

عوامل مؤثر بر استقبال مردم تهران از طبیعت‌گردی (اکوتوریسم)

دکتر قاسم انصاری رنانی*

فرشاد جلالی**

چکیده

اکوتوریسم یکی از زیر بخشهای صنعت گردشگری است که از رشد سالانه ۳۰ درصدی برخوردار است و ایران با توجه به اینکه از لحاظ تنوع جاذبه‌های ممتاز طبیعی در بین پنج کشور برتر دنیا قرار دارد می‌تواند با توسعه اکوتوریسم داخلی و بین‌المللی هم به توزیع مجدد درآمدها در سطح کشور کمک نموده و هم موجبات جذب درآمدهای ارزی هنگفت را برای کشور فراهم نماید. تحقیق حاضر به بررسی و

* - دکترای مدیریت رفتار سازمانی عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

** - فارغ‌التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی از دانشگاه علامه طباطبایی

شناسایی عوامل مؤثر بر استقبال مردم تهران از اکوتوریسم در قالب دو دسته کلی از عوامل، یعنی عوامل انگیزشی درونی و عوامل مربوط به مقصدهای گردشگری پرداخته است. در این تحقیق پیمایشی، پرسشنامه میان ۵۰۰ نفر از اعضای جامعه (شهر تهران) در قالب نمونه توزیع گردید و با تحلیل پاسخهای آنها مهمترین عوامل مربوط به مقصد و عوامل انگیزشی داخلی مؤثر بر استقبال مردم و نیز ترجیحات آنها در ارتباط با نوع جاذبه طبیعی، نوع تسهیلات اقامتی و نوع منابع اطلاعاتی گردشگری شناسایی شدند. نتایج تحقیق نشان داد که از بین عوامل مربوط به مقصد، فقط توره‌های سازمان یافته در استقبال مردم از اکوتوریسم بی‌تأثیر هستند و در ضمن بین عوامل انگیزشی، گذران اوقات با دوستان و اعضای خانواده به عنوان انگیزه عمومی معرفی گردید.

کلید واژه‌ها: گردشگری، طبیعت‌گردی، اکوتوریسم، عوامل مربوط به مقصد، عوامل انگیزش درونی

مقدمه

احتمالاً می‌توان این‌گونه ادعا نمود که گردشگری تنها بخش خدماتی است که فرصت‌های مناسب برای تجارت را برای تمامی ملل جهان، فارغ از میزان توسعه یافتگی آنها، فراهم می‌آورد. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، گردشگری توانسته است که سهم به مراتب بزرگ‌تری در کسب درآمدهای ارزی این کشورها نسبت به سایر منابع صادراتی مانند محصولات نساجی، کشاورزی و البسه ایفا نماید، در عین حالیکه در این راه با موانع دست و پا گیر تجاری نیز چندان دست به گریبان نبوده است.

صنعت گردشگری پس از صنعت نفت و خودروسازی به عنوان سومین صنعت بزرگ در سطح جهان مطرح می‌باشد که سهم به سزایی در تولید ناخالص داخلی کشورها ایفا می‌نماید (Neto, 2003). گسترش اکوتوریسم در بین توریست‌های داخلی موجبات توزیع مجدد درآمدها و منابع مالی در بخش‌های برون شهری کشور که معمولاً از توسعه یافتگی کمتری برخوردار هستند را فراهم می‌آورد، در همین حال گسترش اکوتوریسم به عنوان یکی از جاذبه‌های توریستی کشور برای توریست‌های

بین‌المللی و جهانگردان می‌تواند سرمنشاء جذب درآمدهای ارزی سرشاری برای کشور شود.

در حالیکه توسعه و گسترش بسیاری از صنایع و کسب و کارهای درآمدزا و اشتغالزا مستلزم بهره‌گیری هنگفت از منابع مالی و زیرساختی است، بخشی از توریسم طبیعی که دارای بالاترین میزان رشد، یعنی چیزی در حدود ۳۰ درصد در سال است، فعالیت‌های غیرمصرفی را شامل می‌شود مثل، تماشای پرندگان و حیوانات وحشی، پیاده‌روی و کوه‌پیمایی، عکاسی و تحقیقات طبیعی و طیف وسیعی از سایر فعالیت‌ها که متمم‌من استفاده و مصرف نمودن منابع طبیعی نمی‌شوند. براساس گزارشی که توسط خبرگزاری میراث فرهنگی ایران (CHN) منتشر شده است، ایالات متحده آمریکا ۹۰۰ میلیون دلار درآمد از محل صنعت اکوتوریسم کسب نموده است که سهم عمده این درآمد از محل تورهای تماشای گونه‌های مختلف پرندگان نصیب این کشور شده است. این در حالی است که کشور ایران با دارا بودن ۵۰۲ گونه از ۲۱ گروه مختلف پرندگان جزء غنی‌ترین کشورها از این حیث قرار می‌گیرد. اما همین گزارش می‌افزاید که براساس اعلام اتحادیه آژانس‌های مسافرتی، به دلیل نبود تقاضای داخلی، تقریباً هیچ تور داخلی که مشخصاً به گردش برای تماشای پرندگان اختصاص یافته باشد، وجود ندارد و تعداد انگشت‌شماری از این تورها صرفاً برای پاسخگویی به تقاضای تعداد ناچیزی از گردشگران خارجی در حال حاضر فعال هستند. در این گزارش به نقل از یکی از مدیران تورهای مسافرتی بیان شده است که به سبب عدم اطلاع‌رسانی و بازاریابی مناسب، قریب به اتفاق گردشگران خارجی صرفاً برای بازدید از جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی به ایران مسافرت می‌نمایند و در ضمن گردشگران داخلی هم بیشتر ترجیح می‌دهند که به سفرهای زیارتی رفته و یا از مناطق ساحلی شمال ایران بازدید کنند. در حالیکه مناطق کوهستانی، بیابانی و جنگلی فراوانی در اقصی نقاط ایران وجود دارند که به دلیل عدم اطلاع‌رسانی مناسب، یا فراهم نکردن تسهیلات مناسب گردشگری، مورد اقبال گردشگران داخلی قرار نمی‌گیرد.

براساس آمار و اطلاعات منتشر شده توسط سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، ایران به ترتیب ۰/۰۹ درصد از تعداد کل گردشگران و ۰/۰۶ درصد از کل درآمدهای گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است، این در حالی است که با توجه به اینکه صنعت اکوتوریسم تنها ۷ درصد از صنعت گردشگری دنیا را تشکیل

می‌دهد، می‌توان به سادگی نتیجه گرفت که میزان درآمد ایران از محل صنعت اکوتوریسم بسیار ناچیز است، اما نکتهٔ حائز اهمیت آن است که نرخ رشد سالانهٔ صنعت اکوتوریسم در سطح جهان، بین ۱۰ تا ۳۰ درصد است که نشان می‌دهد که پتانسیل بسیار بالایی در این صنعت وجود دارد که می‌توان با برنامه‌ریزی منسجم از این ظرفیتها استفاده نمود (IRIB News, 2005). ضرورت مطالعهٔ عوامل مؤثر بر استقبال گردشگران از طبیعت‌گردی (اکوتوریسم) در ایران موقعی بیش از پیش مشخص می‌شود که بدانیم که بنابر گزارش خبرگزاری میراث فرهنگی ایران به ازای هر یک میلیارد دلار پولی که توسط گردشگران خارجی در ایران هزینه می‌شود، ۴/۲ میلیارد دلار توسط گردشگران ایرانی در کشورهای خارجی خرج می‌شود (Cultural Heritage News Agency, 2005). در عین حال این گزارش می‌افزاید که در حالیکه ۱۰ درصد نیروی کار دنیا در بخش گردشگری مشغول به کار هستند، تعداد شاغلان ایران در بخش گردشگری از ۵۰ هزار نفر تجاوز نمی‌کند. در ضمن با توجه به اینکه منابع و جاذبه‌های اکوتوریسم عمدتاً در مناطق کمتر توسعه یافته کشور تمرکز دارند، توسعهٔ نظام‌مند اکوتوریسم در این مناطق می‌تواند به توزیع عادلانه‌تر منابع مالی در نقاط مختلف کشور، اشتغالزایی و جلوگیری از مهاجرت بی‌رویهٔ ساکنان این مناطق به شهرهای بزرگ کمک شایان توجهی بنماید. در این بین شاهد این واقعیت هستیم که تحقیقات قابل توجهی در زمینهٔ سنجش سلايق و خواسته‌های اکوتوریست‌ها در کشور ما به عمل نیامده است. براساس آمار منتشر شده توسط سازمان جنگلها و مراتع در حال حاضر ایران دارای ۱۰ پارک ملی و ۴۱ منطقهٔ حفاظت شده می‌باشد، که این ویژگی‌ها در بین کشورهای خاورمیانه کاملاً ممتاز و متمایز می‌باشد و ایران را در زمرهٔ پنج کشور اول دنیا از نظر جاذبه‌های طبیعی قرار می‌دهد (مستوفی، ۲۰۰۲).

بنابراین می‌توان هدف تحقیق جاری را شناسایی عوامل مؤثر در افزایش میزان استقبال گردشگران داخلی از طبیعت‌گردی (اکوتوریسم) در ایران بیان نمود. شناسایی ترجیحات مردم در مورد نوع تسهیلات اقامتی نوع جاذبهٔ طبیعی و نوع منابع کسب اطلاعات گردشگری از جمله اهداف فرعی این تحقیق می‌باشند.

در این تحقیق ۱۴ سؤال اصلی وجود دارند که در پاسخ به آنها ۱۴ فرضیه هم مطرح می‌شوند، ۹ سؤال اول تحقیق تأثیرگذار بودن ۹ عامل مربوط به مقصدهای گردشگری را مورد پرسش قرار می‌دهد و ۵ سؤال دوم تأثیرگذار بودن ۵ عامل

انگیزشی درونی را در استقبال مردم از اکوتوریسم مورد سؤال قرار داده است. بنابراین فرضیات مطرح شده در این تحقیق در قالب دو گروه کلی قابل طبقه‌بندی خواهند بود:

فرضیات گروه اول: عوامل مربوط به مقصد، یعنی تسهیلات اقامتی، امنیت مناطق طبیعی، تسهیلات حمل‌ونقل عمومی، دسترسی به اطلاعات، هزینه مسافرت، وجود امکانات تفریحی و خدماتی، شرایط آب و هوایی، نوع جاذبه طبیعی، و وجود تورهای طبیعت‌گردی سازمان یافته در استقبال مردم از اکوتوریسم مؤثر هستند.

فرضیات گروه دوم: عوامل انگیزشی درونی، یعنی انگیزه یادگیری و کسب آگاهی از طبیعت، انگیزه داشتن فعالیت بدنی، گذراندن اوقات با خانواده و دوستان، انگیزه دیدار و آشنایی با افراد جدید، و انگیزه درمان، در استقبال مردم از اکوتوریسم مؤثر هستند.

مبانی نظری

چارچوب تحلیلی و نظری حاکم بر این بخش از صنعت گردشگری گویای مجموعه‌ای از اصول و نقطه نظرات تقریباً مشترک پیرامون ماهیت اکوتوریسم است. یکی از مدل‌های اصلی و پذیرفته شده توسط اکثر صاحب‌نظران، مبتنی بر توسعه مدلی از گردشگری است که دو ویژگی عمده آن کمک به حراست از محیط‌زیست و رساندن منافع اقتصادی ذی‌قیمت به جوامع محلی می‌باشد (Hall, 1994); (Goodwin, 1996); (Holden & Kealy, 1996). در مورد نظریات مطرح شده پیرامون ریشه‌شناسی^۱ واژه "اکوتوریسم" می‌توان به نوشته فیل (۱۹۹۹) اشاره داشت که می‌نویسد: حدود ۴۰ سال قبل، هتزر (۱۹۸۵) چهار ویژگی کلی را برای نوع مسئولانه‌تری از گردشگری مطرح نمود که عبارت بودند از: (۱) حداقل تبعات بر روی محیط‌زیست (۲) کمترین تبعات منفی و در عین حال حد اکثر احترام برای فرهنگ‌های بومی و محلی (۳) رساندن حد اکثر منافع اقتصادی به جوامع میزبان (۴) حداکثر رضایتمندی و لذت ناشی از تفریح و سیاحت برای گردشگران. البته باید اذعان داشت که آنچه امروز تحت عنوان اکوتوریسم خوانده می‌شود فاصله نسبی به ایده مطرح شده توسط هتزر در ۴۰ سال پیش دارد (Holden & et al. 2002).

با توجه به اینکه توافق جامع و فراگیری بر روی تعریف دقیق اکوتوریسم وجود ندارد و بین نظریه‌پردازان مختلف راجع به ویژگی‌های این نوع از گردشگری اجماع کامل وجود ندارد، یک چنین وضعیتی در مورد مجموعه ویژگی‌هایی که در مجموع شخصی تحت عنوان "اکتوریست" را تشکیل می‌دهد، نیز حاکم است. درست به همان دلیل که طیف وسیعی از محصولات و خدمات در بازار وجود دارند که می‌توان از آنها با عنوان کالاهای اکوتوریستی یاد کرد، ویژگی‌های شخصیتی و دموگرافیک گوناگون و نیز انگیزه‌های مختلف در بازار دیده می‌شود که باعث شده است که افرادی که در زمره اکوتوریست‌ها طبقه‌بندی می‌شوند، ترکیبی نامتجانس را تشکیل دهند (Wight, 2001).

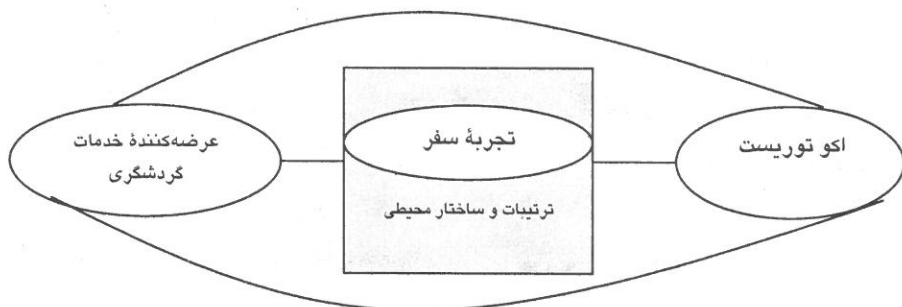
با وجود آنکه تحقیقات بسیاری راجع به عوامل مؤثر در رفتن گردشگران به مسافرت‌های اکوتوریستی صورت پذیرفته است، تقریباً می‌توان گفت که کمتر تحقیقی به بررسی عوامل انگیزشی درونی افراد پرداخته است. در مرور هفت تحقیق عمده توسط وایت (۲۰۰۱)، که در حوزه مطالعات اکوتوریستی مشهور بودند، وی دریافت که از بین ۷۰ متغیر مختلفی که در این تحقیقات به عنوان عوامل مؤثر بر رفتن گردشگران به سفرهای اکوتوریستی شناسایی شده‌اند، تنها ۲۵ مورد از این متغیرها به انگیزه‌های درونی افراد مربوط می‌شوند و سایر موارد به ویژگی‌ها و وجوه مشخصه مقصد ارتباط پیدا می‌کنند. در یکی دیگر از مرورهای قبلی بر روی تحقیقات حوزه اکوتوریسم که توسط ایگلز (۱۹۹۷) صورت پذیرفت، او تلاش کرد، بین مهمترین عوامل محرک بازدیدکنندگان در اقدام به سفرهای اکوتوریستی، با سایر شقوق و انواع گردشگری تمایز قائل شود. اگر چه در این بررسی نیز اکثر عوامل شناسایی شده به ویژگی‌های مقصد و نه انگیزه‌های درونی مربوط می‌شدند، او دریافت که "امکان انجام فعالیت‌های بدنی مفرح" و "یافتن افراد و دوستان جدید با علائق مشترک" در زمره مهمترین نیازهای درونی اکوتوریست‌ها به حساب می‌آید.

با وجود آنکه ما در مورد عناصر تشکیل‌دهنده اکوتوریسم و ویژگی‌های اکوتوریست دچار پیچیدگی‌ها و ابهام‌های تعریفی هستیم، اما یافته‌های تحقیقات بیانگر افزایش روزافزون تقاضا برای طبیعت‌گردی مبتنی بر بازدید و آشنایی از طبیعت‌های بکر و دست نخورده می‌باشد، این موضوع می‌تواند به عنوان یکی از فاکتورهای مهم در برنامه‌ریزی‌های آتی در توسعه اکوتوریسم و نیز برنامه‌های مربوط به مدیریت

زیست محیطی و حراست از منابع طبیعی و مناطق حفاظت شده منظور نظر قرار گیرد.

براساس یکی از مدل‌های عمومی و معروف، اکوتوریسم از چهار عنصر اساسی تشکیل شده است: عرضه‌کننده، ترکیبات و امکانات محیطی، تجربه و اکوتوریست. ترکیب این چهار عنصر سازنده اکوتوریسم خواهد بود. بسیاری از تحقیقاتی که تاکنون انجام شده است بر اکوتوریست‌ها تمرکز داشته است و طیف وسیعی از تحقیقات و مطالعات به تشریح اهمیت اکوتوریست در تعریف اکوتوریسم پرداخته‌اند. بر این اساس عناصر مشترک مرتبط با اکوتوریست که در تعریف اکوتوریسم ذکر می‌گردند عبارتند از:

- تجربه دست اول از برخورد با طبیعت
- قائل شدن اهمیت بیشتر و تماس نزدیکتر با حیات وحش، فرهنگ محلی و مسائل مربوط به حفظ و حراست از محیط‌زیست و منابع طبیعی
- بهره‌مندی از پدیده‌های طبیعی که تقریباً بکر و دست نخورده مانده‌اند.
- سطح بالایی از آمادگی برای مشارکت و؛
- کمک کردن به سلامت و کیفیت جاذبه‌های طبیعی (McDill & et al. 1999)



شکل ۱- عناصر تشکیل‌دهنده اکوتوریسم

منبع: (McDill & et al. (1999)

اکثر تحقیقاتی که در این حوزه صورت گرفته مستقیماً بر تجربه و ترتیبات و محیطی که این تجربه در آن شکل می‌گیرد تمرکز یافته‌اند. از منظر تجربه، اکوتوریسم معمولاً در برگیرنده موارد زیر است:

- سفر به مناطق طبیعی (Boyd, 1996); (Wight, 1993); (Orams, 1995)
- کمترین اثرات و تبعات بر روی مناطق مقصد (Williams, 1992); (Nelson,) (1994)
- تشویق و ترغیب به در پیش گرفتن اصول زیست‌محیطی (Boyd & Butler,) (1996)

تجربیات اکوتوریسم به درک بهتر و قائل شدن ارزش به مراتب بیشتر برای فرهنگ و تاریخ طبیعی و محیط‌زیست منطقه‌ای که مورد بازدید قرار می‌گیرد منتهی خواهد شد.

ساختار و سازمان اکوتوریسم در برگیرنده محیط‌زیست طبیعی، جوامع میزبان و تجهیزات و امکاناتی که در این فعالیت‌های توریستی به کار برده می‌شوند، می‌باشد. ساختارهایی که در این نوع گردشگری به کار برده می‌شوند اغلب تسهیلات اقامتی روستایی، کوره‌راهها، و جاذبه‌های طبیعی که باعث جلب توجه و درک بالاتر بازدیدکنندگان از منابع با ارزش طبیعی و تاریخی می‌گردند، را شامل می‌شوند. یکی از فاکتورهای کلیدی در مورد جوامع میزبان این مسئله است که آیا عرضه‌کنندگان خدمات اکوتوریسم بومی هستند یا خیر. عموماً عرضه‌کنندگان محلی خدمات اکوتوریسم به سبب جلوگیری از نشت منافع اقتصادی به خارج از اقتصاد منطقه، منافع بسیار بیشتر و با ارزش‌تری را نسبت به عرضه‌کنندگان غیربومی خدمات برای جوامع میزبان به ارمغان می‌آورند.

با توجه به ابهام و عدم توافق نظری که بر روی تعریف و آنچه تشکیل‌دهنده اکوتوریسم است، وجود دارد، تعجبی ندارد که اتفاق نظری بر روی ویژگی‌های "اکوتوریست" یا کسانی که تمایل به طبیعت‌گردی وجود نداشته باشد. با توجه به آنکه طیف وسیعی از محصولات در بازار وجود دارند که اصطلاحاً تحت عنوان کالاهای اکوتوریستی خوانده می‌شوند، طیف وسیعی از ویژگی‌ها و عوامل تأثیرگذار در استقبال از اکوتوریسم برای "اکوتوریست‌ها" قابل تصور هستند و بنابراین اکوتوریست‌ها یک گروه همگن را تشکیل نمی‌دهند (Wight, 2001). تحقیقات انجام شده در آمریکا نشان می‌دهند که کسانی که عمدتاً به مسافرت‌های اکوتوریستی تمایل

بیشتر نشان می‌دهند، افرادی دارای سطح تحصیلات بالاتر و دارای سطوح درآمدی بالاتر از میانگین هستند. البته با توجه به اینکه بسیاری از کالاهای اکوتوریستی دارای قیمت بالا هستند، این نتیجه‌گیری چندان تعجب‌برانگیز نمی‌باشد. در زمینه جنسیت، وایت (۲۰۰۱) معتقد است که میزان تمایل و مشارکت زنان در فعالیتهای طبیعت‌گردی بسیار بیشتر است و در عین حال نوع ترجیحات زنان و مردان در ارتباط با ویژگی‌های مقصد و نوع فعالیتهایی که مایلند در طول مسافرت طبیعت‌گردی خود داشته باشند، متفاوت است (Holden, 2002).

با توجه به مبانی نظری مطرح شده می‌توانیم عوامل مؤثر در استقبال گردشگران از اکوتوریسم را به طور کلی به دو گروه عوامل مرتبط با مقصد^۱ و عوامل انگیزشی درونی^۲ بازدیدکننده‌ها تقسیم‌بندی نمود که متغیرهای مختلفی در این بین می‌توانند در قالب این دو گروه اصلی عوامل جای بگیرند. مدل مفهومی این تحقیق با توجه به مبانی نظری و متغیرهای مؤثر شناخته شده در تحقیقات پیشین به صورت زیر خواهد بود. هدف این تحقیق شناسایی مهمترین عوامل مربوط به مقصد می‌باشد، در مدل مفهومی زیر نقش متغیرهای تعدیل‌کننده (سن، جنسیت و درآمد، میزان تحصیلات و وضعیت تأهل) نیز لحاظ شده است. شناسایی این عوامل می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های توسعه‌ای در مناطق طبیعی جذب‌کننده گردشگران نقش بسزایی داشته باشد.

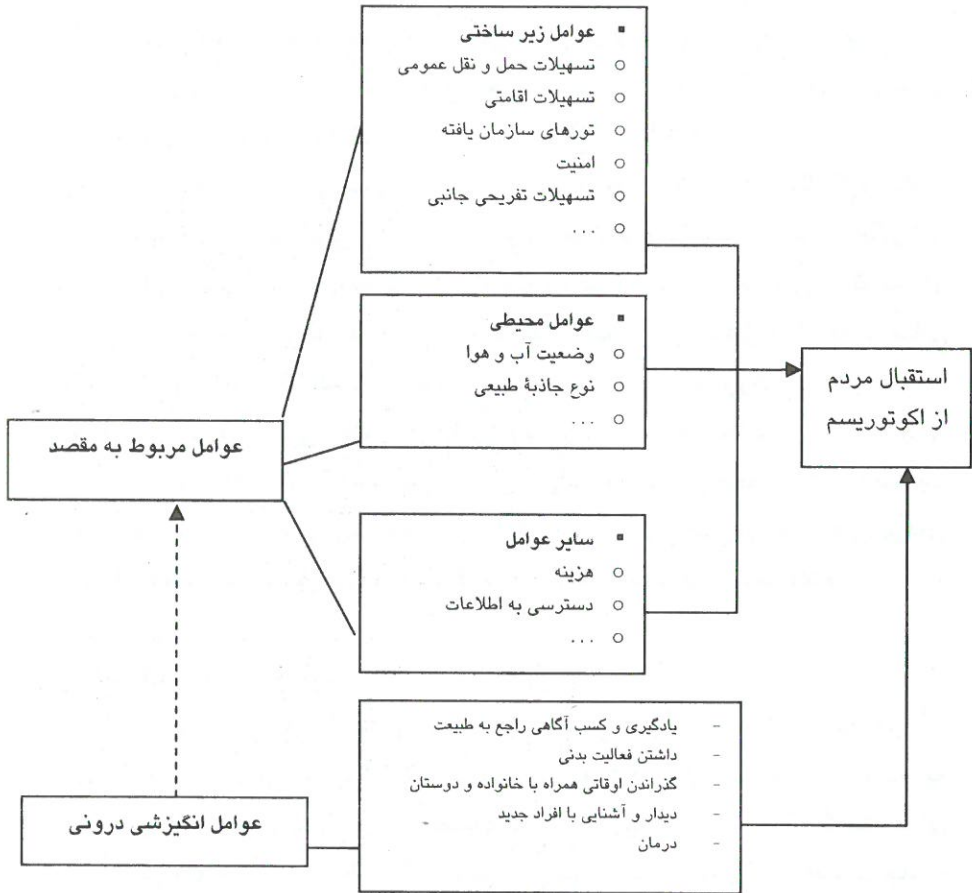
روش‌شناسی

این تحقیق با روش توصیفی از نوع پیمایشی انجام شده است که در آن پرسشنامه^{۱۵} سؤالی میان اعضای نمونه توزیع شد و پاسخهای داده شده به سؤالات پرسشنامه برای آزمون فرضیات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تعیین حجم نمونه ابتدا پرسشنامه به صورت پایلوت میان ۵۰ نفر از اعضای جامعه توزیع گردید، با تحلیل پاسخها با استفاده از نرم‌افزار SPSS آلفای کرونباخ پرسشنامه که نشاندهنده پایایی یا قابلیت اعتماد ابزار سنجش می‌باشد محاسبه شد که برابر با ۰/۸۵۹ می‌باشد که بیانگر پایایی مطلوب ابزار سنجش است، در ضمن واریانس نمونه (نمونه پایلوت ۵۰ تایی) محاسبه شد و در فرمول محاسبه حجم نمونه

1 -Destination Feature

2 -Intrinsic Motivations

قرار گرفت و بدین وسیله حداقل حجم قابل قبول نمونه برابر با ۴۶۱ مورد به دست آمد.



شکل ۲- مدل مفهومی

برای اطمینان بیشتر ۵۰۰ نفر به عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند که در این راه از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شد، به این صورت که ابتدا شهر تهران به عنوان قلمرو مکانی تحقیق به پنج ناحیه شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم شد سپس از داخل هر کدام از این نواحی یک منطقه بر اساس تقسیمات شهری انتخاب

شد و در داخل هر منطقه مجدداً دو محله انتخاب شد و با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس (سهل و راحت) افراد نمونه در داخل محلات شناسایی شدند تا پرسشنامه را تکمیل نمایند.

برای سنجش روایی پرسشنامه طراحی شده، از نظرات اساتید و خبرگان و نیز مقایسه پرسش‌ها با سؤالات پرسشنامه‌های دیگری که در تحقیقات مشابه استفاده شده است، بهره گرفته شد.

در پرسشنامه مورد استفاده در تحقیق، پرسش پانزدهم به کسب اطلاعات شخصی پاسخ‌دهندگان پرداخته و در آن مقیاس‌های رتبه‌ای سه مقوله‌ای برای سن، میزان تحصیلات و سطح متوسط درآمد ماهیانه خانواده استفاده شده است و از مقیاس دو مقوله‌ای اسمی برای پرسش پیرامون جنسیت و وضعیت تأهل استفاده شده است. برای ۱۴ سؤال دیگر پرسشنامه از مقیاس رتبه‌ای پنج مقوله‌ای لیکرت از "بسیار کم" تا "بسیار زیاد" استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

برای جمع‌آوری داده‌های اولیه، یک پرسشنامه ۱۵ سؤالی طراحی و میان ۵۰۰ نفر توزیع گردید. در مجموع ۴۶۸ مورد از پرسشنامه‌ها قابل تحلیل تشخیص داده شد و در محاسبات آمار توصیفی و استنباطی مورد استفاده قرار گرفت.

فراوانی اعضای نمونه در زیر گروه‌های جمعیت‌شناختی از این قرار است:

- ۶۰ درصد افراد نمونه مرد و تقریباً ۴۰ درصد زن بوده‌اند
- تقریباً ۶۰ درصد افراد مجرد و ۴۰ درصد متأهل بوده‌اند
- حدود ۶۵ درصد افراد زیر ۳۰ سال، ۲۴ درصد ۳۰ تا ۵۰ سال و حدود ۱۱ درصد افراد بالای ۵۰ سال داشته‌اند
- میزان تحصیلات حدود ۳۴ درصد افراد کمتر از دیپلم، حدود ۵۸ درصد افراد فوق‌دیپلم و لیسانس و تقریباً ۸ درصد افراد فوق لیسانس و بالاتر بوده است و؛
- متوسط درآمد ماهیانه خانواده ۲۲ درصد افراد کمتر از ۱۸۰ هزار تومان، ۴۸ درصد افراد ۱۸۰ تا ۴۰۰ هزار تومان و ۳۰ درصد افراد بالاتر از ۴۰۰ هزار تومان بوده است.

آزمون فرضیات اصلی

در جدول زیر آمار مربوط به تعداد پاسخ‌دهندگان، میانگین، انحراف معیار، و دامنهٔ پاسخهای داده شده به هر یک از پرسشهای پرسشنامه که به بررسی فرضیات اصلی تحقیق می‌پردازند، ارائه شده است.

جدول ۱ - تعداد پاسخ‌دهندگان، حداقل و حداکثر، میانگین و انحراف معیار پاسخها

سؤال پرسشنامه	فرضیه	تعداد پاسخ‌دهندگان	حداقل	حد اکثر	میانگین	انحراف معیار
Q6	اول	۴۶۱	۱	۵	۲/۶۵	۱/۰۴۱
Q5	دوم	۴۶۸	۱	۵	۴/۰۳	۰/۹۶۶
Q2	سوم	۴۶۵	۱	۵	۲/۳۵	۱/۱۷۴
Q11	چهارم	۴۶۵	۱	۵	۲/۵۶	۰/۹۷۰
Q8	پنجم	۴۶۱	۱	۵	۲/۶۹	۰/۹۸۸
Q9	ششم	۴۶۴	۱	۵	۲/۶۵	۰/۸۸۷
Q10	هفتم	۴۶۳	۱	۵	۲/۸۵	۰/۸۷۹
Q4	هشتم	۴۶۸	۱	۵	۲/۸۳	۰/۹۶۵
Q13	نهم	۴۶۰	۱	۵	۲/۰۸	۱/۱۳۲
Q14-1	دهم	۴۵۵	۱	۵	۲/۷۷	۱/۲۶۰
Q14-2	یازدهم	۴۵۳	۱	۵	۲/۰۳	۱/۱۲۷
Q14-3	دوازدهم	۴۵۹	۱	۵	۲/۷۶	۱/۱۶۸
Q14-4	سیزدهم	۴۵۶	۱	۵	۲/۰۰	۱/۲۵۸
Q14-5	چهاردهم	۴۵۲	۱	۵	۲/۱۴	۱/۲۳۷

برای آزمون فرضیات اصلی از آزمون آماری کای دو استفاده شده است که بر این اساس فرضهای آماری زیر مورد بررسی قرار می‌گیرند:

فراوانی مشاهده شده و فراوانی مورد انتظار یکسان هستند: H_0

فراوانی مشاهده شده و فراوانی مورد انتظار متفاوت هستند: H_1

در صورتیکه χ^2 محاسبه شده از طریق فرمول از χ^2 جدول بزرگتر باشد فرض H_1 پذیرفته می‌شود و با استفاده از تفاوت میان فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار، پذیرفته شدن و یا رد شدن فرضیهٔ تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به اینکه در تمامی ۱۴ فرضیهٔ اصلی تحقیق، χ^2 محاسبه شده از χ^2 جدول بزرگتر بوده است، فرض آماری H_1 پذیرفته شده است و با استفاده از تحلیل تفاوت فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار، در مورد رد یا قبول فرضیه‌های تحقیق تصمیم‌گیری شده است.

همانطور که پیشتر هم اشاره شد در این تحقیق پنج متغیر تعدیل‌کننده نیز مدنظر قرار گرفته‌اند که می‌بایست تأثیر هر یک از این متغیرها بر نحوه و میزان اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته سنجیده شود.

برای سنجش تأثیر متغیرهای تعدیل‌کننده بر نحوه و میزان تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، از آزمون کای دو بعدی استفاده شده است. بنابراین به ازای هر یک از فرضیات اصلی، علاوه بر آزمون اولیه، پنج آزمون دیگر هم برای سنجش تأثیر متغیرهای تعدیل‌کننده انجام می‌شود.

تأثیرگذار بودن وجود تسهیلات اقامتی مناسب بر استقبال مردم از طبیعت‌گردی (اکوتوریسم) با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر وجود تسهیلات اقامتی مناسب بر زنان و مردان یکسان است، حال آنکه وجود تسهیلات اقامتی مناسب برای افراد مجرد مهمتر از افراد متأهل می‌باشد. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که تأثیر وجود تسهیلات اقامتی مناسب بر افراد با سطوح تحصیلی مختلف یکسان می‌باشد، این در حالی است که نتایج تحقیق بیانگر آن است که افراد جوانتر نسبت به افراد مسن‌تر اهمیت بیشتری برای وجود تسهیلات اقامتی مناسب قائل هستند و افراد با سطوح درآمدی بالاتر نیز اهمیت بیشتری برای وجود تسهیلات اقامتی مناسب قائل هستند.

تأثیرگذار بودن امنیت مناطق طبیعی بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر امنیت مناطق طبیعی بر زنان و مردان یکسان است. این در حالی است که افراد مجرد نسبت به افراد متأهل اهمیت بیشتری برای امنیت قائل شده‌اند. نتایج همچنین نشان می‌دهد که تأثیر امنیت بر افراد با سطوح تحصیلی مختلف یکسان است. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که تأثیر امنیت مناطق طبیعی در استقبال افراد با سن کمتر بیشتر از افراد مسن می‌باشد و تأثیر امنیت مناطق طبیعی بر گروه‌های درآمدی مختلف یکسان است.

تأثیرگذار بودن وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی بین زنان و مردان یکسان است. این در حالی است که افراد مجرد نسبت به افراد متأهل اهمیت بیشتری برای وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی قائل شده‌اند. نتایج همچنین نشان می‌دهد که افراد با سطح تحصیلات فوق‌دیپلم و لیسانس اهمیت کمتری برای وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی قائل

هستند. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که تأثیر وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی بر استقبال افراد میانسال کمتر از افراد مسن و افراد کم سن و سال می‌باشد و تأثیر وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی بر گروه‌های درآمدی مختلف یکسان است.

تأثیرگذار بودن دسترسی به اطلاعات راجع به جاذبه‌ها و تسهیلات گردشگری بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که اهمیت دسترسی به اطلاعات راجع به جاذبه‌ها و تسهیلات گردشگری در مردان بیشتر از زنان است. در ضمن تأثیر دسترسی به اطلاعات راجع به جاذبه‌ها و تسهیلات گردشگری بر افراد مجرد بیشتر از افراد متأهل است. نتایج همچنین حاکی است که تأثیر دسترسی به اطلاعات راجع به جاذبه‌ها و تسهیلات گردشگری در بین افراد با سطوح تحصیلی مختلف یکسان است، همین موضوع در مورد گروه‌های سنی مختلف و نیز گروه‌های درآمدی مختلف صادق است.

تأثیرگذار بودن هزینه مسافرت بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. تحلیلها نشان می‌دهد که تأثیر هزینه مسافرت بر زنان و مردان یکسان است، حال آنکه تأثیر هزینه مسافرت بر افراد مجرد بیشتر از افراد متأهل است. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که تأثیر هزینه مسافرت بر افراد با سطوح تحصیلی مختلف یکسان است، اما آنچنانکه از نتایج بر می‌آید، تأثیر هزینه مسافرت بر افراد با سن کمتر از ۳۰ سال بیشتر از افراد میانسال و افراد مسن است. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که میزان تأثیر هزینه مسافرت بر افراد با درآمد بالاتر از ۴۰۰ هزار تومان کمتر از سایر گروه‌های درآمدی است.

تأثیرگذار بودن وجود تسهیلات و امکانات تفریحی و خدماتی جانبی بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. تحلیلها گویای آن است که تأثیر وجود امکانات و تسهیلات جانبی تفریحی و خدماتی بر زنان و مردان و نیز بر افراد مجرد و متأهل یکسان می‌باشد. همین موضوع در مورد افراد با سطوح تحصیلی مختلف و نیز گروه‌های سنی و درآمدی مختلف هم صادق است.

تأثیرگذار بودن شرایط آب و هوایی بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر شرایط آب و هوایی بر زنان و مردان و نیز بر افراد مجرد و متأهل یکسان است. در ضمن تأثیر شرایط آب و هوایی بر افراد گروه‌های سنی و نیز سطوح تحصیلی مختلف یکسان می‌باشد، این در حالی است که نتایج نشان می‌دهد که افراد با درآمد ۱۸۰ تا ۴۰۰ هزار تومان

کمترین اهمیت و افراد با سطح درآمدی بالاتر از ۴۰۰ هزار تومان بیشترین اهمیت را برای شرایط آب و هوایی قائل هستند.

تأثیرگذار بودن نوع جاذبه طبیعی بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر شرایط آب و هوایی بر زنان و مردان یکسان است، این در حالی است که نوع جاذبه طبیعی برای افراد مجرد مهمتر از افراد متأهل می‌باشد. در عین حال نوع جاذبه طبیعی به ترتیب برای افراد دارای تحصیلات بالاتر اهمیت بیشتری دارد. این در حالی است که نوع جاذبه طبیعی در استقبال افراد کم سن و سال تر از اکوتوریسم اهمیت بیشتری دارد. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که افراد با سطح درآمد بالاتر اهمیت بیشتری برای نوع جاذبه طبیعی قائل هستند.

تأثیرگذار بودن وجود توره‌های طبیعت‌گردی سازمان یافته بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار نگرفت. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر وجود توره‌های طبیعت‌گردی سازمان یافته بر زنان و مردان، افراد با سطوح تحصیلی مختلف و نیز گروه‌های مختلف سنی و درآمدی یکسان است، هر چند نتایج نشان می‌دهد که افراد متأهل در مقایسه با افراد مجرد اهمیت نسبتاً بیشتری را برای وجود توره‌های طبیعت‌گردی سازمان یافته قائل هستند.

تأثیرگذار بودن انگیزه یادگیری و کسب آگاهی راجع به طبیعت بر استقبال مردم از اکوتوریسم، با اطمینان ۹۵ درصد رد شد. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر انگیزه یادگیری و کسب آگاهی پیرامون طبیعت بر زنان و مردان، افراد مجرد و متأهل، افراد با سطوح تحصیلی مختلف و نیز گروه‌های مختلف درآمدی یکسان است، هر چند نتایج نشان می‌دهد که انگیزه یادگیری و کسب آگاهی راجع به طبیعت در استقبال افراد دارای سن کمتر از ۳۰ در مقایسه با سایر گروه‌های سنی تأثیر نسبتاً بیشتری دأرا می‌باشد.

تأثیرگذار بودن انگیزه داشتن فعالیت بدنی بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد رد شد. نتایج نشان می‌دهد که تأثیر انگیزه داشتن فعالیت بدنی بر استقبال مردم از اکوتوریسم در بین زنان و مردان، افراد مجرد و متأهل، افراد با سطوح تحصیلی مختلف و نیز گروه‌های مختلف سنی و درآمدی یکسان است،

تأثیرگذار بودن انگیزه گذراندن اوقات با خانواده و دوستان بر استقبال مردم از اکوتوریسم با اطمینان ۹۵ درصد تأیید شد. نتایج حاکی از آن است که تأثیر انگیزه

گذراندن اوقات با خانواده و دوستان در بین زنان و مردان یکسان می‌باشد، این در حالی است که تأثیر این انگیزه بر استقبال افراد مجرد در مقایسه با افراد متأهل، نسبتاً بیشتر است. در عین حال این انگیزه در بین افراد دارای سطح تحصیلی فوق‌دیپلم و لیسانس قویتر از افراد با تحصیلات دیپلم و کمتر از دیپلم و با تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر می‌باشد. در ضمن انگیزه گذراندن اوقات با خانواده و دوستان در بین افراد کمتر از ۳۰ سال قوی‌تر از سایر گروه‌های سنی می‌باشد. در ضمن انگیزه گذراندن اوقات با خانواده و دوستان در بین افراد با سطح درآمد بالاتر از ۴۰۰ هزار تومان نسبت به سایر گروه‌های درآمدی قوی‌تر است.

تأثیرگذار بودن انگیزه دیدار و آشنایی با افراد جدید بر استقبال مردم از اکوتوریسم فقط در بین افراد مجرد و نیز افراد با سن کمتر از ۳۰ سال با اطمینان ۹۵ درصد تأیید شد. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که تأثیر این انگیزه در مردان و زنان و نیز افراد با تحصیلات مختلف و گروه‌های درآمدی گوناگون یکسان است.

تأثیرگذار بودن انگیزه درمان بر استقبال مردم از اکوتوریسم فقط در بین افراد با سن بیشتر از ۵۰ سال با اطمینان ۹۵ درصد تأیید شد. در ضمن نتایج نشان می‌دهد که تأثیر این انگیزه بر افراد متأهل در مقایسه با افراد مجرد بیشتر است. در عین حال تأثیر انگیزه درمان در افراد با تحصیلات فوق‌لیسانس و بالاتر در مقایسه با افراد با سطح تحصیل دیپلم و پایین‌تر، و فوق‌دیپلم و لیسانس، بیشتر است. شایان ذکر است که براساس نتایج به دست آمده تأثیر انگیزه درمان بر زنان و مردان و نیز گروه‌های مختلف درآمدی یکسان می‌باشد.

نتایج سایر آزمونها

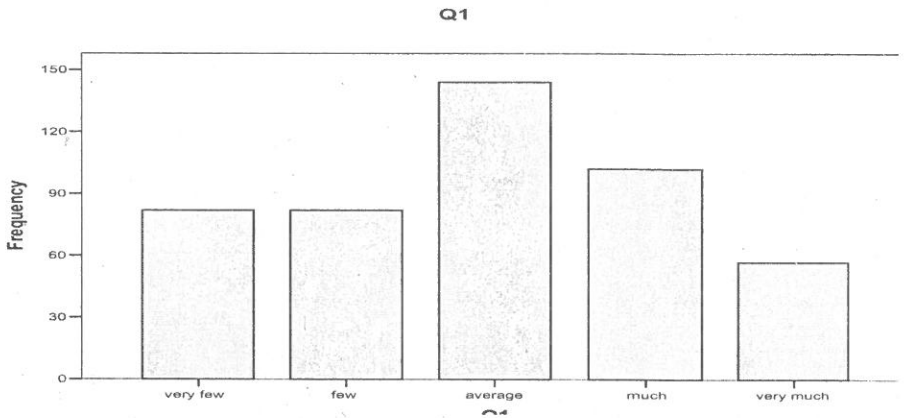
میزان استقبال مردم از اکوتوریسم

سؤال اول پرسشنامه تحقیق میزان مسافرت پاسخ‌دهندگان به مقصدهای اکوتوریسم را مورد پرسش قرار داده است تا تصویری از میزان استقبال مردم تهران از اکوتوریسم به دست‌آید. جدول زیر میانگین و انحراف معیار پاسخهای داده شده به این پرسش را نشان می‌دهد.

جدول ۲- میانگین، انحراف معیار، و حداقل و حداکثر پاسخ‌های داده شده به پرسش اول

سؤال پرسشنامه	تعداد پاسخ دهندگان	حد اقل	حد اکثر	میانگین	انحراف معیار
Q1	۴۶۷	۱	۵	۲/۹۴	۱/۳۵۹

میانگین پاسخهای داده شده به این پرسش نشان می‌دهد که میزان استقبال مردم از اکوتوریسم کمتر از حد متوسط می‌باشد نمودار زیر این واقعیت را بیشتر آشکار می‌سازد.



شکل ۳- نمودار میله‌ای فراوانی پاسخهای داده شده به پرسش اول

رتبه‌بندی ترجیحات مردم در مورد نوع جاذبه طبیعی

پرسش سوم پرسشنامه به سنجش ترجیحات پاسخ‌دهندگان راجع به نوع جاذبه طبیعی که برای مسافرت و گذراندن اوقات خود انتخاب می‌نمایند، پرداخته است. برای رتبه‌بندی ترجیحات مردم در ارتباط با نوع جاذبه‌های طبیعی می‌توان از آزمون آماری "فریدمن" استفاده نمود.

اگر R_i را رتبه داده آماری i ام فرض کنیم، فرضهای آماری این آزمون به صورت زیر نوشته می‌شود.

$$H_0 : R_1 = R_2 = R_3 = \dots = R_n$$

حداقل رتبه دو داده آماری با همدیگر متفاوت است: H_1

آمارهٔ آزمون از طریق رابطهٔ زیر محاسبه می‌شود:

$$\chi^2 = \frac{12}{nk(k+1)} \sum_{j=1}^k R_j^2 - 3n(k+1)$$

در صورتیکه χ^2 محاسبه شده از χ^2 جدول بزرگتر باشد فرض H_1 پذیرفته می‌شود و باید جدولی تشکیل یابد که رتبهٔ هر یک از گزینه‌ها مشخص گردد. بر این اساس جدول ترتیب اولویت ترجیحات مردم در مورد نوع جاذبهٔ طبیعی به شرح زیر ارائه می‌گردد.

جدول ۳- ترتیب ترجیحات افراد در مورد نوع جاذبه‌های طبیعی با توجه به میانگین رتبه‌ها

میانگین رتبه	نوع جاذبهٔ طبیعی
۲ / ۸۶	مناطق ساحلی کنار دریا
۲ / ۲۰	جنگلها و پارک‌های ملی
۲ / ۲۵	مناطق کوهستانی
۲ / ۵۵	آب‌های معدنی و چشمه‌های آب گرم
۲ / ۰۴	مناطق بیابانی و کویری

مشابه همین آزمون برای تک‌تک زیر گروه‌های جمعیت‌شناختی انجام گرفته و رتبه‌بندی ترجیحات آنها مشخص شد.

رتبه‌بندی ترجیحات مردم در ارتباط با نوع تسهیلات اقامتی گردشگری پرسش هفتم پرسشنامه به سنجش ترجیحات پاسخ‌دهندگان راجع به نوع تسهیلات اقامتی گردشگری که برای اقامت و گذراندن اوقات خود حین سفر انتخاب می‌نمایند، پرداخته است. برای رتبه‌بندی ترجیحات مردم در ارتباط با نوع تسهیلات اقامتی از آزمون آماری فریدمن استفاده شده است.

پس از محاسبه آمارهٔ آزمون جدول اولویت‌بندی ترجیحات مردم در مورد نوع تسهیلات اقامتی به صورت فوق به دست آمد. مشابه همین آزمون برای تکتک زیر گروه‌های جمعیت‌شناختی انجام گرفته و رتبه‌بندی ترجیحات آنها مشخص شد.

جدول ۴ — ترتیب ترجیحات افراد در مورد نوع تسهیلات اقامتی گردشگری با توجه به میانگین رتبه‌ها

میانگین رتبه	نوع تسهیلات اقامتی گردشگری
۲ / ۹۶	آپارتمان و ویلا
۲ / ۴۸	هتل
۲ / ۳۷	امکان برپا کردن چادر (کمپینگ)
۲ / ۰۹	مهمانسرا

رتبه‌بندی ترجیحات مردم در ارتباط با نوع منابع اطلاعاتی که برای کسب اطلاعات پیرامون مقصدها و جاذبه‌های گردشگری مورد استفاده قرار می‌دهند پرسش دوازدهم پرسشنامه به سنجش ترجیحات پاسخ‌دهندگان راجع به نوع منابعی که برای کسب اطلاعات پیرامون مقصدها و جاذبه‌های اکوتوریسم انتخاب می‌نمایند، پرداخته است. برای رتبه‌بندی ترجیحات مردم در ارتباط با نوع منابع اطلاعاتی می‌توان از آزمون آماری فریدمن استفاده نمود.

پس از محاسبه آمارهٔ آزمون جدول اولویت‌بندی ترجیحات مردم در مورد نوع تسهیلات اقامتی به صورت زیر به دست آمد.

جدول ۵ — ترتیب ترجیحات افراد در مورد نوع منابع اطلاعاتی با توجه به میانگین رتبه‌ها

میانگین رتبه	نوع منابع اطلاعاتی
۴ / ۷۷	دوستان و آشنایان
۳ / ۵۷	رادیو / تلویزیون
۳ / ۳۰	کتابچه‌های راهنمای گردشگری
۳ / ۲۶	نشریات و جراید
۳ / ۲۱	اینترنت
۲ / ۸۸	آژانس‌های خدمات مسافرتی

مشابه همین آزمون برای تکتک زیر گروه‌های جمعیت‌شناختی انجام گرفته و رتبه‌بندی ترجیحات آنها مشخص شد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

طبیعت‌گردی اگر به خوبی مدیریت شود می‌تواند به توسعه پایدار مقصدهای اکوتوریسم منتهی شده و ضمن به ارمغان آوردن منافع قابل توجه اقتصادی، ایجاد اشتغال، ارتقاء کیفیت زندگی مردم جوامع محلی و طیف وسیعی از منافع و فواید دیگر، حداقل تبعات منفی را برای محیط‌زیست، و ساختار فرهنگی و اجتماعی جامعه میزبان به بار آورد.

مخاطبان اصلی این تحقیق و نتایج حاصل از آن متولیان و مسئولان سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری در سطح کلان کشور می‌باشند. براین اساس و با توجه به نتایج به دست آمده در این تحقیق پیشنهادات زیر ارائه می‌شود.

▪ با توجه به اینکه این تحقیق نشان می‌دهد که وجود تسهیلات اقامتی مناسب در استقبال گردشگران از طبیعت‌گردی تأثیر دارد، باید تدابیر لازم برای احداث تسهیلات اقامتی مطلوب همراه با معیارهای زیست محیطی در دستور کار قرار گیرد تا هم اقامت شبانه گردشگران در مناطق طبیعی تشویق شود و هم از استقرار و اقامت سازمان نیافته افراد در دل مناطق طبیعی که تبعات زیست‌محیطی مخرب به بار می‌آورد، جلوگیری شود.

▪ نتایج حاکی از آن است که در رتبه‌بندی ترجیحات مردم در مورد نوع تسهیلات اقامتی، آپارتمان و ویلا در صدر ترجیحات افراد قرار می‌گیرند، و این موضوع در مورد مردان و زنان، افراد مجرد و متأهل، افراد با سطوح تحصیلی گوناگون و گروه‌های سنی و درآمدی مختلف، یکسان است. این مسئله نشان می‌دهد که احداث آن دسته از تأسیسات اقامتی که ماهیت مستقل و مجموعه کامل امکانات را دارا می‌باشند (مانند ویلا و آپارتمان)، می‌بایست بیشتر در دستور کار قرار گیرند. این رتبه‌بندی در ضمن نشان می‌دهد که مهمانسراها که جزء تسهیلات اقامتی ارزان قیمت طبقه‌بندی می‌شوند، کمتر مورد علاقه افرادی هستند که مایل به مسافرت به مناطق طبیعی می‌باشند.

▪ بر اساس نتایج به دست آمده مشخص گردید که مناطق ساحلی همچنان به عنوان مهمترین جاذبه‌های طبیعی مورد توجه طبیعت‌گردان قرار دارد، با توجه به این مسئله

که هر ساله تعداد بی‌شماری از گردشگران داخلی برای برخورداری از موهبت‌های طبیعی شمال ایران و دیدار از سواحل دریای خزر به این مناطق سفر می‌کنند، خطر تخریب تدریجی این طبیعت‌های زیبا به علت استفاده بیش از حد ظرفیت تحمل آنها، به شدت حس می‌شود، بر این اساس توجه به توسعه تسهیلات گردشگری و امکان دسترسی به سواحل جنوبی ایران به خصوص در فصل زمستان که این مناطق از آب و هوای مساعدی برخوردار هستند، می‌بایست در دستور کار قرار گیرد.

▪ نتایج نشان می‌دهد که انگیزه درمان بیماریها با استفاده از طبیعت که امروزه به شدت مورد توصیه پزشکان و روانپزشکان قرار دارد، و از آن با عنوان "درمان مبتنی بر طبیعت" نام برده می‌شود، تنها در بین افراد با سن بالای ۵۰ سال به عنوان یک انگیزه درونی برای سفر به مناطق طبیعی طرفدار دارد، حال آنکه امروزه "تئوری درمان مبتنی بر طبیعت" تلاش می‌نماید که دید افراد را نسبت به طبیعت‌گردی به عنوان یک تفریح صرف، به سمت دید درمانی و ایجاد اثرات مثبت روان‌شناختی در افراد با سنین گوناگون تغییر دهد (Burns, 1998). بنابراین انجام فعالیت‌های اطلاع‌رسانی عمومی برای تقویت انگیزه‌های درمان بیماریهای جسمی و ناراحتی‌های روحی در بین افراد با سنین گوناگون، می‌تواند موجبات توسعه و گسترش اکوتوریسم را در مناطق طبیعی در سراسر کشور، فراهم آورد.

▪ نتایج تحقیق نشان می‌دهد که امنیت مناطق طبیعی در استقبال مردم از اکوتوریسم تأثیر دارد، اندیشیدن تدابیر لازم برای ارتقاء امنیت مناطق طبیعی برای گردش و اقامت‌های شبانه می‌تواند از اولویت‌ها باشد، یک راهکار پیشنهادی این است که تعداد و وسعت مناطق طبیعی حفاظت شده، جنگلها و پارکهای ملی افزوده شود، این کار هم کنترل زیست محیطی جاذبه‌های طبیعی را میسر می‌سازد و هم اعمال تدابیر امنیتی را آسانتر می‌سازد.

▪ نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان دسترسی به اطلاعات پیرامون جاذبه‌ها، تسهیلات و خدمات گردشگری را در استقبال از اکوتوریسم مؤثر ارزیابی نموده‌اند. با توجه به منابع اطلاعاتی که پاسخ‌دهندگان به آنها اشاره نموده‌اند می‌بایست تدابیری اندیشیده شود که اطلاعات لازم از طریق منابع مورد علاقه مخاطبان در اختیار آنها قرار گیرد، اما نکته مهم دیگر آن است که منابع اطلاعاتی چون بروشورها و کتابچه‌های راهنمای گردشگری، اینترنت و آژانس‌های مسافرتی که در کشورهای پیشرفته جزء مهمترین منابع انتشار اطلاعات گردشگری هستند، در

کشور ما از اهمیت چندانی برخوردار نیستند، قطعاً تقویت جایگاه این منابع اطلاعاتی می‌تواند به توسعه گردشگری به صورت عام و اکوتوریسم به طور خاص منجر شود.

▪ نتایج تحقیق نشان می‌دهد که وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی جزء عوامل تأثیرگذار در استقبال گردشگران از طبیعت‌گردی است، که این موضوع اهمیت فراهم آوردن تسهیلات و امکانات حمل‌ونقل عمومی را توسط دستگاه‌های ذیربط روشن می‌سازد، توسعه تسهیلات حمل‌ونقل عمومی مناسب می‌تواند باعث جلوگیری از استفاده بی‌رویه گردشگران از خودروهای شخصی که آلوده‌ساز هوا و محیط‌زیست هستند گردد، نکته حائز اهمیت دیگر در نتایج به دست آمده در این تحقیق این است که تأثیر وجود تسهیلات حمل‌ونقل عمومی در استقبال افراد میانسال از اکوتوریسم تأیید نشده است، این می‌تواند خود هشدار باشد که این افراد خودروهای شخصی خود را به عنوان وسیله نقلیه مسافرتی برگزینند و موجبات آلودگی هوا، صدمه به محیط‌زیست و سنگینی بار ترافیک در مناطق طبیعی که امکانات پارکینگ و تردد به حد کافی در آنها مهیا نیست را فراهم آورند.

▪ یکی دیگر از نتایج به دست آمده در این تحقیق نشان می‌دهد که وجود تورهایی طبیعت‌گردی سازمان یافته در استقبال مردم از اکوتوریسم تأثیر ندارد، حضور گردشگران در قالب تورهایی سازمان یافته در مناطق طبیعی می‌تواند امکان اعمال کنترل بیشتر بر نحوه رفتار گردشگران و پیشگیری از رفتارهایی که امکان آسیب زدن به محیط‌زیست طبیعی محلی و یا لطمه به بافت اجتماعی و فرهنگی جامعه میزبان را فراهم می‌آورند را افزایش دهد. بنابراین تقویت تورهایی اکوتوریسم و فراهم آوردن زمینه‌ای که افراد استفاده از این تورها را بر مسافرت به صورت مستقل ترجیح دهند، می‌تواند یک گام مثبت در جهت توسعه پایدار اکوتوریسم در مناطق مختلف کشور باشد.

▪ نتایج تحقیق به وضوح آشکار می‌سازد که میزان استقبال مردم از اکوتوریسم کمتر از سطح متوسط می‌باشد، جالب آنکه این وضعیت حتی در مورد طبقات اجتماعی دارای سطح تحصیلات و درآمد بالای جامعه نیز صادق است، بنابراین لزوم انجام فعالیت‌های ترویجی در زمینه گسترش اکوتوریسم در سطح کشور می‌تواند به رونق بیشتر صنعت اکوتوریسم در ایران منتج گردد.

▪ یکی دیگر از نتایج به دست آمده از این تحقیق آن است که وجود تسهیلات و امکانات تفریحی و خدماتی جانبی در استقبال گردشگران از اکوتوریسم تأثیر دارد، این موضوع می‌تواند هم برای فعالان بخش خصوصی مهم باشد تا با بررسی بیشتر به نوع خدماتی که گردشگران طبیعت‌گرد در حین سفر به آنها نیازمندند، پی ببرند و هم می‌تواند برای متولیان و سیاست‌گذاران صنعت گردشگری در سطح کلان مهم باشد تا با زیر نظر گرفتن روند توسعه این امکانات در مناطق طبیعی، از بروز تبعات منفی زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه اینگونه تأسیسات پیشگیری نمایند.

منابع و مأخذ

منابع فارسی

- سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه (۱۳۸۳) "روش‌های تحقیق در علوم رفتاری"، چاپ نهم، مؤسسه انتشارات آگاه، تهران
- صالحی صدقیانی، جمشید، ابراهیمی، ایرج (۱۳۸۱) "تحلیل آماری پیشرفته"، چاپ اول، نشر هوای تازه، تهران

منابع لاتین

- Burns, George, (1998), "**Nature Guided Therapy**", Psychology Press (UK), Second Edition.
- Boyd, Stephen W. and Richard W. Butler, (1996), "**Managing Ecotourism : An Opportunity Spectrum Approach**", Tourism Management 17 (8) : 557-566.
- Cultural Heritage News Agency (2005), "**Statistics Point to Iran's Long Way Toward Tourism Ideals**", retrieved from CHN's website (www.chn.ir), on November 6th 2005
- Eagles, Paul, F. J. (2001), "**International Trends in Park Tourism**", EUROPAC 2001, Final Research Report.
- Eagles, Paul F. J. (1997), "**International Ecotourism Management : Using Australia and Africa as Case Studies**", Paper prepared for the IUCN World Commission on Protected Areas, Protected Areas in the 21st Century : From Islands to Networks..
- Goodwin, H.J., Kent, I.J., Parker, K. and Walpole, M.J. (1996), "**Tourism, Conservation and Sustainable Development : Volume I, Comparative Report**", Canterbury : Durrell Institute of Conservation and Ecology, University of Kent.
- Holden, Andrew & John Sparrowhawk (2002), "**Understanding the Motivations of Eco tourists : The case of Trekkers in Annapurna, Nepal**", International Journal of Tourism Research, Volume 4, pp 435-446.
- IRIB News (2005), "**Iran's share of tourism at 0.06 percent**", retrieved from IRIB News website (www.iribnews.ir) on November 6th 2005

- McDill, Marc, Gabriela, Silva, James, Finley, Jonathan, Kays (1999), **"Promoting Ecotourism on Private Lands"**, Final Report, Submitted North East Regional Center for Rural Development.
- Mostofi, Nasrollah, (2002), **"Regulation of Ecotourism : Institutional responsibilities and frameworks within specific context of Iran"**, presentation in Asia-Pacific Ministerial Conference on Sustainable Development of Ecotourism, Male, Maldives, 11-13 February 2002, pp 1-1.
- Nelson, J. Gordon. (1994), **"The Spread of Ecotourism : Some Planning Implications"**, Environmental Conservation, Vol 21(3), pp : 248-255..
- Neto, Frederico (2003), **"A New Approach to Sustainable Tourism Development – Moving Beyond Environmental Protection"**, DESA Discussion Paper No. 29, DESA Discussion Paper Series, United Nations.
- Orams, Mark B. (1995), **"Towards a more desirable form of ecotourism"**, Tourism Management No. 16(1) : 3-8.
- Tavassoli, Kamran (2002), **"Linking Green Productivity to Ecotourism-Experiences in Asia Pacific Region "**, Asian Productivity Organization Tokyo, Chapter 12, "Ecotourism in Iran" pp : 104 - 108.
- Wight, P. A. (1993), **"Sustainable Tourism : Balancing Economic, Environmental, and Social Goals within an ethical framework"**, Journal of Tourism Studies, No 4.
- Wight, P. (2001). **"Ecotourists : Not a Homogeneous Market Segment."**, The Encyclopedia of Ecotourism, edited by D. B. Weaver. Oxon, UK : CABI, pp : 37-62.
- Williams, Peter W. (1992), **"A local Framework for Ecotourism Development"**, Western Wildlands. Fall, pp : 14-19.

