سیمای گردشگران ایران

یافته‌های پیمایش ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارشناسی گردشگری ایران

حامد بخشی
عضو هیات علمی سازمان جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

گروه جامعه شناسی گردشگری
پژوهشکده گردشگری

۱۴۰۰

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: ۱-۴۷۸-۳۲۴-۹۶۴-۹۷۸ ISBN: 978-964-324-478-1

به‌نام خداوند جان و خرد

کتاب بزرگترین دستاورد فرهنگی بشر است. دانش بشری وامدار هزاران هزار کتابی است که درطول تاریخ با رنج و تلاش فراوان گرد آمده‌اند. کتاب تداوم معرفت علمی انسان‌است‌که سرانجام به گسترش مرزهای دانش و بروز دگرگونی‌های تمدنی می‌انجامد.
جهاد دانشگاهی مشهد بر این باور است که نخستین گام در راه بهبود ساختارهای اقتصادی- اجتماعی و توسعهٔ کشور، دستیابی به تازه‌های دانش و نشر یافته‌های پژوهشگران است. کتاب حاضر **پانصدوهفتادوپنجمین** اثری است که با همین رویکرد منتشر می‌شود. رهنمودهای خوانندگان فرهیخته می‌تواند ما را در ارتقای سطح کیفی و کمّی این آثار یاری نماید.

انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد

فهرست مطالب

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[1]؛ که به بررسی نگرش‌ها و رفتار ایرانیان در سفرهای گردشگری پرداخته است.
- گردشگری خارجی[2]؛ که نگرش‌ها و تصورات و رفتار گردشگران خارجی را که به ایران سفر کرده‌اند، بررسی می‌کند.

در هر دوی این پیمایش‌ها، هدف آن بوده که فضای ذهنی و رفتاری گردشگران مشخص شود. به‌عبارتی، 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 به‌نظر 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 به‌طول انجامد، و فرد بابت سفر مزد دریافت نکند، سفر گردشگری محسوب می‌شود (سازمان جهانی گردشگری[3]، 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

متغیرهای مورد سنجش	حوزه های گردشگری						
		همسفران	مقصد گردشگری	وسیله نقلیه	مکان اقامتی	جاذبه گردشگری	تغذیه	خرید سوغات
	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. به‌عبارت 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. به‌طوری که علاوه بر مراکز ۳۱ استان کشور، از هر استان چند شهر و روستاهای پیرامون آن شهرها به‌طور تصادفی انتخاب شده و در آنها پرسشنامه با پاسخگویان تصادفی تکمیل گردیده است. حجم نمونه در این بخش ۵۰۰۰ نفر بوده است که به‌دلیل احتمال پرسشنامه‌های ابطالی قدری بیشتر تکمیل شد و نهایتاً ۵۰۰۹ پرسشنامه تأیید شده، مورد تحلیل و گزارش یافته‌ها قرار گرفت.

گردآوری داده‌های گردشگری خارجی به‌خاطر 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. به‌همین 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 به‌طور 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 شمسیان 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 رکن آبادی استاد گروه آمار دانشگاه فردوسی بار اصلی طراحی نمونه‌گیری این پیمایش را بر عهده داشته اند. 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

شناسنامهء پیمایش

عنوان طرح:	پیمایش ملی ارزش ها، نگرش ها و رفتارشناسی گردشگری د رایران
کار فرما:	سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور دفتر مرکزی جهاددانشگاهی کشور
مسئول طرح:	حامد بخشی، مژگان عظیمی هاشمی
ناظر طرح:	محمدرضا جلالی
مشاوران علمی طرح:	حسین ایمانی خوشخو، محمود سراج زاده، غلامحید رابراهیم بای سلامی، علی‌اصغر 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 برزگر، ملیحه اکبری، عفت امیرفولادی، امید رضایی، مرتضی چرخ زرین، آرش قهرمان،امید شاکریان، زکیه واعظ زاده، محبوبه برند