



دانشگاه علامه طباطبایی  
دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد  
(رشته مدیریت جهانگردی - گرایش بازاریابی)

عنوان:

تاثیر ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها

استاد راهنما:

دکتر فاطمه یاوری گهر

استاد مشاور:

دکتر محمود ضیایی

استاد داور:

دکتر زهره دهدشتی شاهرخ

پژوهشگر:

آرتین پرویزروشن

تابستان ۱۳۹۷





به نام خدا

## مشور اخلاق پژوهش

بایاری از خداوند سبحان و اعتقاد به این که عالم محضر خداست و همواره ناظر بر افعال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش و پژوهش و نظریه اهمیت جایگاه دانشگاه در اعتلای فرهنگ و تمدن بشری، مادانشجویان و احصاء هینت علمی واحد های دانشگاه آزاد اسلامی متعهد می گردیم اصول زیر را در انجام فعالیت های پژوهشی مد نظر قرار داده و از آن تخطی نکنیم:

- ۱- اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از هرگونه پنهان سازی حقیقت.
- ۲- اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران و پژوهیدگان (انسن، حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق.
- ۳- اصل مالکیت مادی و معنوی: تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه بکاران پژوهش.
- ۴- اصل منافع ملی: تعهد به رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور در کلیه مراحل پژوهش.
- ۵- اصل رعایت انصاف و امانت: تعهد به اجتناب از هرگونه جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال، تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۶- اصل رازداری: تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد، سازمان ها و کشور و کلیه افراد و نهاد های مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل احترام: تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جانب نقد و خودداری از هرگونه حرمت شکنی.
- ۸- اصل ترویج: تعهد به رواج دانش و اشاعه نتایج تحقیقات و انتقال آن به بکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۹- اصل برانست: التزام به برانست جویی از هرگونه رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شائبه های غیر علمی می آلاینند.



## تعهد نامه اصالت پایان نامه

اینجانب آرتین پرویز روشن دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته در رشته مدیریت جهانگردی (گرایش بازاریابی) که در تاریخ ۱۳۹۷/۰۷/۰۳ از پایان نامه خود تحت عنوان "تاثیر ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها" با کسب نمره ۱۸,۷۵ و درجه بسیار خوب دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم :

۱) این پایان نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست مربوط ذکر و درج کرده ام.

۲) این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳) چنانچه بعد از فراغت تحصیل قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴) چنانچه در هر مقطعی زمانی برخلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن می پذیریم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی: آرتین پرویز روشن

تاریخ و امضاء: ۱۳۹۷/۰۷/۰۳

## صور تجلسه دفاع



دانشگاه علامه طباطبایی  
دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد  
(رشته مدیریت جهانگردی - گرایش بازاریابی)

عنوان:

تاثیر ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها

استاد راهنما:

دکتر فاطمه یاوری گهر

استاد مشاور:

دکتر محمود ضیایی

استاد داور:

دکتر زهره دهدشتی

پژوهشگر:

آرتین پرویزروشن

تابستان ۱۳۹۷

## تقدیم به

سرپوشمه‌های هستی‌ام که بعد از خدا هر چه دارم از آنهاست و دریای محبت‌شان را جبرانی نیست،

به استوارترین نکیه‌گاه زندگی‌ام، دستان پر مهر پدرم،

به سبزترین نگاه زندگی‌م، چشمان پر مهر مادرم،

و به تو ای آشنا که ورقی از این دق‌قرمی‌گشایی.

و در نهایت تقدیم می‌کنم به همه افراد بانایزهای خاص چون جانبازان، افراد دارای معلولیت، سالمندان و...

تا گامی باشد موثر در بهبود وضعیت کردشگری برای این افراد و تحقق "کردشگری قابل دسترس برای همه"

## و سپاس فراوان

که توان به تمام گفت، نه حتی به اندکی، از همه آن چه که باید

به محضر استاذید گرانمایه

سرکار خانم دکتر فاطمه یآوری کمر و جناب آقای دکتر محمود ضیایی

به پاس دانش بزرگ و مهر فراوان شان و راهمبانی های ارزشمندشان



## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	<b>۱. فصل اول - کلیات پژوهش</b>
۱-۱	۱-۱. مقدمه
۱-۲	۲-۱. بیان مساله
۱-۳	۳-۱. اهمیت و ضرورت موضوع
۱-۴	۴-۱. اهداف پژوهش
۱-۵	۵-۱. سوالات پژوهش
۱-۶	۶-۱. فرضیه‌های پژوهش
۱-۷	۷-۱. قلمرو پژوهش
۱-۸	۸-۱. روش کلی پژوهش
۱-۹	۹-۱. نقشه راه پژوهش
۱-۱۰	۱۰-۱. شرح واژه‌ها و اصطلاحات پژوهش
۱-۱۰-۱	۱-۱۰-۱. گردشگری قابل دسترس
۱-۱۰-۲	۲-۱۰-۲. معلولیت
۱-۱۰-۳	۳-۱۰-۳. وفاداری
۹	<b>۲. فصل دوم - مبانی نظری و پیشینه پژوهش</b>
۲-۱	۱-۲. مقدمه
۲-۲	۲-۲. رضایت
۲-۲-۱	۱-۲-۲. رضایت گردشگر
۲-۳	۳-۲. وفاداری
۲-۳-۱	۱-۳-۲. وفاداری گردشگر
۲-۴	۴-۲. تصویر از مقصد
۲-۵	۵-۲. وفاداری به مقصد
۲-۶	۶-۲. تجربه
۲-۷	۷-۲. تجربه از مقصد
۲-۸	۸-۲. مفهوم معلولیت
۲-۸-۱	۱-۸-۲. اختلالات حرکتی
۲-۹	۹-۲. میزان معلولیت
۲-۱۰	۱۰-۲. گردشگری در دسترس

۲۷	۱-۱۰-۱. تأسیسات اقامتی دسترسی پذیر
۲۷	۲-۱۰-۲. قوانین و استانداردهای دسترسی پذیری
۲۸	۱-۱۱. پیشینه پژوهش
۳۵	۲-۱۲. پژوهش بر روی افراد دارای معلولیت در حوزه گردشگری
۴۸	۲-۱۳. مدل پژوهش و تدوین فرضیات پژوهش
۴۹	۲-۱۳-۱. تجربه افراد دارای ناتوانی
۵۰	۲-۱۳-۲. قیمت
۵۱	۲-۱۳-۳. وفاداری
۵۲	<b>۳. فصل سوم - روش‌شناسی پژوهش</b>
۵۲	۳-۱. مقدمه
۵۲	۳-۲. نوع و روش تحقیق
۵۳	۳-۳. جامعه آماری
۵۳	۳-۴. نمونه آماری و روش نمونه‌گیری
۵۴	۳-۵. روش‌های گردآوری داده‌ها
۵۵	۳-۶. روایی پرسشنامه
۵۵	۳-۷. پایایی (اعتبار درونی)
۵۶	۳-۸. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۵۷	<b>۴. فصل چهارم - تجزیه و تحلیل داده‌ها</b>
۵۷	۴-۱. مقدمه
۵۷	۴-۲. تحلیل توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی
۵۸	۴-۲-۱. جنسیت
۵۸	۴-۲-۲. سن
۵۹	۴-۲-۳. سطح تحصیلات
۶۰	۴-۲-۴. میزان معلولیت
۶۱	۴-۲-۵. نوع معلولیت
۶۲	۴-۳. میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش
۶۳	۴-۴. تحلیل تاثیر متغیرهای جمعیت شناختی بر متغیرهای پژوهش
۶۳	۴-۴-۱. بررسی تاثیر جنسیت بر متغیرهای پژوهش
۶۴	۴-۴-۲. بررسی تاثیر سن بر متغیرهای پژوهش
۶۶	۴-۴-۳. بررسی تاثیر سطح تحصیلات بر متغیرهای پژوهش
۶۷	۴-۴-۴. بررسی تاثیر میزان معلولیت بر متغیرهای پژوهش
۶۸	۴-۴-۵. بررسی تاثیر نوع معلولیت بر متغیرهای پژوهش
۷۰	۴-۵. روش PLS در ارزیابی مدل
۷۲	۴-۵-۱. مدل درونی (مدل ساختاری)
۷۲	۴-۶. تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای پژوهش
۷۵	۴-۷. روایی تشخیصی مدل اندازه‌گیری

۷۶	۸-۴. برآزش مدل ساختاری پژوهش.....
۷۷	۹-۴. معیار R SQUARES.....
۷۷	۱۰-۴. معیار Q <sup>2</sup> (STONE-GEISSER CRITERION).....
۷۸	۱۱-۴. معیار REDUNDANCY.....
۷۸	۱۲-۴. معیار برآزش کلی (GOF).....
۷۹	۱۳-۴. آزمون فرضیات پژوهش.....
۷۹	۱-۱۳-۴. فرضیه اول.....
۷۹	۲-۱۳-۴. فرضیه دوم.....
۸۱	۱۴-۴. خلاصه فصل چهارم.....
۸۲	<b>۵. فصل پنجم - نتیجه‌گیری و پیشنهادها</b> .....
۸۲	۱-۵. مقدمه.....
۸۲	۲-۵. یافته‌های پژوهش.....
۸۴	۳-۵. مقایسه نتایج با سایر پژوهش‌ها.....
۸۶	۴-۵. پیشنهادهای اجرایی.....
۸۹	۵-۵. محدودیت‌های پژوهش.....
۸۹	۶-۵. پیشنهادهای پژوهش‌های آتی.....

## فهرست جدول‌ها

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۴۶	جدول ۱-۲. مروری بر مهمترین پژوهش‌های انجام شده
۵۸	جدول ۱-۴. جنسیت پاسخگویان
۵۸	جدول ۲-۴. سن پاسخگویان
۵۹	جدول ۳-۴. سطح تحصیلات پاسخگویان
۶۰	جدول ۴-۴. میزان معلولیت پاسخ دهندگان
۶۱	جدول ۴-۵. نوع معلولیت پاسخ دهندگان
۶۲	جدول ۴-۶. نتایج میانگین، انحراف معیار و آماره آزمون میانگین
۶۳	جدول ۴-۷. آزمون تحلیل واریانس تاثیر جنسیت بر متغیرهای پژوهش
۶۵	جدول ۴-۸. آزمون تحلیل واریانس تاثیر سن پاسخ دهندگان بر متغیرهای پژوهش
۶۶	جدول ۴-۹. آزمون تحلیل واریانس تاثیر سطح تحصیلات بر متغیرهای پژوهش
۶۷	جدول ۴-۱۰. آزمون تحلیل واریانس تاثیر میزان معلولیت بر متغیرهای پژوهش
۶۹	جدول ۴-۱۱. آزمون تحلیل واریانس تاثیر نوع معلولیت بر متغیرهای پژوهش
۷۴	جدول ۴-۱۲. نتایج کلی از تجزیه و تحلیل مدل پژوهش
۷۵	جدول ۴-۱۳. بررسی مقادیر ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده با همبستگی‌ها
۷۸	جدول ۴-۱۴. جدول مربوط به مقادیر Q2 سازه درونزای مدل
۷۸	جدول ۴-۱۵. جدول مربوط به مقادیر Commuality سازه‌های درونزای مدل
۸۱	جدول ۴-۱۶. نتیجه فرضیه دوم

## فهرست شکل‌ها

صفحه	عنوان
۵۱	شکل ۲-۲. مدل مفهومی پژوهش
۵۸	شکل ۴-۱. جنسیت پاسخگویان
۵۹	شکل ۴-۲. سن پاسخگویان
۶۰	شکل ۴-۳. سطح تحصیلات پاسخگویان
۶۱	شکل ۴-۴. میزان معلولیت پاسخ دهندگان
۶۲	شکل ۴-۵. نوع معلولیت پاسخ دهندگان
۷۳	شکل ۴-۶. الگوهای اندازه گیری مدل پژوهش
۷۴	شکل ۴-۷. الگوی اندازه گیری تجدید نظر شده پژوهش
۷۶	شکل ۴-۸. ضرایب معناداری Z در مدل ساختاری
۸۰	شکل ۴-۹. مدل چن و همکاران (۲۰۰۳): ایجاد متغیر تعاملی از طریق معرف های حاصلضربی

## چکیده

افراد دارای ناتوانی تجربه گردشگری کاملاً متفاوتی دارند. برای بسیاری از مسافران معلول، تجربه سفر شامل دشواری‌های مرتبط با حمل و نقل عمومی و محل اقامت است. این پژوهش با هدف پربارتر ساختن ادبیات مهمان نوازی از طریق شناسایی مشکلات افراد دارای معلولیت در طول تجربه اقامت آن‌ها در هتل‌ها انجام گرفته است و بخشی از سری مطالعاتی پیرامون تجارب افراد دارای معلولیت با معلولیت‌های گوناگون در حوزه گردشگری کشور ایران می‌باشد که در پی آن است که تاثیر این ابعاد تجربه بر وفاداری مشتریان به هتل‌ها را نمایان سازد. این پژوهش از نوع هدف، کاربردی و از نوع جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی پیمایشی می‌باشد. در کشور ایران حدود ۱۱۰۰ هتل ۱ الی ۵ ستاره وجود دارد. گردشگران دارای ناتوانی که در این هتل‌ها اقامت داشته‌اند به عنوان جامعه پژوهش در نظر گرفته شدند. اندازه نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۴ محاسبه شد و این تعداد پرسشنامه به روش غیر تصادفی میان جامعه آماری توزیع شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها توسط پرسشنامه، تحلیل داده‌ها با رویکرد معادلات ساختاری و نرم افزار SMART PLS3 انجام شد. نتایج آزمون فرضیات نشان داد که بین ابعاد تجربه افراد دارای ناتوانی و وفاداری رابطه معناداری وجود دارد و همچنین قیمت، تاثیر منفی و معناداری بر وفاداری گردشگران دارد و هرچه قیمت خدمات هتل به افراد ناتوان کاهش یابد، میزان وفاداری آن‌ها نیز افزایش می‌یابد.

**کلمات کلیدی:** گردشگری در دسترس، وفاداری گردشگر، تجربه گردشگر، افراد ناتوان

# فصل اول

## کلیات پژوهش

### ۱-۱. مقدمه

افراد دارای معلولیت نیز مانند هر فرد دیگری از حق سفر و استفاده از صنعت گردشگری برخوردارند. زیرساخت‌ها و روساخت‌های بخش گردشگری باید برای همه، از جمله افراد دارای معلولیت قابل دسترس باشد. این بخش از بازار صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر به عنوان گردشگری قابل دسترس مطرح شده است. بازار بالقوه‌ای که بنگاه‌های گردشگری با برطرف کردن موانع و محدودیت‌های سفر افراد با نیازهای خاص می‌توانند به عنوان گوشه بازار به آن نگاه کرده و از مزیت رقابتی برخوردار شوند. از این‌رو در این پژوهش به دنبال بررسی تاثیر ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها هستیم. در این فصل پس از مرور بیان مساله و ضرورت پژوهش، گزاره‌های اعم از اهداف و سوالات پژوهش تشریح شد. در ادامه قلمرو مکانی، زمانی و موضوعی پژوهش آورده شد و پس از ارائه مراحل مختلف انجام پژوهش، تعرف واژگان و اصطلاحات پژوهش ذکر شد.

### ۲-۱. بیان مساله

با پیدایش شهرها، کشورها و تمدن‌ها، اسباب و عوامل دیگری نیز بر ارزش و ضرورت مسافرت بلکه مهاجرت افزود، جنگ و کشورگشایی، تجارت و سوداگری، کسب دانش و تجربه و شناخت آداب و فرهنگ، از علت آن‌ها به شمار می‌آیند. در همین راستا، تحولات تکنولوژیک عامل کار و تولید را از قوای بدنی به نیروی ماشینی تغییر داد، کار تقلیل یافت و اوقات فراغت فزونی گرفت. پس یکی از مفیدترین و متنوع‌ترین راههای گذران ساعات فراغت، گردش‌های دور و نزدیک و سفرهای بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت گردید. با اهدافی همچون آشنایی با فرهنگها و تمدن‌های کنونی و باستانی، شناسایی و بهره‌گیری از مناظر طبیعی، ورزش، استراحت، تفریح و تفرج و ... و بدین گونه بود که صنعت گردشگری

یکی از پر درآمدترین منابع اقتصادی کشورهایی شد که زمینه و استعداد مناسب این عرصه را داشتند. کشور ایران، با بهره مندی از میراث شکوهمند تمدن ایرانی اسلامی و برخورداری از انواع پدیده‌های طبیعی، نه تنها برای مردمان دیگر سرزمین‌ها که برای هم میهنان نیز جاذبه فوق العاده‌ای در گردشگری دارد.

از منظر اجتماعی، گردشگری قادر است مزایایی شامل کاهش هزینه‌های انطباق اجتماعی، یکپارچگی اجتماعی و تحقق عدالت اجتماعی را به بار آورد (لی<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). علاوه بر این گردشگری می‌تواند موجبات ارتقاء سلامت جسمی، ذهنی و روان‌شناختی افراد را فراهم سازد (مک کانکی و آدامز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰). در ضمن جذب افراد معلول در فعالیت‌های گردشگری موضوعی مهم برای اعضای خانواده آنان است. این امر زمانی را برای مراقبت‌کنندگان در خانواده‌ها<sup>۳</sup> فراهم می‌کند که تا حدودی از وظایفشان خلاصی یابند. همچنین از این طریق می‌توان رهایی از کارهای عادی رایج، تقویت ارتباطات خانوادگی و بهبود آسایش عمومی را ارتقاء بخشید (شاو و کولز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴).

برای کشورهایی که خواهان گسترش بازارهای گردشگری ورودی می‌باشند، ضروری است که امکانات لازم از حیث مکان را دارا بوده و به این درک برسند که چگونه می‌توانند به نیازهای ویژه گردشگران معلول خدمت‌رسانی نمایند (اوزتورک<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۸، به نقل از شاو-لاورنس<sup>۶</sup>). حق سفر و دسترسی داشتن به فعالیت‌های گردشگری باید به‌عنوان یکی از حقوق اجتماعی کلیدی برای معلولان و خانواده‌های آنان تلقی گردد. سفر و گردشگری عاملی مهم در کیفیت زندگی همه افراد بشر است (وار<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۱، به نقل از مجمع معلولیت اروپا<sup>۸</sup>).

معلولین نیز همانند تمامی افراد دیگر تمایل به سفر دارند و این امر که اشتیاق به سفر برای افراد دارای معلولیت و بدون معلولیت یکسان است به‌طور گسترده پذیرفته‌شده است (یاو<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۰۴). با

---

<sup>1</sup> Lee

<sup>2</sup> McConkey & Adams

<sup>3</sup> Family Care-givers

<sup>4</sup> Shaw & Coles

<sup>5</sup> Ozturk

<sup>6</sup> Shaw-Lawrence

<sup>7</sup> Var

<sup>8</sup> European Disability Forum

<sup>9</sup> Yau



احتساب افراد معلول، سالخوردگان، زنان باردار، خانواده‌های دارای فرزندان خردسال و افرادی که محدودیت‌هایی به تبع شغل یا محدودیت‌های حرکتی دارند، واضح است که ۳۰ تا ۴۰ درصد افراد به‌طور گسترده از توسعه دسترسی‌پذیری در امکانات و خدمات گردشگری منتفع خواهند شد (شبکه اروپایی برای گردشگری قابل دسترس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷). لیکن به نظر می‌رسد علیرغم این بازار بالقوه مهم، صنعت گردشگری موجود عمدتاً افراد معلول را به حاشیه رانده و یا حتی از خرید محصولاتش دلسرد می‌نماید (هرنر و سواربروک<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴).

باوجود پیشرفت‌هایی در زمینه اعمال پارامترهای دسترسی‌پذیری، معلولین همچنان به موانعی برمی‌خورند که مانع دسترسی و لذت بردن آنان از فعالیت‌های بخش گردشگری می‌شود، از قبیل آژانس‌های مسافرتی، حمل‌ونقل، اقامت، صنعت رستوران و ... (ناوارو- گارسیا<sup>۳</sup> و همکاران ۲۰۱۵، به نقل از فرناندز<sup>۴</sup>).

از سوی دیگر، با توجه به جمعیت رو به افزایش سالمندان در جهان و ایران و همچنین بزرگترین گروه اقلیتی یعنی افراد دارای معلولیت، باید توجه شایانی به نیازهای این افراد در بخش گردشگری و همچنین شناخت و رفع موانع بهره‌مندی از فراغت این قشر از بازار گردشگری شود. سازمان‌ها همواره در پی شناسایی و به‌کارگیری راه‌کارهایی هستند که بر اساس آن بتوان با ایجاد رضایت مشتریان نسبت به کالا، خدمات، نام تجاری و غیره وفاداری آن‌ها را گسترش داده و تعداد مشتریان به اصطلاح وفادار را افزایش دهند؛ زیرا با توجه به مسائل مطرح شده، وفاداری مشتریان، به عنوان یکی از عوامل بسیار ضروری در موفقیت و توسعه‌ی هر کسب و کاری به شمار می‌آید. یک مشتری وفادار برای سازمان، همچون یک دارایی راهبردی است و وفاداری آن‌ها، عامل تعیین‌کننده در پیش‌بینی سود سازمان و سهم بازار نیز در نظر گرفته می‌شود (چن، ۲۰۱۲). صنعت گردشگری به یکی از صنایع مهم و درآمدزا در جهان تبدیل شده است. این صنعت تاثیر چشم‌گیری بر رشد اقتصادی کشورها و شهرها دارد و از آن می‌توان به عنوان نیروی محرک توسعه منطقه‌ای یاد کرد، به طوری که بسیاری از کشورها

---

1 ENAT

2 Horner & Swarbrooke

3 Navarro-Garcia

4 Fernández

با ایجاد زمینه‌ها و زیرساخت‌های مناسب درصدد بهره برداری از مزایای این صنعت هستند (چن و تسای<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

افراد دارای ناتوانی تجربه گردشگری کاملاً متفاوتی دارند. برای بسیاری از مسافران معلول، تجربه سفر شامل دشواری‌های مرتبط با حمل و نقل عمومی و محل اقامت است. اتاق هتل‌ها از مقررات دسترسی تبعیت نمی‌کنند. محدودیت و موانع زیادی وجود دارد و دسترسی فیزیکی عمومی هنوز هم محدودیت اصلی برای معلولین به شمار می‌رود. در سال‌های اخیر ادبیات بازاریابی منتشره حول محور نیازها و تجارب افراد دارای معلولیت با افزایش چشمگیری روبرو بوده است (گردی و اوهلین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹؛ اوزتورک و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). اندازه بازار افراد دارای معلولیت چیزی در حدود ۱۰ تا ۱۹ درصد از کل جمعیت تخمین زده می‌شود و این خود یکی از انگیزه‌های اصلی برای انجام چنین مطالعات و پژوهش‌هایی می‌باشد (بول و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳؛ هو و سینگ<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷؛ کافمن و اسکاربورگ<sup>۶</sup>، ۱۹۹۸). این پژوهش با هدف پربرتر ساختن ادبیات مهمان‌نوازی از طریق شناسایی مشکلات افراد دارای معلولیت در طول تجربه اقامت آن‌ها در هتل‌ها انجام گرفته است و بخشی از سری مطالعاتی پیرامون تجارب افراد دارای معلولیت با معلولیت‌های گوناگون در حوزه گردشگری کشور ایران می‌باشد که در پی آن است که تاثیر این ابعاد تجربه بر وفاداری مشتریان به هتل‌ها را نمایان سازد.

گردشگری دسترس‌پذیر شامل افراد دارای معلولیت دائم و موقت، سالمندان، افراد چاق، خانواده‌های دارای فرزند نوزاد و افرادی که در محیط‌های اجتماعی طراحی شده، پایدارتر و امن‌تر کار می‌کنند، می‌شود (بوهالیس و داریسی، ۲۰۱۱).

متأسفانه از زمان تنظیم طرح پژوهش تاکنون، آمار دقیق و رسمی مربوط به سرشماری سال ۱۳۹۵ در مورد جامعه مورد نظر این پژوهش یعنی افراد دارای ناتوانی، هنوز منتشر نشده است. لذا آمارهای غیر رسمی حاکی از آن است که یک میلیون و ۲۰۰ هزار معلول در کشور وجود دارند. البته این آمار همه معلولین جامعه نیست، زیرا برخی از آنان بارز نیستند و بعضی نیز به مراکز بهزیستی مراجعه نکرده‌اند و این آمار تنها شامل مراجعه‌کنندگان و کسانی که از طریق توان بخشی مبتنی بر جامعه شناسایی

---

<sup>1</sup> Chen, C. F., & Tsai, D.

<sup>2</sup> Grady and Ohlin

<sup>3</sup> Ozturk et al

<sup>4</sup> Bull et al

<sup>5</sup> Huh and Singh

<sup>6</sup> Kaufman-Scarborough

شده اند، است. براساس این آمار، بالاترین نرخ معلولین در بخش جسمی حرکتی می باشد که بیشتر شامل بیماران ارتوپدی و مغز و اعصاب هستند که بیش از ۴۳ درصد آمار کل معلولین ثبت شده را به خود اختصاص داده اند. پس از این بخش، معلولین ذهنی بیشترین آمار را با بیش از ۳۶ درصد در اختیار دارند و مابقی بخش ها مانند معلولین حسی (شنوایی و بینایی) و صوت گفتاری و سایر معلولین در رده های بعدی با جامعه آماری زیر ۱۰ درصد می باشند.

همچنین طبق آمار اداره کل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری در حال حاضر در کشور ایران حدود ۱۱۰۰ هتل ۱ الی ۵ ستاره وجود دارد. قیمت بعنوان متغیر تعدیل کننده در این پژوهش، موجب درآمد می شود و از انعطاف پذیرترین عوامل در بازاریابی می باشد که می توان آن را شناسایی و به سرعت تغییر داد. این عامل از مهم ترین عوامل در بازاریابی برای حفظ و جذب مشتریان و وفاداری و رضایت آنان می باشد. دلایل مذکور با اینکه شاید بسیار رایج تلقی شود اما پژوهش علمی گسترده ای بر روی آن انجام نگرفته است. مطالعه ادبیات مرتبط و عدم وجود پژوهش مناسب در این مبحث، باعث سوال تحقیقی می شود: آیا تجربه افراد (در این پژوهش افراد دارای ناتوانی) بر وفاداری آن ها در استفاده از خدمات هتل ها تاثیرگذار است؟

### ۳-۱. اهمیت و ضرورت موضوع

افراد معلول فرصت های کمتر یا بسیار محدودی برای لذت بردن از فعالیت های گردشگرانه دارند. این محدودیت فقط به علت معلولیت آن ها نبوده و دلایل دیگری از جمله ناتوانی دولت و همچنین صنعت گردشگری برای قابل دسترس کردن حمل و نقل، مراکز اقامتی و مراکز گردشگری دارد. کمبود و یا نبود تاسیسات و امکانات برای افراد معلول در ایران بدین معناست که صنعت گردشگری نمی تواند حداکثر بهره را از مسافران معلول (و خانواده های آن ها) ببرد در حالی که این گروه پتانسیل کافی برای افزایش تعداد گردشگران و ایجاد تحول در این صنعت دارند.

اگر به تعداد معلولان و خانواده های آن ها در ایران توجه کنیم، به خوبی به اهمیت ایفای نقش توسط دولت و دست اندرکاران صنعت گردشگری برای شناسایی این مشکل و لزوم تلاش برای تامین نیازهای معلولان پی خواهیم برد.

شعار روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۶ نیز بر این واقعیت تاکید دارد که همه ی انسان ها این حق را دارند که به طور مساوی به خدمات گردشگری دسترسی داشته باشند. در حال حاضر ۱ میلیارد نفر در سرتاسر دنیا وجود دارند که برای سفر کردن با مشکلات و موانعی روبرو هستند و نمی توانند از خدمات ابتدایی سفر استفاده کنند؛ خدماتی مانند اطلاعات کافی و معتبر، حمل و نقل عمومی کارآمد و محیط

مناسب برای سفر. حتی با وجود تکنولوژی مدرن، افرادی که دچار معلولیت حرکتی، مشکلات شنوایی، بینایی و ذهنی هستند، هنوز نمی‌توانند از بسیاری از مقاصد توریستی مهم دنیا بهره‌مند شوند. در این پژوهش سعی بر این است که تاثیر ابعاد تجربه افراد دارای ناتوانی که طیف گسترده‌ای از افراد جامعه ما را شامل می‌شود را بر وفاداری آن‌ها در اقامت در هتل‌ها مورد بررسی قرار دهیم. این پژوهش اشاعه دهنده صدای افراد دارای معلولیت می‌باشد و یافته‌های حاصله ارتباط ویژه‌ای با پژوهشگران، مدرسان، مدیران و کارکنان صنعت گردشگری خصوصا در شاخه هتلداری دارا می‌باشد.

#### ۴-۱. اهداف پژوهش

این مطالعه با تمرکز بر روی شناخت ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی اعم از معلولیت دائم و موقت، سالمندان، افراد چاق و خانواده‌های دارای فرزند نوزاد، در تلاش برای شناسایی رابطه آن با وفاداری این افراد در استفاده از خدمات اقامت در هتل است و در پی تحقق هدف کلی زیر می‌باشد:

بررسی تجربه افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها در استفاده از خدمات هتل‌ها

#### ۵-۱. سوالات پژوهش

ابعاد مختلف تجربه هتل افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها چه تاثیری دارد؟  
قیمت چگونه رابطه بین ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی و وفاداری آن‌ها را تعدیل می‌نماید؟

#### ۶-۱. فرضیه‌های پژوهش

ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها تاثیر دارد.  
قیمت رابطه بین ابعاد تجربه هتل افراد دارای ناتوانی و وفاداری آن‌ها را تعدیل می‌نماید.

#### ۷-۱. قلمرو پژوهش

قلمرو موضوعی پژوهش بررسی ابعاد مختلف تجربه هتل افراد دارای ناتوانی بر وفاداری آن‌ها می‌باشد. قلمرو مکانی پژوهش کشور پهناور ایران می‌باشد. همچنین طبق آمار اداره کل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری در حال حاضر در کشور ایران حدود ۱۱۰۰ هتل ۱ الی ۵ ستاره وجود دارد. گردشگران دارای ناتوانی که در این هتل‌ها اقامت داشته‌اند به عنوان جامعه پژوهش در نظر گرفته می‌شود. قلمرو زمانی پژوهش برای این پژوهش، حدودا ۱۵ ماه در نظر گرفته شده‌است، که از اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۶ آغاز و تا تابستان ۱۳۹۷ به اتمام خواهد رسید.