

## تقاضای بوم‌گردی استان گیلان با تأکید بر عوامل اجتماعی و اقتصادی<sup>۱</sup>

مهدی حسام<sup>۲</sup>، استادیار گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان

حسن اروجی، دانش‌آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی

مهدی چراغی، دانش‌آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

پذیرش: ۹۸/۴/۳۱

ارجاع جهت اصلاحات: ۹۷/۹/۲۴

دریافت: ۹۷/۴/۱۸

### چکیده

بوم‌گردی به عنوان یکی از اشکال گردشگری در سالهای اخیر مورد توجه بسیار زیادی قرار گرفته است. یکی از موضوعات مهم در بوم‌گردی، شناخت و تبیین وضعیت تقاضا است. در این رابطه، تقاضای گردشگری معمولاً در ارتباط با بازار گردشگری سنجیده می‌شود و بازار گردشگری عمدتاً مرتبط با منطقه گردشگرفرست و خصوصیات و ترجیحات نمایندگان آن‌ها است. با توجه به اهمیت این موضوع در توسعه بوم‌گردی، در این تحقیق به بررسی وضعیت تقاضای بوم‌گردی استان گیلان پرداخته شده است. مطالعه حاضر از نوع تحلیلی است و گردآوری داده‌ها به روش پیمایشی از طریق فرایند پرسشنامه تقاضای بوم‌گردی و انجام مصاحبه‌ها و گفتگو و مشاهدات میدانی انجام گرفته است. جامعه آماری، کلیه گردشگران ورودی به استان گیلان می‌باشند که تعداد ۳۸۴ نفر نمونه آماری از طریق فرمول کوکران و به روش نمونه‌گیری در دسترس، جهت بررسی انتخاب شدند. جهت تحلیل داده‌های به دست آمده حاصل از پرسشنامه، از آزمونهای آماری ویلکاکسون، دوجمله‌ای و تی و روش اولویت-بندی کوپراس استفاده شد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که نقش جاذبه‌های زمین گردشگری مانند سواحل و مناطق جنگلی در انگیزه برای سفر حال حاضر و آینده گردشگران به استان گیلان بسیار مهم است. اما هدف تعداد زیادی از گردشگران از سفر به چنین جاذبه‌هایی، صرفاً برای تفریح و آرامش بوده و کمتر انگیزه‌های بوم‌گردی در آنها دیده می‌شود. همچنین خدمات بوم‌گردی و اسکان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، چندان در مسافرت گردشگران تأثیرگذار نبوده و انگیزه زیادی برای آنها ایجاد نکرده است.

**کلیدواژه‌ها:** تقاضا، انگیزه، گردشگری، بوم‌گردی، استان گیلان

۱- این مقاله با حمایت استانداری استان گیلان انجام شده است.

۲- نویسنده مسئول،

## مقدمه

بوم‌گردی<sup>۱</sup>، شکل جدید و متفاوتی از طبیعت‌گردی و ماجراجویی است که حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی محلی را از طریق بهبود رفاه جامعه محلی دنبال می‌کند. بدیهی است که گسترش گردشگری به نواحی طبیعی حساس همراه با فقدان مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب، می‌تواند تهدیدی برای یکپارچگی اکوسیستم‌ها و فرهنگ‌های محلی باشد (سرا<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). بوم‌گردی در نواحی خاصی می‌تواند شرایط زیر را فراهم نماید: نخست این‌که، سرمایه‌گذاری‌ها برای حفاظت از اکوسیستم و مدیریت زیست‌محیطی؛ دوم، محصولات جنبی اقتصادی برای ساکنین محلی؛ سوم حمایت و پشتیبانی برای حفاظت زیست‌محیطی توسط اجتماعات محلی (لیندبرگ و هاوکینس<sup>۳</sup>، ۱۹۹۳). یکی از چالش‌ها و مباحث مهم در حوزه بوم‌گردی، سنجش تقاضای بوم‌گردی است. تخریب محیط‌زیست و منابع طبیعی و همچنین افزایش فشار صنعتی و اقتصادی بر زندگی انسان، بر انگیزه بشر برای زندگی در میان طبیعت و عوارض طبیعی تأثیر به‌سزایی گذاشته (سای لیونگ<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰) و تقاضا را برای گردشگری محیط‌های طبیعی و زمین‌شناختی افزایش داده است (هادزیک<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). جهت برنامه‌ریزی صحیح و ایجاد سیاست‌های درست در حوزه گردشگری، محققان گردشگری باید انواع و حجم گردشگران و تقاضای گردشگری منطقه خود را ارزیابی کنند (گوه<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲). به منظور سنجش وضعیت تقاضای بوم‌گردی ضرورت دارد تا مجموعه‌ای از انگیزه‌های اصلی سفر گردشگران به یک منطقه در زمان حال و آینده بررسی شده و تفاوت بین این عوامل تحلیل شود. با بررسی تقاضا، ضمن بخش‌بندی بازار بوم‌گردی یک منطقه، عوامل مؤثر بر بازار گردشگری و عناصر بازاریابی شناخته شده و با ترکیب عوامل عرضه و تقاضا در کنار مبحث تطبیق محصولات گردشگری با بازار گردشگری، می‌توان برنامه‌ریزی و الگوی مناسبی جهت توسعه یک منطقه بوم‌گردی ارائه داد.

استان گیلان به عنوان یکی از مقصدهای اصلی گردشگری در ایران، همواره مورد توجه بسیاری از طبیعت‌گردان بوده است. وجود توانهای بالا در حوزه زیستگاه‌های طبیعی، نشان‌دهنده سرمایه‌های مهم این استان در توسعه بوم‌گردی و گردشگری و جذب افراد مختلف در حوزه فعالیت‌های گردشگری و اشتغال و

---

1. Ecotourism  
 2. Serra  
 3. Lindberg and Hawkins  
 4. Sai-leung  
 5. Hadzic  
 6. Goh

کارآفرینی است. بنابراین ضرورت انجام پژوهش در حوزه بوم‌گردی بر تأکید عوامل عرضه و تقاضا به منظور ارائه چشم‌انداز مطلوب، محسوس است. سنجش وضعیت تقاضای بوم‌گردی می‌تواند در تعیین گونه‌های مختلف گردشگران، طیف‌های مختلف گردشگر، نقش آژانسها و واسطه‌ها، نقش مشارکت مردمی و نقش دولت و همچنین سیستم و شبکه‌های کارآفرینی در توسعه بوم‌گردی مؤثر باشد. به منظور ارائه برنامه‌ریزی مطلوب توسعه بوم‌گردی در استان گیلان ضرورت دارد تا عوامل و انگیزه‌های مؤثر بر تقاضای بوم‌گردی تعیین و تحلیل شود. بر همین اساس مهمترین سؤالات پژوهش به شرح زیر است:

- ۱- مهمترین انگیزه‌های گردشگران از سفر به فضاهای بوم‌گردی استان کدام است؟
- ۲- چه عوامل و انگیزه‌هایی در مسافرت احتمالی گردشگران به این استان در آینده می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد؟

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در چارچوب توسعه پایدار، نظریه گردشگری پایدار مطرح می‌شود. همچنین باید بر نظریه تبادل اجتماعی تأکید کرد. نظریه تبادل اجتماعی، تعامل میان فردی را بر مبنای سود و زیان آن برای هر شیوه احتمالی تعامل، تحلیل می‌کند. این نظریه به همکاری و مشارکت بخش‌های مختلف این سازمان با هدف کسب منافع متقابل اشاره دارد و بر عمل متقابل بنا شده است. بر طبق نظر آقای هومان، مردم به دنبال یک تعادل اصولی بین سود و هزینه هستند، نه حداکثر کردن سود از طریق هزینه‌های دیگران (اروجی؛ ۱۳۹۶ به نقل از هومان<sup>۱</sup>، ۱۹۵۸). یکی از مهمترین دیدگاه‌های مرتبط با پژوهش، نظریه گونه‌شناسی گردشگری است. کوهن<sup>۲</sup> (۱۹۸۸)، گردشگران ورودی به مقصد تفرجگاهی در مراحل مختلف توسعه را در چهار نوع افراد سرگردان، کاوشگران، گردشگران انبوه به صورت انفرادی، گردشگران انبوه (به صورت گروهی و سازماندهی شده) طبقه‌بندی می‌کند (بیتون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶). پلاگ با مطالعه شخصیت‌های گردشگران ورودی به مقصدهای گردشگری، گونه گردشگران را در مراحل مختلف توسعه ارائه نمود. او به مانند کوهن، نوع مسافران را به عنوان وجه مشخصه هر فاز توسعه مقصد تفرجگاهی مد نظر قرار داد. همچنان باید به نظریه انگیزه‌های گردشگری اشاره کرد. انگیزه‌های گردشگری، یکی از مهمترین عوامل در تقسیم‌بندی و مدیریت گردشگری است. در یک تقسیم‌بندی می‌توان نظریه‌های گردشگری را بر مبنای محرکها و

1. Homans  
2. Cohen  
3. Beeton

انگیزه‌های جذب به سه دسته تقسیم کرد. دسته اول، آن دسته از نظریه‌ها را شامل می‌شود که به وجود عواملی در خود افراد اشاره می‌کنند که باعث سفر افراد به مقصد خاصی می‌شوند، این عوامل بیشتر عوامل روانشناختی هستند؛ دسته دوم، شامل نظریه‌هایی می‌شوند که به وجود عواملی در مبدا اشاره دارند و باعث سفر افراد به مقصد خاصی می‌شود و دسته سوم، نظریه‌هایی هستند که به وجود محرک و عواملی در مقصد اشاره دارند که باعث سفر افراد به آن مقصد خاص می‌شوند مانند نظریه سسله مراتب نیازهای مازلو (اروجی؛ ۱۳۹۶).

در یک سیستم گردشگری، عوامل عرضه و تقاضا، هدایت‌گر و تعیین‌کننده کیفیت عوامل و فرایندهای گردشگری هستند و شناخت قوانین حاکم بر عرضه و تقاضا و همچنین شرایط تعادل در بازار، نقش مهمی در تولید محصولات گردشگری مطلوب و بخش‌بندی بازار گردشگری، از جمله زمین گردشگری خواهد داشت (بورگر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱). از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری می‌توان به میزان درآمد گردشگران، ویژگی‌های سنی، جنسی و تحصیلی گردشگران، نوع علایق و انگیزه‌ها، وضعیت اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ناحیه تولید گردشگر، میزان دسترسی به اطلاعات مقصد گردشگری (یاپ و آلن<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱)، خدمات مسافرتی، نقش تبلیغات و رسانه‌ها، محدودیت‌های مقصد و مبدأ گردشگری، امنیت، بازار هدف گردشگری، قوانین و مقررات مبدأ و مقصد گردشگری، سطح توسعه خدمات و زیرساخت‌ها، شرایط اقلیمی، میزان استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری (ساندی<sup>۳</sup>، ۱۹۷۸ و سان<sup>۴</sup> و همکاران، ۱۹۹۱). تجربه‌های ملموس (سان و همکاران، ۱۹۹۱) و غیرملموس گردشگری، سبک زندگی، نگرش دیدگاه‌ها و ادراک (یاپ و آلن، ۲۰۱۱)، شرایط آب و هوا (سولیداد<sup>۵</sup>، ۲۰۱۲)، تعداد گردشگران ورودی به مقاصد گردشگری، هزینه‌های گردشگران (ساندی، ۱۹۷۸)، مدت زمان بازدید گردشگران، الگوهای فصلی گردشگری (گارین مونوز و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۰۷) و غیره اشاره کرد. در این میان تصویر ذهنی یا وجهه گردشگری نیز یکی از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری است. وجهه استنباط شده مجموعه باورها، عقاید و نظرانی است که یک فرد از یک مقصد دارد (رنجبریان و قنبری، ۱۳۸۶).

---

1. Burger  
2. Yap & Allen  
3. Sunday  
4. Sun et al  
5. Soledad  
6. Garin-munoz

در سالهای گذشته مطالعاتی در ارتباط با بوم‌گردی و تأکید بر تقاضای آن انجام شده است. در سطح بین‌المللی ساندی<sup>۱</sup> (۱۹۷۸) به بررسی نقش هزینه‌های گردشگری در میزان تقاضای و میزان سفرهای خارجی در امریکا پرداخته است و برای این کار از تحلیل‌های رگرسیونی استفاده کرده است. در بررسی تقاضای گردشگری، مارتین و ویت<sup>۲</sup> (۱۹۸۸)، به بررسی دو شاخص هزینه‌های گردشگران در تقاضای بوم‌گردی می‌پردازد. هزینه‌های گردشگران شامل هزینه‌های حمل و نقل و هزینه‌های زندگی در مقصد گردشگری خواهد بود. مورلی<sup>۳</sup> (۱۹۹۲)، اقدام به تدوین مدلی در حوزه تقاضای گردشگری نموده است. نویسنده به این نکته اشاره می‌کند که مدل جدید علاوه بر شاخص دو مرحله‌ای تصمیم به سفر همراه با انتخاب تور، شاخص زمان و میزان بودجه را نیز در نظر گرفته و آنها را باهم ترکیب می‌کند. جامپول و مهتا<sup>۴</sup> (۲۰۰۴) به بررسی ویژگی‌ها و کارکردهای خانه‌های بوم‌گردی پرداختند. تأکید اصلی نویسندگان بر شناسایی چالشها و فرصتهای مرتبط با خانه‌های بوم‌گردی و توجه به اصول پایداری بود و در کنار اثرات مثبت و منفی مؤثر بر خانه‌های بوم‌گردی، چشم‌انداز و بازار آینده خانه‌های بوم‌گردی را نیز بررسی کرده است. ژو و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) به مدلسازی عرضه و تقاضای گردشگری پرداخته است. لیم و چان<sup>۶</sup> (۲۰۱۱)، به بررسی تقاضای گردشگری فصلی نیوزیلند برای دو کشور آمریکا و استرالیا پرداخته‌اند. نویسندگان برای این کار از تحلیل‌های طیفی استفاده کرده و در این تحلیل شاخص‌های تقاضای گردشگری را مورد تحلیل قرار دادند. از مطالعات دیگر در حوزه تقاضای گردشگری باید به مطالعه یاپ و آلن (۲۰۱۱)، در حوزه تقاضای گردشگری داخلی استرالیا اشاره کرد. نویسندگان در این مقاله علاوه بر شاخص‌های درآمد و هزینه گردشگران، به شاخص رفتاری و ادراکی گردشگران، میزان وامهای خانگی و میزان ساعات کار در شغل خودشان نیز توجه دارد. یانگ<sup>۷</sup> و همکاران (۲۰۱۴)، به بررسی تقاضای گردشگری داخلی مکانهای شهری و روستایی در چین پرداختند. سوفیا<sup>۸</sup> (۲۰۱۶) به مزایای رقابتی شدن بازار زمین گردشگری در مالزی پرداخته است. یافته‌های پژوهش پیشنهاد ترویج و تبلیغ زمین گردشگری را مطرح کرده است. کریستین<sup>۹</sup> (۲۰۱۸) پتانسیل‌ها و چالش‌های ژئوتوریسم در منطقه کاریبین<sup>۱۰</sup> پرداخته

---

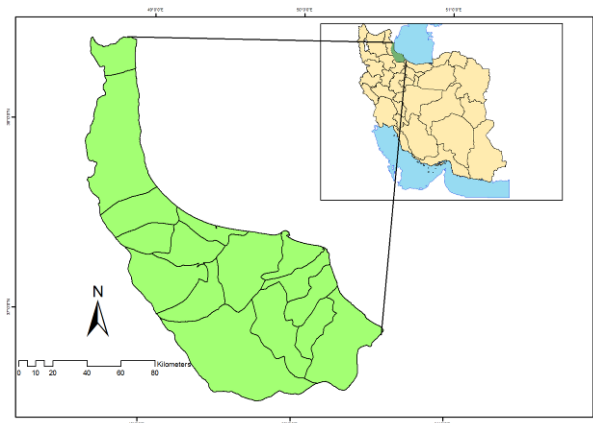
1. Sunday  
 2. Martin and Witt  
 3. Morley  
 4. Jampol & Mehta  
 5. Zhou et al  
 6. Chan and Lim  
 7. Yang  
 8. Sofia  
 9. Christian  
 10. Karabien

و استانداردهای بازار زمین گردشگری و تقاضای زمین گردشگری بررسی کرده است. در سطح داخلی، سقایی و جوانبخت قهفرخی (۱۳۹۱)، به بررسی وضعیت گردشگران فعلی مشهد و برآورد تقاضای گردشگری برای پنج سال آینده این شهر پرداختند. نویسندگان در پژوهش به بررسی برآورد تعداد و حجم گردشگران ورودی به شهر مشهد در طی دوره ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ نموده و برای افق پنج ساله آینده نیز میزان گردشگران را پیش‌بینی نموده است. برای این کار از مدل‌های سری زمانی استفاده کرده است. بر اساس نتایج به دست آمده، تعداد زائران ورودی به کلانشهر مشهد در افق ۱۳۹۵ معادل ۲۷۶۵۴۰۶۸ تن برآورد گردیده است. توطنی و فرح‌نیا (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «معماری بوم‌گردی: بازشناسی نقش معماری پایدار در توسعه گردشگری زیست‌محیطی» به رابطه بوم‌گردی با معماری و معماری پایدار اشاره نموده‌اند. این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی است که در راستای تبیین نقش معماری در بوم‌گردی بوده و رسیدن به مفهوم تقریباً جدیدی تحت عنوان معماری بوم‌گردی را ارائه می‌دهد. فرجی و همکاران (۱۳۹۲) به موضوع طراحی مجتمع‌های تفریحی و گردشگری با رویکرد معماری بومی در استان گیلان پرداختند. در بخش نتیجه‌گیری، از اصول موجود در معماری گیلان به اصول موجود در طراحی فضای مسافرتی رسیده و پیشنهادهایی برای طراحی این فضاها ارائه شده است. ره (۱۳۹۴) در پژوهشی معماری مناطق کوهستانی استان گیلان را با هدف رونق گردشگری مورد توجه قرار داد. نتیجه پژوهش حاکی از آن است که عدم وجود برنامه مدون در توسعه گردشگری، تغییر در ساختار زندگی اجتماعی و اقتصادی مردم و مطابقت نداشتن نیازهای امروز مردمان بومی با سازه‌های قدیمی سبب ساخت سازه‌هایی ناهمگون با طبیعت کوهستانی گیلان شده است. اروجی (۱۳۹۶) در حوزه بوم‌گردی روستایی شهرستان خور و بیابانک، به مبحث بازار بوم‌گردی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی پرداخته شده و ارتباط بین عرضه و تقاضای گردشگری را در چارچوب مدل توسعه تشریح کرده است. نتیجه پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که تا کنون پژوهش خاصی در ارتباط با تقاضای بوم‌گردی گیلان صورت نگرفته است و ضرورت انجام پژوهش محسوس است.

#### منطقه مورد مطالعه

استان گیلان با مساحتی در حدود ۱۴۷۱۱ کیلومتر مربع در میان رشته‌کوه‌های البرز و تالش در شمال ایران قرار گرفته است. البرز غربی مانند حصارای استان گیلان را در بر گرفته و بلندترین قله آن فک یا درفک (آشیانه عقاب) نام دارد. جلگه گیلان حد در وسط کوه و دریا، با ارتفاعی در حدود ۳۵ متر پایین‌تر

از سطح دریاهای آزاد تا ۱۷۵ متری از سطح دریا، گسترده شده است. این جلگه در حدود یک‌سوم از مساحت استان را به خود اختصاص داده که به دو بخش عمده شرق و غرب گیلان تقسیم می‌شود.



شکل ۱. موقعیت منطقه مورد مطالعه (منبع: سازمان نقشه برداری ایران، ۱۳۹۳)

### روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها، یک پژوهش کمی به شمار می‌رود. داده‌های این پژوهش از طریق مطالعات میدانی شامل ابزار پرسشنامه، مصاحبه، گفتگو و مشاهدات و از طریق منابع کتابخانه‌ای در قالب مقالات و کتابها گردآوری شده است.

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه گردشگران ورودی به استان گیلان می‌باشد. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه در دسترس بوده و بر اساس فرمول کوکران و با ضریب اطمینان ۹۵ درصد، تعداد نمونه ۳۸۴ گردشگر تعیین شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های بدست آمده حاصل از پرسشنامه از آزمون‌های و شاخصهای آماری به شرح زیر استفاده شده است:

- از شاخص‌ها میانگین و ضریب تغییرات برای سنجش تأثیرات تقاضا استفاده شده است.
- آزمون کولموگراف - اسمیرینوف<sup>۱</sup> برای سنجش توزیع نرمال داده‌ها و نوع پارامتریک یا ناپارامتریک بودن داده‌ها استفاده شده است.
- جهت سنجش و اعتباریابی نتایج داده‌ها، از آزمونهای آماری استفاده شده است. برای این منظور ابتدا از طریق آزمون کولموگراف - اسمیرینوف، وضعیت نرمال بودن توزیع داده‌ها مورد سنجش قرار

1. Kolmogorov-Smirnov test

گرفته است که برای کلیه داده ها، ضریب معناداری برابر با صفر بود که این مسئله به معنای عدم توزیع نرمال داده ها است. برای این منظور از آزمون ناپارامتریک دو جمله ای برای سنجش اعتبار نتایج استفاده شده است. در این آزمون، طیف ارزیابی تأثیرات، به دو دسته تقسیم شده و آزمون بر اساس این دو طیف انجام شده است که ضریب معناداری کمتر از ۰/۰۵ نشان از معنادار بودن داده‌ها و نتایج دارد.

- با توجه به نرمال نبودن توزیع داده‌ها، از آزمون آماری ناپارامتریک ویلکاکسون، برای سنجش تفاوت تقاضای بوم گردی بین انگیزه‌های فعلی گردشگری با انگیزه‌های آتی تقاضای بوم گردی بهره گرفته شده است. این آزمون، وضعیت انگیزه‌های بوم گردان در مسافرت فعلی با مسافرت آتی را نسبت به هم مقایسه کرده است.

- همچنین از طریق مدل کوپراس<sup>۱</sup> نیز جهت اولویت‌بندی شاخصهای تقاضا استفاده شد. این مدل، جهت اولویت بندی معیارها استفاده می شود. در این مدل، مجموعه عوامل توسط مجموعه معیارها ارزیابی می شود که در اینجا منظور از معیارها، دو شاخص میانگین و ضریب تغییرات است. به شاخص میانگین نسبت به ضریب تغییرات ارزش بیشتر داده شده است. در این روش پس از تعیین معیارها، ماتریس تصمیم گیری به عنوان اولین مرحله روش کوپراس، تشکیل می گردد.

- برای تشکیل ماتریس تصمیم گیری وزنی، از فرمول زیر استفاده می گردد:

$$d_{ij} = \frac{q_i}{\sum_{j=1}^n x_{ij}} x_{ij}$$

- در فرمول بالا،  $q_i$  وزن هر معیار و  $X_i$  مقدار هر گزینه به ازای هر معیار می باشد (حاتمی نژاد و همکاران؛ ۱۳۹۳). در مرحله پایانی برای محاسبه ارزش نهایی هر گزینه (Q)، از فرمول زیر استفاده می گردد:

$$Q_j = S_j^+ + \frac{S_{\min}^- \sum_{j=1}^n S_j^-}{S_j^- \sum_{j=1}^n \frac{S_{\min}^-}{S_j^-}} = S_j^+ + \frac{\sum_{j=1}^n S_j^-}{S_j^- \sum_{j=1}^n \frac{1}{S_j^-}}$$

- در فرمول بالا،  $S_j$  مقدار جمع جبری معیارهای مثبت برای هر گزینه،  $S_j^-$  مقدار جمع جبری معیارهای منفی برای هر گزینه می‌باشد. در این بخش ابتدا ۱ بر  $S_j^-$  تقسیم می گردد و سپس طبق فرمول بالا مقدار Q برای هر گزینه محاسبه می‌گردد (حاتمی نژاد و همکاران؛ ۱۳۹۳).



## یافته‌های پژوهش

در بخش یافته‌های پژوهش، ابتدا مشخصات و ویژگی‌های فردی نمونه پژوهش (گردشگران ورودی) مورد بررسی قرار گرفته است. در بررسی کلی، باید گفت که عمده گردشگران بین ۳۰ تا ۴۵ سال سن داشتند و البته بیش از ۳۴ درصد نیز در رده سنی ۱۵ تا ۳۰ سال قرار داشتند. بیشتر گردشگران منتخب پژوهش مرد بودند. از منظر تحصیلی نزدیک به نیمی از آنها دارای مدرک کارشناسی بوده و تنها نیمی از آنها به صورت رسمی شاغل بودند و در مجموع یک چهارم از گردشگران در ادارات و فعالتهای دولتی اشتغال داشتند. از منظر اقتصادی، دو سوم گردشگران سطح اقتصادی متوسط داشته و نیمی از گردشگران حداقل یک تا سه میلیون در ماه درآمد داشتند.

عمده گردشگران ورودی به استان گیلان که جهت ارزیابی و سنجش انتخاب شدند، از شهرهای تهران، اصفهان، کرج، بابل، ساری، زنجان، قزوین، شیراز، بندرعباس، گرگان، اردبیل، یزد، اهواز، بابلسر، ایلام، مشهد، نهاوند، شهرکرد، اراک، تنکابن و غیره بودند. این نشان از حوزه نفوذ قدرتمند استان گیلان در سطح کشور است. بر اساس نظر گردشگران، دو سوم مناطق مبدا و بازار گردشگری آنها دارای شرایط اقتصادی متوسط است و این مسئله می‌تواند یکی از دلایل سفر آنها باشد. نکته جالب توجه این است که بیش از ۷۷ درصد مسافرتها به صورت خانوادگی انجام شده است. در واقع این گردشگران که عمدتاً گردشگران ساحلی محسوب می‌شوند، بیشتر از آنکه بوم گرد باشند، طبیعت گرد هستند و عمدتاً خانوادگی مسافرت می‌کنند.

در ارتباط با نحوه آگاهی گردشگران از فضاهای گردشگری مورد بازدید، نزدیک به نیمی از آنها از طریق دوستان خود با فضاهای بوم گردی و گردشگری آشنا شدند و یک چهارم آنها از طریق تجربه سفرهای پیشین، مجدداً اقدام به مسافرت نمودند. نکته قابل توجه، نقش تنها ۴/۹ درصدی آژانس‌ها در این زمینه است. در واقع در مسافرتها بوم گردی، به دلیل وجود پیچیدگی‌های سفر بوم گردی، آژانسها باید نقش مهمی ایفا نمایند، اما در مجموع آژانسهای مسافرتی استان ظاهراً نقش چندانی در آشنایی گردشگران با فضاهای بوم گردی نداشته است. بررسی آمار مدت اقامت گردشگران در یک فضای بوم گردی نشان می‌دهد که بیش از ۳۹ درصد گردشگران حداقل یک روز را در جاذبه‌هایی گردشگری که بازدید کرده‌اند. همچنین دو درصد گردشگران بیش از پنج روز در یک مکان گردشگری اقامت داشتند. نوع اقامت گردشگران نیز متفاوت بود. ۲۳ درصد در چادر و ۲۱ درصد در مسافرخانه‌ها اسکان داشتند.

هتلها و اقامتگاه‌های بوم‌گرمی درصد کمتری را به خود اختصاص می‌دهند. اقامت بیشتر گردشگران در مجموع مسافرخانه‌ها و مهمانسراها است و اقامت در چادر نسبت به مدت اقامت در یک مکان گردشگر کاهش داشته است. همچنین درصد استفاده از هتل بیشتر از قبل است. علت اصلی این مسأله را باید در افزایش مدت اقامت و طبعاً عدم امکان استفاده از چادر برای مدت طولانی و همچنین وجود امنیت بیشتر و امکانات بالاتر در هتلها برای اقامت‌های چندین روزه جستجو کرد.

### بررسی وضعیت تقاضای بوم‌گردی فعلی از منظر انگیزه‌های اصلی مسافرت

عوامل و انگیزه‌های اصلی مسافرت گردشگران به استان گیلان در موارد مختلف شناسایی و گزینش شده و سپس از گردشگران خواسته شده است تا مشخص نماید که هر کدام از عوامل به چه میزان در انگیزه مسافرت آنها به استان گیلان تأثیرگذار بوده است. به منظور سنجش نقش این عوامل به عنوان انگیزه‌های سفر فعلی به استان، از دو شاخص میانگین و ضریب تغییرات استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که جاذبه‌های زمین گردشگری که بخشی از بوم‌گردی محسوب می‌شود، انگیزه اصلی مسافرت فعلی گردشگران به استان است و در کنار آن باید به شاخه دیگر بوم‌گردی یعنی بیوتوریسم و جاذبه‌های زیستی اشاره کرد که در اولویت دوم قرار دارد. در بخش جاذبه‌های زمین گردشگری، نقش سواحل بسیار مهم است. اما باید اشاره کرد که این نوع از گردشگری را نمی‌توان چندان به عنوان یک زمین گردشگری شناخت چرا که تقریباً بخش اعظم گردشگران صرفاً برای تفریح و آرامش به ساحل می‌روند و کمتر گردشگری از سواحل به عنوان یک عارضه زمین شناختی یاد می‌کند.

در جدول ۱، نتایج میانگین و ضریب تغییرات تقاضای فعلی بوم‌گردی در مسافرت فعلی و مسافرت آتی گردشگران مشخص شده است. در واقع هدف، سنجش این مسأله است که چه انگیزه‌هایی باعث مسافرت فعلی بوم‌گردان به استان گیلان شده و چنانچه بخواهند در آینده نیز مجدداً به این استان مسافرت کنند، چه انگیزه‌هایی آنها را به مسافرت ترغیب خواهد کرد. بر اساس نتایج انگیزه‌های مسافرت فعلی، مشخص است که خدمات بوم‌گردی و اسکان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، چندان در مسافرت گردشگران تأثیرگذار نبوده و انگیزه زیادی برای آنها ایجاد نکرده است. این مسأله باید مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد، چراکه خدمات تفریحی، گردشگری و اقامتی بوم‌گردی از جمله اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توجه به ویژگی‌های خاص، خود یک جاذبه محسوب می‌شود و این تنوع بوم‌گردی می‌تواند جاذب گردشگر و توسعه خدمات بوم‌گردی باشد. وضعیت اقتصادی گردشگران نیز انگیزه چندانانی در سفر گردشگران

نداشته و همین مورد در موضوع تمایل به ارتباط با مردم بومی نیز صادق است. بنابراین تقاضای بوم‌گردی فعلی استان گیلان نسبت به عوامل زمین‌گردشگری و بیوتوریستی<sup>۱</sup> کشش‌پذیری بالاتری دارد.

در تقاضای آتی بوم‌گردی، انگیزه‌های اصلی مسافرت بوم‌گردان می‌تواند در مقوله‌های زیر تحلیل کرد:

- انگیزه‌های تفریح و کسب آرامش. در واقع بخشی از گردشگران صرفاً به قصد تفریح و تمدد اعصاب و استفاده از اوقات فراغت به استان سفر می‌کنند.

- تأکید بر جاذبه‌های زمین‌گردشگری و میراث زمین. اما همان‌طور که مشخص شد این مورد بیشتر از آنکه مربوط به دانش زمین‌گردشگری باشد، صرفاً تفریحی و بصری است.

- پارکهای جنگلی و مناطق بیلاقی استان. مناطق بیلاقی داماش و ماسوله و چابکسر در کنار پارکهای جنگلی یکی از انگیزه‌های اصلی گردشگران در سفر مجدد به منطقه است.

- در کنار پارک‌های جنگلی، گونه‌های گیاهی و جانوری نیز کاملاً با مسأله مناطق بیلاقی و جنگلی مرتبط است و اساساً وجود چنین زیستگاه‌هایی در استان در جذب گردشگران اهمیت دوچندان دارد.

- در این بین گردشگران معتقدند که وجود جاذبه‌های کمیاب و بکر در استان که عمدتاً متفاوت و بکر نسبت به مبدأهای گردشگری است، یکی از انگیزه‌های سفر آینده به استان خواهد بود. صحت این مسأله را می‌توان در حوزه نفوذ بوم‌گردی استان بررسی کرد که عمدتاً از تهران و مناطق مرکزی کشور به شمال مسافرت می‌کنند و بعضی جاذبه‌های مورد مشاهده در سفر فعلی، تبدیل به یک جاذبه بکر و جذاب در سفر آینده می‌شود.

- یک نکته قابل تأمل و نگران‌کننده در این نتایج، تأثیرگذاری نه‌چندان زیاد عامل تجربه سفرهای قبلی در تقاضای آتی بوم‌گردی استان است. مقدار میانگین این عامل برابر با ۴/۳۸ است که مقدار متوسط رو به بالا می‌باشد اما قابل توجه نیست و این نشان می‌دهد که هنوز تصویر ذهنی سفرهای قبلی نمی‌تواند تعیین‌کننده مسافرت آنها باشد. این مورد البته می‌تواند مرتبط با این مسأله نیز باشد که در بعضی موارد زمان فراغت تعیین‌کننده سفرها بوده و گردشگران گزینه‌های ثابت از پیش تعیین شده دارند. در تقاضای آتی نیز، تأثیرات عوامل فرهنگی و جاذبه‌های شهری متوسط و محدود است.

- اساساً خدمات بوم‌گردی و تجربه اسکان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی نیز همچنان اولویت چندانی در مسافرت گردشگران به استان ندارد؛ اگرچه بی‌تأثیر نیز نیستند. در واقع هر چقدر که فضاها و زیستگاه‌های

بوم‌گردی در اولویت بوم‌گردان قرار دارد، خدمات و عناصر جانبی آن مانند خدمات تفریحی، پذیرایی و اقامتی، در حال و آینده تأثیرات نسبی و محدود دارند.

- در سفر آینده گردشگران، همچنان قدرت اقتصادی و اجتماعی گردشگران و انگیزه‌های ارتباط با جامعه بومی، خرید و انگیزه‌های پژوهشی، جایگاه چندانی ندارد.

جدول ۱. میانگین و ضریب تغییرات انگیزه‌های مسافرت فعلی و آتی گردشگران به استان گیلان

انگیزه آتی		انگیزه فعلی		متغیر
ضریب تغییرات	میانگین	ضریب تغییرات	میانگین	
۰/۲۳	۴/۹۱	۰/۲۴	۵/۰۵	بازدید از جاذبه های میراث زمین مانند رودها، تپه های جنگلی، دریا، سواحل، نقاط کوهستانی و غیره
۰/۲۲	۴/۸۳	۰/۲۰	۵/۰۰	بازدید از پارک های جنگلی و فضاهای سبز
۰/۲۳	۴/۷۷	۰/۲۴	۴/۶۲	بازدید از جاذبه های زیستی (گونه های حیوانات و پوشش گیاهی و پهنه های جنگلی)
۰/۲۷	۴/۲۲	۰/۲۴	۴/۵۳	بازدید از جاذبه های تاریخی و فرهنگی استان
۰/۳۶	۴/۳۳	۰/۲۷	۴/۳۷	استفاده از خدمات بوم گردی مانند تله کابین، جنگل نوردی، تفریحات ساحلی و غیره
۰/۳۳	۳/۹۶	۰/۲۵	۴/۲۰	تماشای جاذبه های گردشگری داخل شهر
۰/۲۸	۴/۹۶	۰/۳۶	۳/۹۳	جهت تفریح و کسب آرامش
۰/۳۲	۴/۱۳	۰/۳۵	۳/۷۹	تجربه اسکان در اقامتگاه های بوم گردی
۰/۳۲	۳/۷۹	۰/۲۴	۳/۷۵	قدرت و جایگاه اقتصادی و اجتماعی شما
۰/۳۸	۳/۷۶	۰/۳۲	۳/۶۸	تمایل به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل با آنها و کسب تجربه جدید
۰/۳۹	۳/۴۹	۰/۴۰	۳/۳۴	انگیزه اقتصادی مانند خرید یا تجارت
۰/۴۰	۳/۵۱	۰/۵۱	۳/۰۶	جهت انجام تحقیق علمی و افزایش دانش و آگاهی

منبع: یافته‌های پژوهش

به منظور اعتبارسنجی نتایج، از آزمون ناپارامتریک دو جمله‌ای استفاده شده است (جدول ۲). بر اساس آزمون دو جمله‌ای انگیزه های مسافرت فعلی، بازدید از جاذبه‌های زیستی (گونه‌های حیوانات و پوشش گیاهی و پهنه‌های جنگلی)، بازدید از جاذبه های میراث زمین مانند رودها، تپه‌های جنگلی، دریا، سواحل، نقاط کوهستانی و غیره، بازدید از پارکهای جنگلی و فضاهای سبز انگیزه تعداد بیشتری از گردشگران

ورودی به استان را تشکیل می‌دهد. در این بین تنها متغیر انگیزه اقتصادی مانند خرید یا تجارت، دارای عدم معناداری بوده و نمی‌توان به آن اعتماد کرد. در بخش انگیزه‌های آتی، نتایج متغیرهای بازدید از جاذبه‌های تاریخی استان، تماشای جاذبه‌های گردشگری داخل شهر و تجربه و انگیزه سفر یا سفرهای قبلی معنادار نیستند. به این ترتیب نیز نمی‌توان با اطمینان گفت که عامل تجربه سفرهای قبلی در اولویت اصلی گردشگران در سفر آتی نیست؛ چرا که داده‌های این عامل معنادار نیست و نمی‌توان آن را به کل بوم-گردی گیلان و کل گردشگران تعمیم داد.

جدول ۲. نتایج آزمون دوجمله‌ای انگیزه‌های مسافرت فعلی و آتی گردشگران به استان گیلان

انگیزه مسافرت آتی			انگیزه مسافرت فعلی			مؤلفه‌ها
ضریب معناداری	فراوانی مشاهده شده	طبقه	ضریب معناداری	فراوانی مشاهده شده	طبقه	
۰/۰۰	۰/۲۳	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۱۹	۳/۵ =>	بازدید از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی استان
	۰/۷۷	۳/۵ <		۰/۸۱	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۱۰	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۸۴	۳/۵ =>	بازدید از جاذبه‌های زیستی (گونه‌های حیوانات و پوشش گیاهی و پهنه‌های جنگلی)
	۰/۹۰	۳/۵ <		۰/۸۶	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۰۷	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۰۵	۳/۵ =>	بازدید از جاذبه‌های میراث زمین مانند رودها، تپه‌های جنگلی، دریا، سواحل، نقاط کوهستانی و غیره
	۰/۹۳	۳/۵ <		۰/۹۵	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۰۹	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۱۶	۳/۵ =>	بازدید از پارک‌های جنگلی و فضاهای سبز
	۰/۹۱	۳/۵ <		۰/۸۴	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۱۲	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۴۲	۳/۵ =>	تماشای جاذبه‌های گردشگری داخل شهر
	۰/۸۸	۳/۵ <		۰/۵۸	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۳۵	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۳۶	۳/۵ =>	تجربه اسکان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی
	۰/۶۵	۳/۵ <		۰/۶۴	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		

## ادامه جدول ۲

انگیزه مسافرت آتی			انگیزه مسافرت فعلی			مؤلفه‌ها
ضرب معتاداری	فراوانی مشاهده شده	طبقه	ضرب معتاداری	فراوانی مشاهده شده	طبقه	
۰/۰۰	۰/۳۱	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۱۵	۳/۵ =>	استفاده از خدمات بوم گردی مانند تله کابین، جنگل نوردی، تفریحات ساحلی و غیره
	۰/۶۹	۳/۵ <		۰/۸۵	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۱۸	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۰۷	۳/۵ =>	جهت تفریح و کسب آرامش
	۰/۸۲	۳/۵ <		۰/۹۳	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۱۸	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۰۷	۳/۵ =>	جهت تفریح و کسب آرامش
	۰/۸۲	۳/۵ <		۰/۹۳	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۱۱	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۶۰	۳/۵ =>	جهت انجام تحقیق علمی و افزایش دانش و آگاهی
	۰/۸۹	۳/۵ <		۰/۴۰	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۹۶	۰/۵۰	۳/۵ =>	۰/۴۷	۰/۵۲	۳/۵ =>	انگیزه اقتصادی مانند خرید یا تجارت
	۰/۵۰	۳/۵ <		۰/۴۸	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۳	۰/۴۴	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۳۸	۳/۵ =>	تمایل به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل با آنها و کسب تجربه جدید
	۰/۵۶	۳/۵ <		۰/۶۲	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		
۰/۰۰	۰/۱۶	۳/۵ =>	۰/۰۰	۰/۳۱	۳/۵ =>	قدرت و جایگاه اقتصادی و اجتماعی شما
	۰/۸۴	۳/۵ <		۰/۶۹	۳/۵ <	
	۱/۰۰			۱/۰۰		

منبع: یافته‌های پژوهش

به منظور اولویت‌بندی دقیق‌تر بین عوامل از مدل کوپراس استفاده شده است. نتایج مدل در هر دو بخش انگیزه‌های فعلی و آتی، مشخص شده است. در بخش انگیزه‌های سفر فعلی، بازدید از جاذبه‌های

زمین گردشگری (زمین گردشگری و میراث زمین) و همچنین جاذبه‌های زیستی و پارک جنگلی در اولویت نخست انگیزه‌ها قرار دارد. اما در اولویت سوم، استفاده از خدمات بوم‌گردی مطرح است. همچنین موضوع ارتباط گردشگران با جامعه بومی در مدل کوپراس کمی بیشتر مود توجه بوده است. در بخش انگیزه‌های آتی، برخلاف نتایج تحلیل آماری، انگیزه کسب آرامش و تفریح در رتبه پنجم انگیزه‌های اصلی گردشگران در بازدید از استان گیلان بوده و انگیزه اصلی مربوط به وجود جاذبه‌های ژئوتوریستی، زیستی، پارکهای جنگلی و جاذبه‌های بکر و کمیاب است.

جدول ۳. نتایج وزن‌دهی متغیرهای انگیزه‌های مسافرت کنونی گردشگران با مدل کوپراس

انگیزه آتی	انگیزه فعلی	عوامل
۰/۰۸۴	۰/۱۰۶	بازدید از جاذبه‌های میراث زمین مانند رودها، تپه‌های جنگلی، دریا، سواحل، نقاط کوهستانی و غیره
۰/۰۸۱	۰/۱۰۲	جهت تفریح و کسب آرامش
۰/۰۸۴	۰/۰۹۶	بازدید از پارک‌های جنگلی و فضاهای سبز
۰/۰۸۲	۰/۰۹۴	بازدید از جاذبه‌های زیستی (گونه‌های حیوانات و پوشش گیاهی و پهنه‌های جنگلی)
۰/۰۶۸	۰/۰۸۹	استفاده از خدمات بوم‌گردی مانند تله‌کابین، جنگل‌نوردی، تفریحات ساحلی و غیره
۰/۰۷۲	۰/۰۸۸	بازدید از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی استان
۰/۰۶۸	۰/۰۷۷	تجربه اسکان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی
۰/۰۶۱	۰/۰۷۵	تمایل به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل با آنها و کسب تجربه جدید
۰/۰۶۵	۰/۰۷۵	تماشای جاذبه‌های گردشگری داخل شهر
۰/۰۶۴	۰/۰۷۵	قدرت و جایگاه اقتصادی و اجتماعی شما
۰/۰۵۷	۰/۰۶۶	انگیزه اقتصادی مانند خرید یا تجارت
۰/۰۵۷	۰/۰۵۸	جهت انجام تحقیق علمی و افزایش دانش و آگاهی
۰/۰۷۵		تجربه و انگیزه سفر یا سفرهای قبلی

منبع: یافته‌های پژوهش

### بررسی تطبیقی تقاضای حال و آتی بوم‌گردی استان

در بررسی تقاضای بوم‌گردی که با تأکید بر انگیزه‌های اصلی مسافرت گردشگران صورت گرفت، بیشتر عوامل در هر دو مقطع یکسان بودند. بنابراین می‌توان این عوامل را در هر دو بخش به صورت جفتی مورد سنجش قرار داد و تفاوتها را مشخص نمود.

در جدول ۴ از طریق آزمون ویلکاکسون به این مسأله پرداخته شده است. این آزمون می‌تواند دو عامل مشترک را در دو مقطع زمانی مورد بررسی قرار داده و مشخص نماید که آیا تفاوت معناداری بین این دو مقطع وجود دارد یا خیر. ضریب معناداری کمتر از ۰/۰۵ وجود این تفاوت معناداری را تأیید می‌کند. بر طبق نتایج، نیمی از عوامل مورد بررسی اساساً دارای عدم تفاوت معناداری بوده و به این معنی است که کشش‌پذیری این عامل در تقاضا در زمان حال با شرایط آتی تفاوت چندانی نداشته و به نظر می‌رسد که این تفاوت مقادیر واقعی باشد، بنابراین تغییرات در طول این دو مقطع قابل استناد نیست و شرایط برابر است. این عدم تفاوت بین انگیزه‌های تقاضا در بازدید از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی استان، بازدید از جاذبه‌های میراث زمین مانند رودها، تپه‌های جنگلی، دریا، سواحل، نقاط کوهستانی و غیره، تفریح و کسب آرامش، تمایل به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل با آنها و کسب تجربه جدید و قدرت و جایگاه اقتصادی و اجتماعی نمود پیدا کرده است.

نکته قابل ذکر در انتها این است که تفاوت بین عوامل در دو مقطع در مجموع اندک و ناچیز است و معناداری تفاوتها، تنها میزان اعتبار این تفاوت و واقعی بودن آن را نشان می‌دهد، وگرنه درصد این تفاوتها بسیار اندک است و به نظر می‌رسد آنچه امروز مورد پسند بوم‌گردان است، در آینده نیز خواهد بود.

جدول ۴. نتایج آزمون ویلکاکسون برای مقایسه تقاضای بوم‌گردی مسافرت فعلی و مسافرت آینده به استان گیلان

عوامل	مقدار Z	ضریب معناداری
بازدید از جاذبه های تاریخی و فرهنگی استان	۰/۷۶۸	۰/۴۴۲
بازدید از جاذبه های زیستی (گونه های حیوانات و پوشش گیاهی و پهنه های جنگلی)	-۰/۲۵۲	۰/۰۰۰
بازدید از جاذبه های میراث زمین مانند رودها، تپه های جنگلی، دریا، سواحل، نقاط کوهستانی و غیره	-۱/۰۱۶	۰/۳۰۹
بازدید از پارک های جنگلی و فضاهای سبز	-۲/۹۸۸	۰/۰۰۰
جاذبه های شهری	-۲/۹۱۷	۰/۰۰۴
تجربه اسکان در اقامتگاه های بوم گردی	-۳/۵۴۱	۰/۰۰۰
استفاده از خدمات بوم گردی مانند تله کابین، جنگل نوردی، تفریحات ساحلی و غیره	-۱/۹۱۰	۰/۰۵۶
جهت تفریح و کسب آرامش	-۱/۱۷۴	۰/۲۴۰



## ادامه جدول ۴

مقدار Z	ضریب معناداری	عوامل
-۵/۵۵۰	۰/۰۰۰	جهت انجام تحقیق علمی و افزایش دانش و آگاهی
-۲/۵۵۳	۰/۰۱۱	انگیزه اقتصادی مانند خرید یا تجارت
-۱/۶۱۴	۰/۱۰۷	تمایل به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل با آنها و کسب تجربه جدید
-۱/۸۹۶	۰/۰۵۸	قدرت و جایگاه اقتصادی و اجتماعی شما

منبع: یافته‌های پژوهش

## نتیجه‌گیری

بوم‌گردی به عنوان وجه متعالی و توسعه‌یافته گردشگری، می‌تواند کمترین اثرات منفی و در عین حال حداکثر اثرات مثبت را برای جوامع محلی داشته باشد. در این بین شناخت انگیزه گردشگران برای توسعه بوم‌گردی اهمیت زیادی دارد. گردشگران ورودی به یک مقصد گردشگری، در واقع نمایندگان بازار گردشگری هستند که با شناخت خصوصیات، ویژگی‌های فردی، تمایلات و گرایش‌های آن‌ها در مورد نوع و کیفیت جاذبه‌ها و محصولات گردشگری و نگرش‌های آن‌ها در ارتباط با فرایندهای گردشگری، می‌توان به ویژگی‌های بازار و تقاضای گردشگری یک مقصد پی برد. استان گیلان به عنوان یکی از مقصدهای اصلی گردشگری در کشور، در صورت توجه و توسعه بوم‌گردی می‌تواند جنبه‌های منفی گردشگری حال حاضر را کمتر نماید و بیشترین بهره‌مندی را از اثرات مثبت گردشگری نصیب خود سازد. بدین لحاظ در این تحقیق، موضوع انگیزه گردشگری از ورود به استان گیلان به عنوان پایه برای برنامه‌ریزی بوم‌گردی مورد توجه واقع شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نقش جاذبه‌های زمین گردشگری مانند سواحل در سفر گردشگران به استان گیلان بسیار مهم است. اما همانطور که ذکر شد هدف تعداد زیادی از گردشگران از سفر به چنین جاذبه‌هایی، صرفاً برای تفریح و آرامش بوده و انگیزه‌های بوم‌گردی کمتر در آنها دیده می‌شود. این نکته برای جاذبه‌ها و مناطق جنگلی و بیلاقی و گونه‌های مختلف جانوری و گیاهی نیز تا حدی مصداق می‌یابد. همچنین در بررسی تقاضای فعلی بوم‌گردی مشخص است که خدمات بوم‌گردی و اسکان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، چندان در مسافرت گردشگران تأثیرگذار نبوده و انگیزه زیادی برای آنها ایجاد نکرده است. این مسأله باید مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد؛ چراکه خدمات تفریحی، گردشگری و اقامتی بوم‌گردی از جمله اقامتگاه‌های بوم‌گردی با توجه به ویژگی‌های خاص، خود یک

جاذبه محسوب می‌شود و علاوه بر آن نقش زیادی در کمک به اقتصاد مردم محلی دارد. یک از نکات جالب توجه، بی‌اهمیت بودن جاذبه‌های شهری و تاریخی، به عنوان انگیزه سفر برای گردشگران است که دلایل متفاوتی مانند کافی نبودن تبلیغات و معرفی این نوع از جاذبه‌ها دارد. در ادامه به منظور سنجش تقاضای آتی بوم‌گردی، مجموعه مؤلفه‌ها و عواملی انگیزشی و محرک بوم‌گردی مورد شناسایی قرار گرفت که نتایج آن نیز همانند تقاضای فعلی، بر کشش بالای سواحل و جنگلها برای جذب گردشگران تأکید دارد. در این بین گردشگران معتقدند که وجود جاذبه‌های کمیاب در استان که عمده‌تاً نسبت به مبداهای گردشگری متفاوت و بکر است، یکی از انگیزه‌های سفر آینده به استان خواهد بود. نکته قابل تأمل در این نتایج، تأثیرگذاری نه چندان زیاد عامل تجربه سفرهای قبلی در تقاضای آتی بوم‌گردی استان است. همچنین در تقاضای آتی نیز، تأثیرات عوامل فرهنگی و جاذبه‌های شهری متوسط و محدود، و تمایل برای استفاده از خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی نیز اندک است. نکته قابل ذکر در انتها این است که تفاوت بین عوامل در دو مقطع در مجموع اندک و ناچیز است و معناداری تفاوتها، تنها میزان اعتبار و واقعی بودن تفاوت میان آنها را نشان می‌دهد، وگرنه درصد این تفاوتها بسیار اندک است و به نظر می‌رسد آنچه امروز مورد پسند بوم‌گردان است، در آینده نیز خواهد بود.

## منابع

- اروجی، حسن. (۱۳۹۶). «تبیین روند توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مورد مطالعه: شهرستان خور و بیابانک)». رساله دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی. به راهنمایی دکتر جلالیان و رضوانی. دانشگاه خوارزمی تهران.
- توطنی، سارا و فرح‌نیا، امیرحسین. (۱۳۹۱). «معماری بوم‌گردی: بازشناسی نقش معماری پایدار در توسعه گردشگری زیست محیطی». اولین همایش ملی اندیشه‌ها و فناوری‌های نو در معماری.
- حاتمی نژاد، حسین؛ اروجی، حسن؛ شکروی، نگین؛ مولایی قلیچی، محمد (۱۳۹۳)؛ بررسی و ارزیابی سایتهای گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر ارومیه)؛ مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۹، صص ۱۵۲-۱۶۹.
- رنجبریان، بهرام و قنبری، حسن. (۱۳۸۶). «وجه استنباط شده از مقصد گردشگری عاملی برای کسب مزیت رقابتی در صنعت توریسم و گردشگری». مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان. شماره ۲۷، صص ۱-۱۳.
- ره، نادیا. (۱۳۹۴). «بررسی معماری مناطق کوهستانی گیلان؛ ارائه راهکارها و چالش‌ها به منظور توسعه گردشگری». همایش ملی عمران و پایداری با رویکردی بر توسعه پایدار.
- سازمان نقشه برداری ایران (۱۳۹۳)، لایه تقسیمات کشوری ایران.

- سقای، مهدی؛ خواجه شکوهی، علیرضا و جوانبخت قهفرخی، زهره. (۱۳۹۱). «پهنه‌بندی مناطق مستعد ایجاد خدمات اقامتی در کلانشهر مشهد (با استفاده از مدل AHP)». مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری. سال سوم، شماره یازدهم، صص ۷۳-۹۶.
- فرجی، الدوز؛ جوانمردی، کیامرز؛ میربازل، سید جلال. (۱۳۹۲). «طراحی مجتمع‌های اقامتی، تفریحی و گردشگری با رویکرد معماری بومی در گیلان». کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و توسعه پایدار شهری.
- Burger C., & Dohnal M., & Kathrada M. & Law R. (2001), A practitioners guide to time-series methods for tourism demand forecasting a case study of Durban, South Africa; *Tourism Management*, 22 (2001), 403-409.
- Beeton, S. (2006). *community development thorough tourism*; published by land links
- Christian C. (2018), The Caribbean's Geotourism Potential and Challenges: A Focus on Two Islands in the Region, *geoscience*, Vol 8, pp 273.
- Cohen E. (1988), Traditions on the qualitative sociology of tourism. *Annals of Tourism Research* 15, 29-46.
- Goh, G. (2012), Exploring impact of climate on tourism demand; *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 4, pp. 1859-1883, 2012.
- Garin-munoz T., & Montero-Martin L. (2007); Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data; *Tourism Management*, V 28, pp. 1224-1235
- Hadzic, O & Markovi, S & Vasiljevic, D & Nedeljkovic, M. (2010), A dynamical model for assessing tourism market attractiveness of a geosite; *GEOTRENDS*, pp 23-25.
- Homans, C. G. (1958). Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology* 63: 597-606.
- Jampol G., & Mehta H. (2004), *ecolodges*; International Finance Corporation.
- Lim C., & Chan F. (2011), an econometric analysis of hotel-motel room nights in New Zealand with stochastic seasonality, *International Journal of Revenue Management*, No 5, Vol 1.
- Lindberg K., & Hawkins D. (1993), *Ecotourism: A Guide for Planners and Managers*, Volume 1; ecotourism society.
- Martin C., & Witt S. (1988), Substitute prices in models of tourism demand; *Annals of tourism Research*, Vol. 15, pp. 255-268, 1988.
- Morley C. (1992), A MICROECONOMIC THEORY OF INTERNATIONAL TOURISM DEMAND; *Annul of Tourism Research*, Vol. 19. pp. 250-267, 1992.
- Sai-leung, N. G & Jiangfeng, L. I & Shiming, F & Young C.Y. NG. (2010); geodiversity and geoconservation in hong kong; *Asian Geographer* 27 (1 -2), pp 1-11.
- Serra, G. (2007), *Ecotourism in the PALMYRA Desert, SYRIA A Feasibility Study*.
- Sun, soo pyo, Uysal Muzaffer, Mc lallen robert; (1991); A linear expenditure model for tourism demand. *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, pp. 443-454.
- Sofia E., & Rowshan A.B., & Mohd Shafia L. (2016), competitive advantage of geotourism market in Malaysia: a comparison among ASEAN economics, 3<sup>rd</sup> global conference on business and social science -2015, Kuala lampour, Malaysia.

- Soledad O., & Alvarez-Diaz M., & Gonzalez-Gomez M. (2012); Estimating the long-run effects of socioeconomic and meteorological factors on the domestic tourism demand for Galicia (Spain); *Tourism Management* 33 (2012) 1301e1308.
- Sunday, A. (1978), Foreign travel and tourism prices and demand; *Annals of tourism research*, April/June 1978.
- Yang Y., & Ze-Hua L., & Qiuyin Q. (2014), Domestic tourism demand of urban and rural residents in China: Does relative income matter?; *Tourism Management*, Vol 40. Pp.193-202.
- Yap G, Allen D. (2011), *investigating other leading indicators influencing Australian domestic tourism demand; Mathematics and Computers in Simulation*, 81 (2011) 1365–1374.
- Zhou, L., & Chan, E., & Song, H. (2017), Social capital and entrepreneurial mobility in early - stage tourism development: A case from rural China. *Tourism management*, Vole 63, pp. 338-350.