهرده). راهبردهای توسعه روستایی، ۸(۱)، 35-53. <https://doi.org/10.22048/rdsj.2021.262192.1896>

نجفی، لیلا و صیدایی، سیداسکندر (۱۳۹۳). گردشگری عشایری جلوه‌ای از گردشگری فرهنگی نوستالژیک.

- (2018). Nurturing nostalgia? A response from rural tourism stakeholders. *Tourism Management*, 69, 42-51. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.05.010>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as the phenomenologist views it. In R. S. Valle & M. King (Eds.), *Existential phenomenological alternatives for psychology* (pp. 48-71). Oxford University Press.
- Cifci I. (2022). Testing self-congruity theory in Bektashi faith destinations: The roles of memorable tourism experience and destination attachment. *J Vacation Mark*, 28(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/13567667211011758>
- Dauncey, H., & Tinker, C. (2015). Media, memory and nostalgia in contemporary France: Between commemoration, memorialization, reflection and restoration. *Modern and Contemporary France*, 23(2), 135-145. <https://doi.org/10.1080/09639489.2015.1030127>
- Davaryar, M. A., Rastghalam, M., & Amiri, S. (2015). Ecotourism partners' mutual rights based on sustainable utilization system pattern on ecotourism destination (Case study: Isfahan tourism target village). *Geography (Regional Planning)*, 5(20), 47-54. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22286462.1394.5.4.4.6> [In Persian]
- Ebrahimpour, H., Seyed Naghavi, M. A., & Yaghubi, N. M. (2011). A Survey of Factors influencing on the Tourists Satisfaction and Loyalty in Ardabil Province (The Case of Sarein Tourism City). *Tourism Management Studies*, 5(14), 67-92. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23223294.1389.5.14.3.5> [In Persian]
- Eshfagh, S., Khodadad Hosseini, S. H., & Mansouri Moayyed, F. (2019). The Impact of Nostalgia and Experimental Marketing on Tourism Target Villages: A case Study Khoor & Biabank. *Regional Planning*, 8(31), 91-102. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22516735.1397.8.31.7.9> [In Persian]
- Azizi, k., Rastgar, S., Heydari, G., & Jafarian, Z. (2018). The socio-economic effects of ecotourism on the Empowerment of local communities, case: Balde Noor district in Mazandaran province. *Journal Space economy and rural development*, 1(27), 79-96. <https://serd.khu.ac.ir/article-1-3266-fa.html> [In Persian]
- Batcho, K. I. (2007). Nostalgia and the emotional tone and content of song lyrics. *The American Journal of Psychology*, 120(3), 361-381. <https://www.jstor.org/stable/20445410>
- Qakar, K. (2018). Experiences of visitors to Gallipoli, a nostalgia-themed dark tourism destination: An insight from TripAdvisor. *International Journal of Tourism Cities.*, 4(3), 2056-5607. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2017-0018>
- Chen, H. B., Yeh, S. S., & Huan, T. C. (2014). Nostalgic emotion, experiential value, brand image, and consumption intentions of customers of nostalgic-themed restaurants. *Journal of Business Research*, 67(3), 354-360. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.01.003>
- Cho, H., Khoo, E. C., & Lee, H. W. (2019). Nostalgia, motivation, and intention for international football stadium tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(9), 912-923. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1653339>
- Christou, P. A. (2020). Tourism experiences as the remedy to nostalgia: Conceptualizing the nostalgia and tourism nexus. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 612-625. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1548582>
- Christou, P., Farmaki, A., & Evangelou, G.





role of travel constraints in shaping nostalgia, destination attachment and revisit intentions and the moderating effect of prevention regulatory focus. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19(1), 100516. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100516>

Kafashan Tusi, F., Hassanabadi, D., & Ali Naghizadeh, M. (2020). Analysis of Spatial-temporal distribution of Infrastructure of tourism services in order to optimally manage and increase the productivity of the tourism industry; a case study of Shahroud city. *Geography (Regional Planning)*, 10(2), 593-615. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22286462.1399.10.38.3.8> [In Persian]

Katahenggam, N. (2019). Tourist perceptions and preferences of authenticity in heritage tourism: visual comparative study of George Town and Singapore. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(2), 1-15. <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1659282>

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine Publishing Company.

Kazemian, S., Malekzadeh, G., Farahi, M. M., & Khorakian, A. R. (2020). Discovering the components of social responsibility for ecotourism managers in Iran. *Social Studies in Tourism*, 8(16), 145-168. <https://sid.ir/paper/364249/fa> [In Persian]

Kulczycki, C., & Hyatt, C. (2005). Expanding the conceptualization of nostalgia sport tourism: Lessons learned from fans left behind after sport franchise relocation. *Journal of Sport Tourism*, 10(4), 273-293. <https://doi.org/10.1080/14775080600805515>

Kim, Y., Ribeiro, M. A., & Li, G. (2021). Tourism Memory Characteristics Scale: Development and Validation. *Journal of*

Customer Satisfaction through Explaining Experimental Values: A Study of Isfahan Tourist Attractions. *urban tourism*, 6(2), 15-32. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.239660.398> [In Persian]

Fairley, S., & Gammon, S. (2005). Something lived, something learned: Nostalgia's expanding role in sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 182-197. <https://doi.org/10.1080/17430430500102002>

Ghadiri Masoum, M., Minaei, M., & Darban Astaneh, A. R. (2020). The role of ecotourism residences in the development of rural tourism in the rural areas of Khor and Biyabank. *Journal Space economy and rural development*, 9(32), 23-42. <https://serd.khu.ac.ir/article-1-3540-fa.html> [In Persian]

Hejazi, M., & Ezzi, Z. (2018). Role of ecotourism accommodations in the development of the tourism industry. *The Secend National Conference on Modern Research in Management and Law, Kazeroun*. <https://civilica.com/doc/900828> [In Persian]

Hesam, M., Oroji, H., & Cheraghi, M. (2019). The situation of ecotourism demand Gilan province with an emphasis on social and economic factors. *Journal of Social studied in Tourism*, 7(14), 363-382. SID. <https://sid.ir/paper/363135/en> [In Persian]

Jafari, S., Najarzadeh, S., Jafari, N., & Rajabi, N. (2017). The Structural Relationship of Perceived Value and Tourist Satisfaction with Environmentally Responsible Behavior: The Mediating Role of Tourist Activity Involvement. *Tourism Management Studies*, 12(37), 115-151. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.11853.1310> [In Persian]

Jian, Y., Zhou, Z. h., & Lin, J. (2020). The

- Pirbabaie M. T., Gharehbaglou M, Alinam Z. (2015). Place Attachment Process in Urban Studies: A Cognitive Psychology Approach. *Advances in Cognitive Sciences*, 17(1), 46-59. <http://icssjournal.ir/article-1-325-fa.html> [In Persian]
- Ramshaw, G., & Gammon, S. (2005). More than just nostalgia? Exploring the heritage/sport tourism nexus. *Journal of Sport Tourism*, 10(4), 229-241. <https://doi.org/10.1080/14775080600805416>
- Rezvani, M. R., & Azizi, S. (2018). The effect of ecotourism residences on rural development. *The Second National Conference on Iran Sustainable Rural Development, Tehran*. <https://civilica.com/doc/923193> [In Persian]
- Rostam Pisheh, M., Nasir Salam, S. M., & Tizghalam Zonouzi, S. (2019). An evaluation and comparative analysis of physical structures in eco-tourism resorts (Case study: Telarkhaneh Bordbar and Deylmay Gasht; Guilan province). *Physical Social Planning*, 6(2), 111-132. <https://doi.org/10.30473/psp.2019.6071> [In Persian]
- Russell, D. W. (2018). Nostalgic Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 103-116. <https://doi.org/10.1080/10548400802402271>
- Sadin, H., & Pourtaheri, M. (2020). Evaluating the Life Cycle of Resorts Case study: Turkmen Saharan Golestan Province. *Spatial Planning (Modares Human Sciences)*, 24(2), 201-229. <https://www.sid.ir/paper/386992/fa> [In Persian]
- Salehi, S., Moradi Asl, A., & Abdoli, S. F. (2017). Ecotourism Development with an Emphasis on Local Communities' Participation (Case Study: The Village of Janat Rudbar, Ramsar County). *Journal of Research and Rural Planning*, 19(6), 185-201. <https://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.62073> [In Persian]
- Travel Res., 61(6), 1308-1326. <https://doi.org/10.1177/00472875211033355>
- Latifiyan, M., Sharifzadeh, M. S., Abdollahzadeh, G., & Mollahosseini, A. (2020). Evaluation of Service Quality and Willingness to Reuse in Local Businesses: The Case of Eco-Resorts in the Golestan Province. *Journal of Entrepreneurial Strategies Agric*. 7(13), 24-34. <https://doi.org/10.52547/jea.7.13.24> [In Persian]
- Mahmoudi, A., Karobi, M., & Hosseini, M. (2016). Investigating the role of nostalgia (last memories) on ski run sport tourist's behavioral intention. *Applied Research in Sport Management*, 5(3), 65-78. [https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/article\\_3440.html](https://arsmb.journals.pnu.ac.ir/article_3440.html) [In Persian]
- Mohammadi, M., Mirtaghian Rudsari, S. M., & Naghavi, M. (2021). Role of Tourists' Perceptions in Satisfaction and Loyalty to Rural Tourism Destination (The Case of Javaherdeh Village). *Rural Development Strategies*, 8(1), 35-53. <https://doi.org/10.22048/rdsj.2021.262192.1896>
- Najafi, L., & Sidaei, S. E. (2014). Nomadic tourism is a manifestation of nostalgic cultural tourism. *National Conference on Tourism, National Capital and Future Perspective, Isfahan*. <https://civilica.com/doc/319407> [In Persian]
- Nikraftar, T., Katebian, H., & Misaghi, N. (2019). Individual and historical nostalgia and planning of tourist attraction to Tehran. *Journal of Geography and planning*, 23(67), 309-326. <https://sid.ir/paper/378423/en> [In Persian]
- Pazoki, M., Sheykhi, D., & Zand, F. (2020). The Role of eco-tourism in rural development by using the combined techniques SWOT and WASPAS (Case Study: Central Parish of Damghan Township). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 10(37), 45-64. <https://doi.org/10.22111/gaij.2020.5843> [In Persian]



- Suntikul, W. (2017). Nostalgia-motivated Thai domestic tourism at Amphawa, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(10), 1-11. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1363064>
- Stone, M. J., Migacz, S., & Sthapit, E. (2021). Connections Between Culinary Tourism Experiences and Memory. *Journal of Hospitality Tourism Res.*, 46(4), 797-807. <https://doi.org/10.1177/1096348021994171>.
- Wang, E., Shen, C., Zheng, J., Wu, D., & Cao, N. (2020). The antecedents and consequences of awe in dark tourism. *Curr Issues Tourism*. 24(8), 1169-83. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1782857>
- Wondirad, A. (2019). Does ecotourism contribute to sustainable destination development, or is it just a marketing hoax? Analyzing twenty-five years contested journey of ecotourism through a meta-analysis of tourism journal publications. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(11), 1047-1065. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1665557>
- Yaghoubi, N. M., Morad Zadeh, A., & Arab, A. (2018). Evaluation of the effects of ecotourism empowering components on the network of beneficiaries. *Iranian journal of management sciences*, 13(50), 82-103. [https://journal.iams.ir/article\\_286.html](https://journal.iams.ir/article_286.html) [In Persian]
- Setini, M., Wardana, I., Sukaatmadja, I., Ekawati, N., Yasa, N., & Astawa, I. (2021). Policy models for improving ecotourism performance to build quality tourism experience and sustainable tourism. *Management Science Letters*, 11(2), 595-608. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.007>
- Shafiee, Z., & Ghamarani, A. (2017). Psychometric Characteristics of Nostalgia-Proneness in Students of Isfahan University of Medical Sciences in 2015. *JRUMS*, 16(2), 131-144. <http://journal.rums.ac.ir/article-1-3531-fa.html> [In Persian]
- Sharma, R. (2020). Sociology of Tourism: Shifting Paradigm from Nostalgia to Happiness. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 10, 90-107. <https://doi.org/10.3126/jthev10i0.28762>
- Shi, Y., Bettache, K., Zhang, N., & Xue, L. (2021). Constructing nostalgia in tourism: A comparison analysis of genuine and artificial approaches. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100488. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100488>
- Sojasi Qeidari, H., Shayan, H., & Faal Jalali, A. (2019). Responsible Businesses: Measuring the environmental responsibility level of Ecolodges Case Study: Khorasan Razavi. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(31), 115-132. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.17147.3134> [In Persian]

