

# سیمای گردشگران ایران

یافته‌های پیمایش ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارشناسی گردشگری ایران

حامد بخشی

عضو هیات علمی سازمان جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

گروه جامعه‌شناسی گردشگری

پژوهشکده گردشگری



---

**سیمای گردشگران ایران**

یافته‌های پیمایش ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارشناسی گردشگری ایران

تهیه و تدوین: دکتر حامد بخشی

گروه جامعه‌شناسی پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

---

ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد

آماده‌سازی و ویراستاری: واحد فنی دفتر نشر / صفحه‌آرایی: سارا آذری

---

نسخه الکترونیکی / ۱۴۰۰ / شماره نشر ۵۷۵

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۲۴-۴۷۸-۱ ۹۷۸-۹۶۴-۳۲۴-۴۷۸-۱

---

کلیه حقوق نشر برای ناشر محفوظ است.

---



the 1990s, the number of people with a mental health problem has increased in the UK (Mental Health Act 1983).

There is a growing awareness of the need to improve the lives of people with mental health problems. The Department of Health (2005) has set out a vision for mental health care in the UK, which is to ensure that people with mental health problems are able to live their lives to the full.

One of the ways in which this can be achieved is by ensuring that people with mental health problems are able to access the services that they need. This is the focus of the current research.

The research was carried out in a large, multi-site mental health trust in the south of England. The trust provides a range of services for people with mental health problems, including inpatient care, community care, and primary care.

The research was carried out over a period of 12 months. It involved a series of focus group discussions with people with mental health problems, their carers, and mental health professionals.

The research was carried out in a number of different settings, including inpatient units, community care teams, and primary care settings. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in different parts of the trust.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

The research was carried out in a number of different ways, including through focus group discussions, interviews, and the analysis of documents. This allowed the researchers to explore the experiences of people with mental health problems in a number of different ways.

# فهرست مطالب

۱۰	پیشگفتار .....
۱۴	۱. مفاهیم و اصطلاحات .....
۱۴	سفرگردشگری .....
۱۴	تجربه سفر .....
۱۵	مقصد گردشگری .....
۱۵	وسیله نقلیه .....
۱۶	مکان اقامتی .....
۱۶	جاذبه گردشگری .....
۱۷	خرید کالا و سوغات .....
۱۸	نگرش .....
۱۸	رضایت .....
۱۹	وفاداری .....
۱۹	انگیزه/ انگیزش .....
۲۱	تصمیم سفر و گردآوری اطلاعات .....
۲۱	احساس خطر .....
۲۲	تصور از مقصد .....
۲۳	۲. گردشگری داخلی .....
۲۳	توصیف نمونه تحقیق .....
۲۳	نمونه‌گیری .....
۲۸	سیمای پاسخگویان .....
۳۰	نگرش به گردشگری .....
۳۱	تجربه سفر .....
۳۱	سفر داخلی .....
۳۲	هرگز سفر نرفته‌ها .....
۳۳	کسانی که در سال جاری سفر نکرده‌اند .....
۳۵	سفرهای خارجی .....
۳۷	زمان سفر .....

۳۹	..... طول سفر
۴۰	..... تأمین‌کننده هزینه سفر
۴۱	..... نوع سفر (شخصی- تور/کاروان)
۴۲	..... رضایت از همسفران
۴۳	..... انگیزه سفر
۴۵	..... انگیزه مسافران مقاصد استانی
۴۶	..... مقصد سفر
۴۷	..... معیارهای انتخاب مقصد
۴۸	..... برآورد آماری تعداد گردشگران مقاصد سفر
۴۹	..... بررسی مقاصد سفر درون استانی در مقابل مقاصد سفر برون استانی
۵۰	..... بررسی مقاصد بین راهی سفر
۵۰	..... تجربه سفر قبلی به مقصد
۵۱	..... جستجوی اطلاعات در مورد مقصد
۵۱	..... احساس امنیت در مقصد
۵۲	..... رضایت از مقصد
۵۳	..... وفاداری به مقصد
۵۳	..... تعامل با جامعه میزبان
۵۵	..... وسیله نقلیه سفر
۵۶	..... خودروی شخصی
۵۷	..... اتوبوس
۵۸	..... قطار
۵۹	..... هواپیما
۶۰	..... مسافربر کرایه‌ای
۶۱	..... تردد در مقصد
۶۲	..... اقامتگاه
۶۳	..... خانه اقوام و آشنایان
۶۴	..... چادر مسافرتی و کمپ
۶۵	..... منزل اجاره‌ای
۶۷	..... اقامتگاه‌های رسمی گردشگری
۶۹	..... سایر اقامتگاه‌ها

۷۱	جاذبه گردشگری
۷۳	جاذبه‌های طبیعی
۷۵	جاذبه‌های مذهبی (زیارتی)
۷۶	جاذبه‌های تاریخی و باستانی
۷۷	جاذبه‌های فرهنگی
۷۹	جاذبه‌های تفریحی
۸۲	مسائل پزشکی و درمانی
۸۴	تغذیه
۸۹	سفارش غذای محلی
۹۰	خرید و سوغات
۹۳	خرید کالای محلی
۹۴	جمع‌بندی از نگرش و رفتار گردشگران داخلی
۱۰۱	<b>۳. گردشگری خارجی</b>
۱۰۱	توصیف نمونه تحقیق
۱۰۳	سیمای پاسخگویان
۱۰۳	گردشگران خارجی
۱۰۴	زائران خارجی
۱۰۶	انگیزه سفر به ایران
۱۰۶	گردشگران خارجی
۱۰۶	زائران خارجی
۱۰۸	تصور از مقصد ایران
۱۰۸	گردشگران خارجی
۱۰۸	زائران خارجی
۱۱۰	جستجوی اطلاعات در مورد مقصد ایران
۱۱۰	گردشگران خارجی
۱۱۱	زائران خارجی
۱۱۲	نگرانی‌های سفر به ایران
۱۱۲	گردشگران خارجی
۱۱۴	زائران خارجی
۱۱۵	طول و مرتبه سفر به ایران

۱۱۵	گردشگران خارجی
۱۱۶	زائران خارجی
۱۱۷	وسیله نقلیه سفر به ایران
۱۱۷	گردشگران خارجی
۱۱۸	زائران خارجی
۱۱۹	حمل و نقل درون کشور
۱۱۹	گردشگران خارجی
۱۲۰	رضایت از وسیله نقلیه
۱۲۲	زائران خارجی
۱۲۳	رضایت از وسیله نقلیه
۱۲۴	شهرهای مقصد سفر
۱۲۴	گردشگران خارجی
۱۲۶	زائران خارجی
۱۲۸	همسفران
۱۲۸	گردشگران خارجی
۱۲۹	زائران خارجی
۱۳۰	شیوه سفر
۱۳۱	اقامتگاه
۱۳۱	گردشگران خارجی
۱۳۲	رضایت از اقامتگاه
۱۳۳	زائران خارجی
۱۳۴	رضایت از اقامتگاه
۱۳۵	جاذبه‌ها
۱۳۵	گردشگران خارجی
۱۳۷	زائران خارجی
۱۳۸	مسائل پزشکی در سفر
۱۳۸	گردشگران خارجی
۱۳۸	زائران خارجی
۱۴۰	تغذیه
۱۴۰	گردشگران خارجی



۱۴۳	.....	زائران خارجی
۱۴۶	.....	خرید و سوغات
۱۴۶	.....	گردشگران خارجی
۱۴۸	.....	زائران خارجی
۱۵۱	.....	راهنمای سفر
۱۵۱	.....	گردشگران خارجی
۱۵۱	.....	زائران خارجی
۱۵۲	.....	جامعه میزبان
۱۵۲	.....	گردشگران خارجی
۱۵۲	.....	زائران خارجی
۱۵۳	.....	تجربه سفر
۱۵۳	.....	گردشگران خارجی
۱۵۳	.....	زائران خارجی
۱۵۴	.....	مقایسه نگرش و رفتار گردشگران و زائران خارجی در ایران
۱۵۸	.....	منابع و مآخذ

## پیشگفتار

کتابی که در دست دارید نتایج حاصل از «پیمایش ملی ارزش‌ها نگرش‌ها و رفتارشناسی گردشگری ایران» است. این پیمایش در دو بخش اجرا شده است:

- گردشگری داخلی؛ که به بررسی نگرش‌ها و رفتار ایرانیان در سفرهای گردشگری پرداخته است.
- گردشگری خارجی؛ که نگرش‌ها و تصورات و رفتار گردشگران خارجی را که به ایران سفر کرده‌اند، بررسی می‌کند.

در هر دو این پیمایش‌ها، هدف آن بوده که فضای ذهنی و رفتاری گردشگران مشخص شود. به عبارتی، بدانیم که در ذهن گردشگران در خصوص خدمات و تجربه گردشگری آنان چه می‌گذرد و در طول سفر چه رفتارهایی را در چارچوب زنجیره خدمات گردشگری و غیر آن انجام می‌دهند. در بررسی فضای ذهنی گردشگران، نگرش کلی آنان به گردشگری، علایق، ترجیحات و معیارهای آنان در انتخاب همسفران، مقصد گردشگری، وسیله نقلیه، مکان اقامتی، جاذبه‌های گردشگری، وعده‌های غذایی و خرید و سوغات پرسیده شده است. همچنین در هر کدام از موارد مذکور انگیزه، احساس امنیت یا نگرانی و میزان رضایت آنان از آنچه در طول سفر انتخاب یا تجربه کرده‌اند نیز سنجیده شده است.

در مورد گردشگران خارجی سفرکرده به ایران، سوای موارد فوق، تصور آنان از مقصد گردشگری ایران، پیش از سفر به این کشور و پس از آن، پرسیده شده است.

بدین ترتیب به نظر می‌رسد با تدوین یافته‌های حاصل از این پیمایش بتوان تصویر جامعی از ذهنیت و رفتار گردشگری در ایران (شامل گردشگران داخلی و خارجی) ارائه کرد.

ملاک ما در اینکه چه سفری را گردشگری بنامیم، تعریف سازمان جهانی گردشگری بوده است. بر مبنای این تعریف، هر سفری که به قصد تفریح، زیارت، تجارت و نظایر آن انجام شود، مشروط بر آنکه حداقل یک شب و حداکثر شش ماه به طول انجامد، و فرد بابت سفر مزد دریافت نکند، سفر گردشگری محسوب می‌شود (سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup>، ۱۹۹۵). بر مبنای این تعریف، علاوه بر سفرهای تفریحی، زیارتی، درمانی و دیدار آشنایان و دوستان، سفرهای از جنس مأموریت‌های اداری، سفرهای تجاری و نیز علمی جزو سفرهای گردشگری محسوب شده‌اند؛ منوط بر آنکه فرد یک شب را در مقصد یا بین راه به صبح رسانده باشد.

۱. Domestic tourism

۲. Inbound tourism

۳. WTO

حوزه های گردشگری							
خرید سوغات	تغذیه	جاذبه گردشگری	مکان اقامتی	وسيله نقلیه	مقصد گردشگری	همسفران	
*	*	*	*	*	*	*	ترجیحات و معیارها
*	*	*	*	*	*	*	انتخاب گردشگر(رفتار)
*	*	*	*	*	*	*	انگیزه و شیوه انتخاب
*	*	*	*	*	*	*	احساس امنیت
*	*	*	*	*	*	*	رضایت و ارزیابی

گردآوری داده‌های گردشگری داخلی در مهر و آبان ۱۳۹۶ انجام شده است. زمان آماری تحقیق در پیمایش یک سال منتهی به مهر ۱۳۹۶ بوده است. به عبارت دیگر، پرسش‌ها ناظر به آخرین سفر گردشگری پاسخگو در بازه زمانی مهرماه ۱۳۹۵ تا مهرماه ۱۳۹۶ در داخل کشور بوده است.

جامعه آماری تحقیق در بخش گردشگری داخلی، تمامی مردم ساکن کشور ایران در رده سنی بین ۱۵ تا ۷۵ سال بوده است. نمونه تحقیق، چنانچه در بخش روش پژوهش به تفصیل بیشتری خواهد آمد، به شیوه طبقه‌ای از تمامی ۳۱ استان کشور و از بین شهرها و روستاها انتخاب شده است. به طوری که علاوه بر مراکز ۳۱ استان کشور، از هر استان چند شهر و روستاهای پیرامون آن شهرها به طور تصادفی انتخاب شده و در آنها پرسشنامه با پاسخگویان تصادفی تکمیل گردیده است. حجم نمونه در این بخش ۵۰۰۰ نفر بوده است که به دلیل احتمال پرسشنامه‌های ابطالی قدری بیشتر تکمیل شد و نهایتاً ۵۰۰۹ پرسشنامه تأیید شده، مورد تحلیل و گزارش یافته‌ها قرار گرفت.

گردآوری داده‌های گردشگری خارجی به خاطر مشکلات و موانع اداری قریب به دو سال به تأخیر افتاد. به لحاظ فنی بهترین مکان گردآوری داده‌ها، پایانه‌های خروجی کشور (اعم از هوایی و زمینی) بود. ولی تلاش‌های یک‌ساله تیم تحقیق برای اخذ مجوز حضور پرسشگران در پایانه‌ها برای گردآوری داده‌ها به نتیجه‌ای نینجامید. به همین خاطر، طرح نمونه‌گیری که در ابتدا در ۱۳ پایانه بین‌المللی هوایی و ۲۰ پایانه زمینی مرزی تدوین شده بود تغییر کرد. در طرح نمونه‌گیری بعدی، دو شهر مقصد عمومی گردشگران فرهنگی- سیاحتی و زیارتی، یعنی مشهد و اصفهان، انتخاب گردید و سپس گردشگران به طور تصادفی در جاذبه‌های گردشگری و اماکن زیارتی یا محل استراحت در هتل‌ها و سایر اقامت‌گاه‌ها انتخاب شدند تا پرسشنامه طرح را تکمیل کنند.

داده‌های گردشگران خارجی پیمایش در مرداد و شهریور ۱۳۹۸ گردآوری شد و حجم نمونه آن ۱۰۰۰ نفر بوده که در اجرا به ۱۰۳۱ نفر افزایش یافت. از این تعداد، ۶۵۰ نفر در مشهد و ۳۸۱ نفر در اصفهان مورد پرسشگری قرار گرفتند.

یافته‌های این پیمایش، نشان می‌دهد که گردشگران داخلی و خارجی ایران در سفر گردشگری خود چه تجربه و مصارفی دارند و در مورد تجربه گردشگری خود چه فکر می‌کنند.

امید است با تکرار منظم این پیمایش در بازه‌های زمانی مشخص، بتوان توصیف زمان‌مندی از تغییرات و تطورات رفتارها و نگرش‌های گردشگران داخلی و خارجی ایران داشت. گزارش‌های آماری بنا به ماهیت خود برای خواننده، خشک و خسته‌کننده‌اند. در اینجا تلاش شده است تا این اعداد و ارقام تا حد امکان با توصیف‌های مناسب به ذهن خواننده نزدیک شود. به همین خاطر، در بسیاری از موارد از تقریب‌های رقمی برای توصیف داده‌ها استفاده شده است. اما برای حفظ دقت گزارش، اعداد دقیق آماره‌ها در پرانتز ارائه گردیده است.

در اینجا لازم است از جناب آقای دکتر واعظ مهدوی معاون وقت توسعه امور علمی و فرهنگی سازمان برنامه و بودجه کشور، که مساعدت‌های ایشان امکان اجرای این پیمایش ملی را فراهم کرد، صمیمانه تشکر نماییم. همچنین آقایان دکتر امین اسماعیلی، معاون پژوهشی وقت جهاد دانشگاهی و دکتر فیضی، مدیر وقت شاخه علوم انسانی جهاد دانشگاهی، تلاش زیادی برای مصوب‌شدن این طرح نمودند که شایسته تقدیر و قدردانی است. همچنین از مدیران سازمان جهاد دانشگاهی مشهد، آقای دکتر شمسین ریاست سازمان، آقای دکتر بیدخوری معاون پژوهشی وقت سازمان، سرکار خانم دکتر عظیمی هاشمی رئیس وقت پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی، و جناب آقای مهندس حاتمی، رئیس فعلی پژوهشکده که مساعدت‌های زیادی نسبت به اجرای این طرح داشتند، تشکر می‌گردد.

مشاوران این پیمایش، آقایان دکتر حسین ایمانی خوشخو، دکتر محمود سراج‌زاده، دکتر ابراهیم بای‌سلامی، دکتر علی‌اصغر سعیدی، و دکتر عبدالحمید رضایی رکن‌آبادی موارد ارزنده‌ای در اصلاح و بهبود طرح مطرح نمودند. آقای دکتر رضایی رکن‌آبادی استاد گروه آمار دانشگاه فردوسی بار اصلی طراحی نمونه‌گیری این پیمایش را بر عهده داشته‌اند. همچنین، ناظر محترم تحقیق، جناب آقای دکتر جلالی، نکات بسیار مفیدی در رفع اشکالات و بهبود طرح مطرح نمودند که در آنچه اکنون ارائه می‌شود سهم قابل‌توجهی دارد.

همچنین سرکار خانم دکتر رضوی‌زاده و آقای دکتر رفیعی تذکرات شایسته‌ای را در ارزیابی کتاب حاضر ارائه کردند. سرکار خانم آذری، طراحی صفحات، جداول و تصاویر این کتاب را بر عهده داشتند که در زیبایی و خوانایی آن شایان تشکر است. امید است نتایج این تحقیق بتواند در شناخت وضعیت گردشگری کشور و بهبود آن موثر واقع شود.

## مسوول پیمایش

### شناختنامهء پیمایش

عنوان طرح:	پیمایش ملی ارزش ها، نگرش ها و رفتارشناسی گردشگری در ایران
کار فرما:	سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور دفتر مرکزی جهاددانشگاهی کشور
مسئول طرح:	حامد بخشی، مژگان عظیمی هاشمی
ناظر طرح:	محمد رضا جلالی
مشاوران علمی طرح:	حسین ایمانی خوشخو، محمود سراج زاده، غلامحیدر ابراهیم بای سلامی، علی اصغر سعیدی، عبدالحمید رضایی رکن آبادی
همکاران تحقیق:	زهرا بستان، آمنه اخلاقی، ندا رضوی زاده، بردیا شعبانی، عادل نیکجو، سیامک فیضی، هادی اصغری، وحید مرزی، عطیه صادقی، مصطفی محمدی، سحر سلطانی، معصومه نقی پور، فائزه اعظم کاری، اکرم خوشخرام، جواد براتی، مینا بزرگر، ملیحه اکبری، عفت امیرفولادی، امید رضایی، مرتضی چرخ زرین، آرش قهرمان، امید شاکریان، زکیه واعظ زاده، محبوبه برند