

فصلنامه روستا و توسعه پایدار فنا
پیاپی

دوره اول، شماره یکم، پیاپی ۱، بهار ۱۳۹۹

تحلیل عوامل اثرگذار بر طول اقامت گردشگران در بوم‌گردی‌های شهرستان مشهد

نازنین نعیم آبادی^۱، فرهاد جوان^{۲*}

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۲- دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

DOI: [10.22077/vssd.2020.3551.1004](https://doi.org/10.22077/vssd.2020.3551.1004)

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران از اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد انجام شده است. ماهیت این تحقیق کاربردی، روش اجرای آن توصیفی و تحلیلی و نوع آن، پیمایشی است. واحد تحلیل نیز در دو سطح بوده: سطح اول گردشگرانی که در فصل بهار از اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد در سال ۱۳۹۸ بازدید نمودند؛ سطح دوم، کارشناسان و متخصصان در حوزه مطالعاتی و دانشگاهی بوده است. در سطح اول تعداد ۱۴۶ نفر گردشگر و همچنین در سطح دوم ۲۰ نفر از کارشناسان و متخصصان در حوزه مطالعاتی و دانشگاهی به عنوان جامعه نمونه انتخاب شده است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزارهای SPSS و EXPERT CHOISE و مدل ویکور فازی استفاده گردیده شد. نتایج حاصل از رتبه‌بندی عوامل موثر در طول اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه متخصصان با استفاده نرم افزار Expert Choice نشان داد، عامل مناظر زیبا با وزن به دست آمده ۰/۱۰۰+، بالاترین رتبه و عامل جشنواره‌ها با وزن به دست آمده ۰/۳۰+ پایین‌ترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. در ادامه نیز جهت رتبه‌بندی اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد بر اساس طول اقامت گردشگران از مدل ویکور فازی استفاده گردیده است. در بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد، به ترتیب اقامتگاه‌های کلبه عمو نعمت با وزن به دست آمده ۰/۲۵۷+، ارگ کنگ با وزن به دست آمده ۰/۲۱۳+، عمارت ورجاوند با وزن به دست آمده ۰/۲۰۷+، ارگ رادکان با وزن به دست آمده ۰/۱۰۰+، ماژال با وزن به دست آمده ۰/۰۸۷+، شهربانو با وزن به دست آمده ۰/۰۷۵+، کنگ کهن با وزن به دست آمده ۰/۰۶۰+، بالاترین و پایین‌ترین وزن‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

تاریخ دریافت:

۲۷ تیر ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۲۸ مرداد ۱۳۹۹

صفحات: ۸۴-۶۹



کلید واژگان:

گردشگری، اقامتگاه

های بوم‌گردی،

شهرستان مشهد

۱- مقدمه

گردشگری یکی از توسعه یافته‌ترین صنایع نیمه‌ی دوم قرن بیستم بود و اغلب به عنوان کلیدی برای رشد اقتصادی، هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه استفاده شده است (Font and Ahjem, 1999, 63). گردشگری به عنوان یک بخش رو به رشد اقتصادی، به فراخور نوع مکان و منطقه گردشگری، شکل‌های مختلفی به خود می‌گیرد. هر منطقه، مکان یا مقصد خصوصیات خاص خود را دارد و باید استراتژی‌های مختلف بر اساس نقاط قوت این مکان‌ها توسعه یابد (Duman et al, 2008, 2). از مهمترین اثرات مثبت گردشگری بر جامعه میزبان می‌توان به اشتغال‌زایی، تجدید حیات مناطق توسعه نیافته یا غیرصنعتی، نوزایی هنرها و فنون محلی و فعالیت‌های فرهنگی سنتی، بهبود زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه محلی، نوسازی سنت‌های معماری محلی و افزایش توجه به حفاظت از مناطق فوق‌العاده زیبایی که دارای ارزش‌های زیباشناختی و فرهنگی هستند اشاره کرد (امیرحاجلو و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۷). در این راستا در دهه‌های اخیر، مقاصد گردشگری زیادی پدید آمده و سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری نیز افزایش یافته است (Kani et al, 2017, 89). یکی از شاخه‌های رو به رشد گردشگری، اکوتوریسم یا بوم گردی است. بوم گردی به عنوان یکی از ابزارهای با اهمیت توسعه پایدار بین تمامی بخش‌های صنعت گردشگری در حال رشد است و با حصول میلیاردها دلار درآمد به عنوان صنعتی واقعی و پرسود شناخته شده است (امینیان و همکاران، ۱۳۹۱، ۲). در واقع بوم گردی از مهمترین فعالیت‌های اقتصادی در نقاط مختلف جهان به شمار می‌آید که فرصت بسیار مناسبی را در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهد تا از اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و چگونگی محافظت از فرهنگ‌های محلی و طبیعت آگاهی یابند. این شرایط می‌تواند درآمد خوبی را برای جوامع محلی و نواحی دور دست طبیعی به وجود آورد. اکوتوریسم و یا به عبارتی بوم گردی دارای اشکال مختلف و انواع گوناگونی است که بسته به شرایط محیطی متفاوت می‌باشد (Caret, 2000, 113). بر این اساس مطالعات زیادی در خصوص بررسی و شناسایی عوامل موثر بر تعداد جذب گردشگر در اقامتگاه‌های بوم گردی انجام شده است. علاوه بر جذب گردشگر، طول اقامت گردشگران یکی از متغیرهای مهم در صنعت گردشگری است. بسیاری از محققین معتقدند که میزان اثرات مثبت گردشگری بر جوامع بر طول اقامت گردشگران وابسته است. هر چه طول اقامت گردشگر در مقصد گردشگر بیشتر باشد، نرخ اشتغال هتل‌ها و میزان هزینه گردشگران در مقصد گردشگری بیشتر بوده و به این ترتیب مقصد گردشگری از منافع گردشگر استفاده بیشتر خواهد برد (جانی و دنیاپین، ۱۳۹۶).

در این راستا، شهر مقدس مشهد و حومه‌ی آن از دیرباز دارای جاذبه‌های گردشگری متنوعی بوده است که برخی از این عناصر مانند حرم مطهر، مجموعه فرهنگی تفریحی کوهسنگی، مجتمع تجاری زیست خاور و... شناخته شده و جاذبه‌هایی مانند باغ ملی، موزه و حوض خانه هزارستان، فرهنگ سرای بهشت، و ... نیز برخوردار است. همچنین برخی از اقامتگاه‌های بوم گردی از جمله: کنگ کهت، شهربانو، ماژال، ارگ رادکان، عمارت ورجاوند، ارگ کنگ، کلبه عمو نعمت، هر ساله پذیرای میلیون‌ها گردشگر از سوی شهرهای ایران و سایر کشورهای دیگر می‌باشد.

با عنایت به مراتب فوق، در این مطالعه گردشگری در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد مورد بررسی قرار می‌گیرد و ضمن توجه به عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران (عوامل عرضه) در اقامتگاه‌های بوم‌گردی به بررسی و رتبه‌بندی اقامتگاه‌های بوم‌گردی (تقاضا) تحلیل می‌شود. به عبارتی این مطالعه به دنبال پاسخ به سؤالات زیر می‌باشد:

۱- عوامل (محیطی و زیرساخت‌ها، دسترسی، فرهنگی و اجتماعی، اوقات غرافت و سرگرمی، غذاهای محلی) به چه میزان در طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی موثر می‌باشند؟ و ۲- از بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی کدامیک بالاترین رتبه را از لحاظ طول اقامت گردشگران به خود اختصاص داده است؟

۲- بنیان نظریه‌ای

یکی از اشکال مختلف توریسم که امروزه جایگاه ممتازی در عرصه جهانی پیدا کرده است توریسم متکی بر طبیعت و جذابیت‌های طبیعی مناطق جغرافیایی است که به اکوتوریسم (طبیعت گردی) موسوم گردیده است.

اسامی دیگر این نوع گردشگری عبارتند از: گردشگری سبز، گردشگری دلسوزانه، گردشگری ملایم و گردشگری اکولوژیکی (استفانیکا و گومز^۱، ۲۰۱۰). طبق تعریف سازمان ایران گردی، طبیعت گردی یا همان اکوتوریسم هر نوع گردشگری است که به طبیعت مرتبط باشد، به طوری که انگیزه اصلی در این نوع گردشگری بهره‌جستن از جذابیت‌های طبیعی یک منطقه، شامل ویژگی‌های فیزیکی و فرهنگ بومی است و توریست پس از مشاهده جذابیت‌ها بدون این که خللی در آن وارد یا آن را تخریب کند، محل را ترک می‌گوید. بدین ترتیب ضمن بهره‌گیری از فرهنگ، سوابق تاریخی و نمونه‌های طبیعی منطقه، حفظ و احترام به طبیعت، فرصت‌های اقتصادی و درآمدزایی نیز برای مردم محلی ایجاد می‌شود و زمینه حفظ و حمایت جدی‌تر از جذابیت‌ها با منابع مالی تازه‌تر فراهم می‌آید (زارع مهرجردی و ضیاء آبادی، ۱۳۹۲: ۱۲۴). اکوتوریسم از انواع گردشگری مسئولانه است که هدف اصلی آن حفاظت از محیط زیست است. این الگوی فضایی، در برگیرنده گونه‌های متفاوتی از گردشگری شامل گردشگری زیست محیطی، گردشگری دریایی، گردشگری ورزشی، گردشگری صید و شکار و نظایر اینهاست (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵: ۲۱۶). اکوتوریسم نیز می‌تواند یک سفر مسئولانه به مناطق طبیعی که از آسیب رساندن به محیط جلوگیری می‌کند و منافع مردم محلی را تأمین می‌کند تعریف شود (سبا^۲، ۲۰۱۰: ۱۷). (بونروماکیو و مورایاما^۳، ۲۰۱۱: ۲۷۰).

به دلیل اهداف متعددی که اکوتوریسم به دنبال دستیابی به آنهاست و تعاریف متعددی از اکوتوریسم در سطح دنیا ارائه شده است. اکوتوریسم از نظر بازار کار نوعی جهانگردی طبیعت‌گرا تعریف شده است، ولی از سال ۱۹۹۰ به بعد از سوی NGOها، کارشناسان و دانشگاهیان به عنوان ابزاری جهت حصول توسعه پایدار مطرح و مورد مطالعه قرار گرفته است. بنابراین عبارت اکوتوریسم از یکسو به مفهومی اشاره دارد که تحت یکسری اصول و قوانین قرار دارد و از سوی دیگر به یک بخش خاص از

¹ Stefanica and Valvian-Gomez

² Seba

³ Bunruamkaew and Murayama

بازار کار می‌پردازند موسسه بین‌المللی اکوتوریسم در سال ۱۹۹۱ یکی از اولین تعاریف اکوتوریسم را ارائه داد. که عبارت است: اکوتوریسم یک مسافرت مسئولانه به مناطق طبیعی است که محیط زیست را حفظ و زندگی و راحتی مردم محلی را تثبیت می‌نماید. IUCN نیز در سال ۱۹۹۶ اکوتوریسم را چنین تعریف کرد: اکوتوریسم یک مسافرت و دیدار زیست محیطی مسئولانه به مناطق طبیعی دست نخورده بوده و هدف آن لذت بردن و استفاده از طبیعت است که باعث تقویت حفاظت منابع شده، دارای تاثیرات منفی اندک است و باعث فعال شدن جمعیت‌های محلی میشود که از نظر اجتماعی و اقتصادی برای آنان مفید است.

اکوتوریسم که اختصار واژه Ecological-Tourism است، در ادبیات فارسی، جهانگردی زیست محیطی نام گرفته است، بدان مفهوم که: محیط طبیعی که نه تنها یک جهانگرد بلکه سایر انسان‌ها نیز در آن زندگی می‌کنند، طبیعت با هر آنچه که در آن است برداشت و مفهوم بنیادین این واژه اصطلاحی ترکیبی است. به گونه‌ای فشرده هدف اصلی از این گرایش نوین آنست که جهانگردی یا به عبارت دیگر جهانگرد و محیط زیست چه داد و ستدهایی با یکدیگر می‌توانند داشته باشند (نیوند و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۳). اما اکوتوریسم، واژه جدیدی است که محققین علوم گردشگری در تعریف آن دچار مشکلات فروانی می‌باشند. ولیکن از مجموع نظریات آنها می‌توان چنین برداشت نمود که اکوتوریسم عبارت است از سفری مسئولیت پذیر به مناطق طبیعی، که از آنها حفاظت می‌شود و باعث ارتقاء امکانات مردم بومی می‌شود. بنابراین بر مبنای این تعریف می‌توان گفت که در اکوتوریسم تاکید بر این است که باید سعی کرد این انگیزه در گردشگر ایجاد شود که با مراقبت از طبیعت و همچنین احترام به فرهنگ‌های سنتی به حفظ محیط زیست کمک نماید. در این بین، آنچه بیش از هر چیز دیگر در تعاریف اکوتوریسم از اهمیت برخوردار است عنوان مسئولیت پذیری است که به واسطه آن گردشگر نسبت به محیطی که بازدید می‌کند باید نوعی حس مسئولیت جهت حفظ و نگهداری آن محیط در خود ایجاد نماید. بنابراین، گردشگر بر مبنای اکوتوریسم بر محیط و حتی فرهنگ مناطقی که بازدید می‌کند تاثیر مثبت می‌گذارد. حال با درک این مطلب در تعریفی جامع‌تر از اکوتوریسم می‌توان گفت اکوتوریسم، توریسمی است بر مبنای طبیعت می‌باشد که آن شامل آموزش و درک محیط طبیعی و باعث تامین پایداری اکولوژیکی می‌شود (نیوند و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۲).

به منظور درک بهتر و بررسی دقیق‌تر صنعت گردشگری، تقسیم‌بندی‌های مختلفی در خصوص اجزا و عوامل موثر بر آن صورت گرفته است. بر اساس همین تقسیم‌بندی‌ها دو رویکرد در بررسی عوامل موثر بر گردشگری وجود دارد. رویکرد اول، رویکرد تقاضا محور بوده و برگرفته از این فرض است که مقصد، برانگیزنده باورها و احساسات افراد بوده و نیاز آنها را برآورده می‌سازد (هو و ریچی، ۱۳۹۳). از سویی رویکرد عرضه محور در گردشگری بر خدماتی تمرکز دارد که برای بازدیدکنندگان یک مقصد طراحی و آماده شده‌اند. این عناصر، با سیاست‌ها و عملکرد بخش‌های دولتی و خصوصی هدایت و کنترل می‌شوند. موفقیت و توسعه گردشگری در این رویکرد وابسته به شناسایی صحیح اجزاء و عناصر عرضه است (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۱). در این میان یوثوب و همکاران (۲۰۱۶)، تسهیلات رفاهی و یا زیرساخت‌ها را امکاناتی می‌دانند که برای رضایتمندی عموم مردم فراهم می‌شود که از آن جمله می‌توان به حمل و نقل و بهداشت اشاره نمود. البته برخی از این زیرساخت‌ها برای گردشگر دارای اهمیت بیشتری است. در این خصوص نظام گردشگری که توسط ونهو (۲۰۰۵)، معرفی شده، ابعاد بیشتری را

بازگو می‌کند. ونه‌و، نظام گردشگری را به عنوان چارچوبی تعریف می‌کند که از تعامل بین عناصر تقاضای گردشگری (انگیزه گردشگران)، عناصر اتصالی (واسطه‌های سفر و بازاریابی) و عرضه گردشگری در مقصد (خدمات، تسهیلات و زیرساخت‌ها) تشکیل شده است. وی عناصر نظام گردشگری را شامل مواردی از جمله (جاذبه‌های گردشگری، تسهیلات حمل و نقل، مراکز اقامتی، تاسیسات زیربنایی، عناصر موسساتی و تسهیلات گردشگری می‌داند. در این میان بسیاری از صاحب نظران اعتقاد دارند که خدمات اسکان و پذیرایی در صنعت گردشگری از پیچیده‌ترین و پویاترین مولفه‌های صنعت گردشگری است و میزان تسهیلات و تسهیلات مراکز اقامتی، بازتابی از نیازها و سلیقه‌های مختلف مسافران و پویایی این بازار است (سلیمانی مقدم و اسلامی، ۳۹۰، ۱۰۶).

با بررسی مطالب فوق، مشخص می‌شود که مطالعات صورت گرفته بیشتر در مورد عوامل موثر بر جذب گردشگری می‌باشد ولیکن در رابطه با طول اقامت گردشگری صحبتی نشده است. بر اساس نظریه مصرف کننده، طول اقامت تابعی از درآمد و هزینه‌های سفر می‌باشد، اما باروس و کوریا (۲۰۰۸)، معتقد هستند که طول اقامت تحت تاثیر انتظارات و نگرش‌های مصرف کننده قرار دارد. این نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی در ویژگی‌های مصرف کننده، محصول و محیط (محل) که خرید انجام می‌شود) خود را نشان می‌دهند (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۲). در ادامه نیز لازم دانسته شد از ویژگی‌های مقصد گردشگری مطالبی بیان شود، در واقع تجربه گردشگر از یک مقصد محصول اصلی گردشگری است (کیانی، ۱۳۸۷)، و مقصد گردشگری در مرکز توجه بازدیدکنندگان قرار دارد (زایکار و همکاران، ۲۰۱۰)، در سطح مقصد محصول گردشگری مجموعه‌ای از مولفه‌های مختلف مثل امور مربوط به اقامت، غذا و سرگرمی می‌باشد (زایکار و همکاران، ۲۰۱۰، مت سام و بادرانه، ۲۰۱۰، تی ای کام، ۲۰۱۱)، و محققینی دیگری از جمله تی ای کام (۲۰۱۱) و لای و کوآنگ وین (۲۰۱۲) این ویژگی‌ها تحت عنوان مختلف طبقه‌بندی نموده‌اند. مثلاً تی ای کام مهمترین ویژگی‌ها را در شش مورد به شرح زیر طبقه‌بندی کرده است: - محیط، زیرساخت‌ها، دسترسی، فرهنگ و اجتماع، اوقات فراغت و اجتماع، اوقات فراغت و سرگرمی، غذاهای محلی، همچنین لای و کوآنگ وین این ویژگی‌ها را در چهار طبقه منابع طبیعی، فعالیت‌ها و منابع فرهنگی، منابع انسانی، تسهیلات گردشگری تعریف و طبقه‌بندی کرده است. علاوه بر این محققانی دیگر از جمله کوپر، فلچر، گیلبرت، ویژگی‌های مقصد را به چهار نوع جاذبه‌ها، دسترسی، امکانات و خدمات فرعی تقسیم نموده‌اند.

شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲)، عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری را به سه دسته: متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای سمت عرضه و متغیرهای ارتباطی تقسیم می‌کنند. متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه مبداء هستند که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران تأثیرگذار است. از جمله این متغیرها میتوان به انگیزه‌های فردی سفر گردشگران، فرهنگ و سن مردم و شرایط جغرافیایی اشاره نمود. متغیرهای سمت عرضه به مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگری پذیر اطلاق میشود که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران برای ورود به منطقه گردشگری پذیر تأثیرگذار است که از آن جمله می‌توان به متغیرهای اقتصادی منطقه گردشگری پذیر همانند سطح توسعه یافتگی و برخورداری از زیرساخت‌های بهداشتی اشاره نمود. در نهایت متغیرهای ارتباطی نیز به آن دسته از متغیرهایی اطلاق میشود که دو منطقه را با همدیگر مرتبط می‌نماید.

جانی و دنیابین (۱۳۹۶)، در پژوهشی تحت عنوان، بررسی عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی: مطالعه بین استانی، به این نتایج دست یافتند، تاثیر عوامل عرضه بر طول اقامت گردشگر معنی دار نبوده، اما درآمد گردشگر و برخی از ویژگیهای منطقه از جمله جمعیت، تعداد پزشک متخصص، تعداد دانشجوی و همچنین جاذبه‌های طبیعی مقصد گردشگری بر طول اقامت گردشگر تاثیر معنی دار دارند. نظری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان، عوامل موثر بر جذب گردشگران بین‌المللی ایران با استفاده از مدل جاذبه به این نتایج دست یافتند، بین متغیرهای مستقل و وابسته و البته به جزء متغیر جاذبه‌های ثبت جهانی ارتباط معناداری وجود دارد. به لحاظ اهمیت نیز متغیر شاخص برند و بعد از آن تعداد تخت هتل‌ها بیشترین تاثیر را بر تقاضای گردشگری دارند و تنها عامل منفی متغیر فاصله‌ی جغرافیایی می‌باشد. هریسچیان و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی تحت عنوان، ارزیابی عوامل موثر بر طول اقامت و ماندگاری گردشگران در شهر تبریز، به این نتایج دست یافتند، علیرغم ورود گردشگران به شهر تبریز، طول اقامت گردشگران به دلایلی کوتاه می‌باشد. تاسیسات زیربنایی، امکانات رفاهی، تعداد دفعات سفر به منطقه، نوع وسیله نقلیه مهمترین عوامل تاثیرگذار در طول اقامت گردشگران می‌باشند. ایپاتو (۲۰۱۲)، عوامل موثر بر گردشگری را مشتمل بر عوامل طبیعی (جاذبه‌های گردشگری)، عوامل اقتصادی و اجتماعی، نیازهای اساسی صنعت توریسم، زیر ساخت ها و بهداشت معرفی میکند. اسماعیل‌زاده (۲۰۱۳)، در مقاله خود تحت عنوان تحلیل توسعه گردشگری از دیدگاه روستاییان (مطالعه موردی روستای یان چشمه، به تحلیل توسعه گردشگری در این منطقه می‌پردازد. هدف از مطالعه در این پژوهش بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری از نظر روستاییان که پنج عامل در توسعه گردشگری از نظر روستاییان شناسایی شد که شامل (زیر زمین، مدیریت، برنامه‌ریزی، آموزش و پرورش و تحقیق) می‌باشد. کازوزورا (۲۰۱۴)، عوامل تعیینکننده طول مدت اقامت در تانزانیا را برای سالهای ۲۰۰۱، ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ بر اساس رویکرد مدل الجستیک مورد بررسی قرار میدهد و نتیجه میگیرد که عوامل بسیاری از جمله سن، جنس و تعداد اعضای خانوار، درآمد خانوار و تعداد فرزند بر مدت اقامت توریستهای تانزانیا تاثیر معنی دار دارند. همچنین وی نتیجه میگیرد که مدت اقامت افرادی که در مقصد گردشگری دوستان و آشنایانی دارند، بیشتر از افرادی است که با هدف تفریح و سرگرمی و یا به منظور تجارت سفر نموده‌اند. جعفر و خوشکام (۲۰۱۴) با مطالعه رابطه بین طول اقامت و امکانات رفاهی در کشور مالزی به این نتایج دست یافتند که رضایت گردشگرانی که مدت اقامت آنها کمتر از ده روز بوده است بیش از رضایت گردشگرانی است که مدت اقامت آنها بیش از ده روز بوده است و بر این اساس نکاتی را برای دولت در جهت امکانات رفاهی توصیه کردند.

عبدالله زاده و تقی زاده (۲۰۱۵)، در پژوهشی تحت عنوان، شناسایی و اولویت بندی مناطق مناسب برای توسعه اکوتوریسم با مناطق گردشگری، بیابان، پیاده روی، اسکی، حیات وحش، بین این فعالیت‌های اختصاص یافته سه مکان در رتبه اول، همچنین تماشای استفاده از MultiCriteria جهت تجزیه و تحلیل برای توسعه بازار گردشگری در ایران (شهر ناتانز)، به این نتایج دست یافتند، از بین ستارگان، تماشای طبیعت، ترابری، صعود نیز در اولویت بعدی قرار دارد.

محمدیان معصوم و همکاران (۲۰۱۷)، گونه شناسی رویکرد توسعه اکوتوریسم و ارزیابی آن از نظر پایداری استان مازندران را ارائه نموده اند. در این مقاله رویکرد پایداری توسعه اکوتوریسم در استان مازندران در شمال ایران از دیدگاه مردم محلی مورد ارزیابی قرار گرفته و به این منظور از ۳۰ شاخص استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد، توسعه اکوتوریسم در این

منطقه در یک رویکرد ترکیبی، بر روابط نابرابر قدرت و تعاملات بین رهبری محیط زیست طبیعی و انسانی، و میزبان و مهمان استوار است. نتایج حاصل از بررسی پایداری اکوتوریسم، از دیدگاه مردم محلی حاکی از آن است توسعه اکوتوریسم در مازندران در وضعیت ناپایداری قرار دارد.

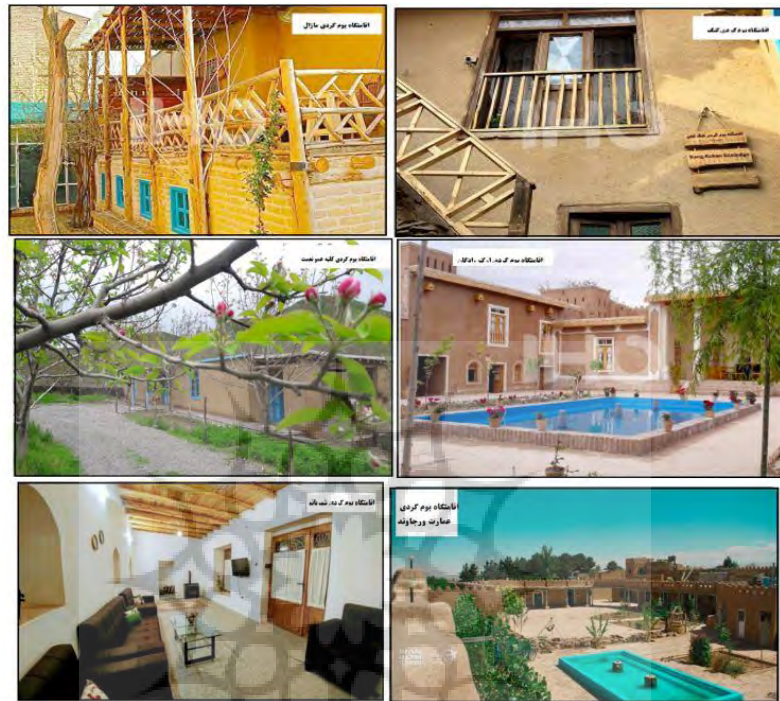
۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی و تحلیلی است. هدف از انجام این پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی مشهد می‌باشد. جهت گردآوری اطلاعات در بخش نظری از روش اسنادی و در بخش میدانی از روش پیمایشی مبتنی بر مصاحبه و پرسشنامه بهره گرفته شده است.

واحد تحلیل نیز شامل دو سطح می‌باشد: سطح اول گردشگرانی که در فصل بهار از اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد در سال ۱۳۹۸ بازدید نمودند. سطح دوم، کارشناسان و متخصصان در حوزه مطالعاتی و دانشگاهی می‌باشد. جهت تعیین تعداد نمونه از نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردیده شد. بر این اساس تعداد ۱۴۶ نفر (گردشگر) به عنوان جامعه نمونه در سطح اول تعیین شدند. همچنین جهت برآورد حجم نمونه در سطح دوم که شامل کارشناسان، و متخصصان در حوزه مطالعاتی و دانشگاهی می‌باشد از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردید، بنابراین در این قسمت تعداد ۲۰ نفر (تا زمان به اشباع رسیدن نتایج) به عنوان جامعه نمونه انتخاب شدند. بنابراین در مجموع تعداد (۱۶۶) پرسشنامه توزیع و تکمیل گردید. همچنین قابل ذکر است پرسشنامه ارزیابی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی مشهد توسط محقق برای این بررسی شناخته شد. برای ساختن گویه‌ها پرسشنامه، با توجه به شاخص‌های ۱۹ گانه منطبق بر چارچوب نظری، ابتدا سؤالات مقدماتی تنظیم شد. پس از انجام اولیه آمایشی (pre-test) بر روی برخی از شرکت‌کنندگان تحقیق، استفاده از نظر متخصصان و کارشناسان دانشگاهی و انجام اصلاحات و کسب نمره تاثیر مناسب برای هر گویه، روایی پرسشنامه مورد تایید قرار گرفت. همچنین پایایی پرسشنامه پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ (بسته نرم‌افزاری SPSS) محاسبه گردید. دامنه آلفای کرونباخ می‌تواند بین صفر تا یک باشد. هرچه آلفای کرونباخ به سمت ۱ میل کند پایایی بیشتر است. اگر آلفای کرونباخ کمتر از ۰/۵ باشد ابزار کار فاقد پایایی است. آلفای کرونباخ ۰/۵ تا ۰/۷ پایایی متوسط و قابل قبول را دارد. پایایی ابزار پژوهش بر اساس روش ضریب آلفای کرونباخ، ۰/۷۵۱ به دست آمد که مورد قبول است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم افزارهای SPSS و EXPERT CHOISE و مدل ویکور فازی استفاده گردیده شد.

مشهد مرکز شهرستانی به همین نام در استان پهناور خراسان رضوی به لحاظ موقعیت در ۵۹ دقیقه و ۳ درجه تا ۶۰ درجه و ۳۵ دقیقه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۴۲ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۵۹ دقیقه عرض شمالی قرار گرفته و از شمال به شهرستان کلات، از شمال غربی به درگز، از غرب به چناران و نیشابور و از شرق به سرخس و تربت جام محدود می‌گردد (استاندارد استان خراسان رضوی). شهر مشهد به واسطه همسایگی و همجواری بارگاه ملکوتی ثامن الحجج (ع)، هرساله بیش از میلیونها زائر هم وطن و بازدید کننده داخلی و خارجی در محدوده این منطقه تردد نموده و در هتل‌ها و اقامتگاهها و منازل شخصی آن اسکان می‌یابند. یکی

از مکان‌های دیدنی در شهر مشهد، اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌باشد. اقامتگاه‌های بوم‌گردی از جمله: کنگ کهن، شهربانو، مازال، ارگ رادکان، عمارت ورجاوند، ارگ کنگ، کلبه عمو نعمت، هر ساله پذیرای میلیون‌ها گردشگر از سوی شهرهای ایران و سایر کشورهای دیگر می‌باشد (شکل ۱).



شکل ۱- اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد

۴_ یافته‌ها و تحلیل داده

در این قسمت از پژوهش یافته‌های تحقیق در دو بخش: شامل یافته‌های مبتنی بر نظر گردشگران و نیز یافته‌های تحلیلی مربوط به کارشناسان و متخصصان در حوزه مطالعاتی و دانشگاهی در مورد ارزیابی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران از اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد ارائه می‌گردد. شایان ذکر است جهت بررسی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران از آزمون رگرسیون به روش گام به گام و نرم افزار Expert choice استفاده گردیده است.

جدول ۱- بررسی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران از دیدگاه گردشگران

مقدار t	Beta	سطح معناداری F	R ²	R	شاخص‌ها
۷/۶۴	۰/۶۷۵	۰/۰۰۰	۰/۵۳۳	۰/۶۵۴	مناظر زیبا
۶/۵۴۳	۰/۶۶۵	۰/۰۰۰	۰/۵۷۸	۰/۶۳۲	مهارت ارتباطی کارکنان
۶/۳۴۵	۰/۵۵۴	۰/۰۰۰	۰/۷۳۲	۰/۶۶۵	پاکیزگی محیط
۹/۴۳۲	۰/۵۴۳	۰/۰۰۰	۰/۶۶۵	۰/۷۶۵	قیمت و وضعیت اقامتگاهها
۷/۶۶	۰/۷۸۹	۰/۰۰۰	۰/۵۸۹	۰/۶۵۴	شبکه‌های برق
۷/۴۴	۰/۶۷۴	۰/۰۰۰	۰/۶۶۳	۰/۶۷۸	آب
۸/۷۳	۰/۷۱۲	۰/۰۰۰	۰/۵۴۳	۰/۶۶۵	اینترنت
۸/۵۵	۰/۷۳۲	۰/۰۰۰	۰/۵۴۳	۰/۵۴۳	کیفیت جاده‌ها
۶/۵۵	۰/۵۵۴	۰/۰۰۰	۰/۵۴۳	۰/۵۴۳	کیفیت معابر
۶/۳۳	۰/۶۱۲	۰/۰۰۰	۰/۵۳۲	۰/۶۶۲	دسترسی امن و صحیح
۶/۱۲	۰/۶۲۱	۰/۰۰۰	۰/۵۸۷	۰/۶۷۵	حمل و نقل عمومی
۸/۴۴	۰/۵۶۴	۰/۰۰۰	۰/۶۱۲	۰/۷۱۲	مهمان‌نوازی مردم
۷/۴۳	۰/۶۶۴	۰/۰۰۰	۰/۵۵۴	۰/۵۵۴	جشنواره‌ها
۷/۴۴	۰/۶۶۳	۰/۰۰۰	۰/۶۳۳	۰/۶۸۷	نمایشگاه‌های صنایع دستی
۸/۶۷	۰/۶۱۲	۰/۰۰۰	۰/۶۳۳	۰/۶۱۱	فعالیت‌های ورزشی
۸/۷۸	۰/۷۳۲	۰/۰۰۰	۰/۶۷۸	۰/۶۳۳	امکانات خرید
۶/۵۵	۰/۵۶۷	۰/۰۰۰	۰/۵۳۲	۰/۶۹۸	تنوع و منحصر به فردی غذاها
۶/۳۲	۰/۶۴۲	۰/۰۰۰	۰/۶۲۲	۰/۶۵۴	کیفیت غذاها
۶/۱۲	۰/۶۳۴	۰/۰۰۰	۰/۵۴۳	۰/۶۸۱	قیمت غذاها

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

با توجه به جدول شماره (۱)، ملاحظه می‌شود، عوامل موثر مطرح شده بر طول اقامت گردشگران با سطح معناداری به دست آمده $P=0/05$ تاثیر زیادی بر طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد دارد. بر اساس نتایج به دست آمده، عواملی که بر طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی این شهرستان تاثیر معنی‌داری دارند عبارتند از: عوامل (محیطی، زیرساخت‌ها، اجتماعی و فرهنگی، دسترسی، اوقات فراغت و سرگرمی، غذاهای محلی) می‌باشد. همه این عوامل در گروه (عرضه) می‌باشند. بر اساس نتایج فوق متغیرهای اثرگذار بر طول اقامت گردشگران، غالباً از جمله متغیرهای مرتبط با ویژگی، توانمندی و امکانات رفاهی اقامتگاه‌های بوم‌گردی هستند. به عبارتی متغیرهایی مثل مناظر زیبا، قیمت اقامتگاه‌های بوم‌گردی، کیفیت جاده‌ها، موجب آسودگی خیال گردشگران به مقصد گردشگری می‌شوند. البته قابل ذکر است که طول اقامت تنها تحت تاثیر توانمندی و جاذبه‌های اقامتگاه‌ها نبوده، بلکه به درآمد گردشگر و همچنین ویژگی‌های منطقه از جمله جمعیت منطقه نیز وابسته است.

جهت بررسی و اولویت‌بندی مهمترین عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران از دیدگاه متخصصان از فرایند سلسه مراتبی از نرم افزار Expert Choice استفاده شده است. بدین ترتیب برای هر عامل در هر سطح از مجموع نظرات کارشناسان، میانگین هندسی گرفته شد و سپس میانگین‌ها وارد نرم‌افزار Expert Choice شد و یک جدول نهایی در هر سطح به دست آمد که این جدول اولویت‌بندی

عوامل را در همان سطح نشان می‌دهد. در فرایند تحلیل سلسله مراتبی همواره می‌توان میزان سازگاری تصمیم را محاسبه نمود. در صورتی که شاخص ناسازگاری از $0/1$ بیشتر باشد، سطح ناسازگاری مجموعه رتبه‌ها غیر قابل قبول بوده و رتبه‌بندی‌ها بایستی مجدداً تکرار گردند. در نهایت، نرم‌افزار از روی قضاوت‌های اصلاح شده، وزن نهایی هر گزینه را محاسبه می‌کند.

جدول ۲- وزن نهایی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران از دیدگاه متخصصان

رتبه نهایی	وزن نهایی	شاخص‌ها
۱	$0/100$	مناظر زیبا
۴	$0/065$	مهارت ارتباطی کارکنان
۷	$0/057$	پاکیزگی محیط
۲	$0/088$	قیمت و وضعیت اقامتگاهها
۴	$0/065$	شبکه‌های برق
۱۱	$0/046$	آب
۵	$0/63$	اینترنت
۳	$0/071$	کیفیت جاده‌ها
۱۴	$0/032$	کیفیت معابر
۱۰	$0/052$	دسترسی امن و صحیح
۹	$0/054$	حمل و نقل عمومی
۷	$0/043$	مهمان‌نوازی مردم
۱۵	$0/030$	جشنواره‌ها
۶	$0/032$	نمایشگاه‌های صنایع دستی
۱۲	$0/043$	فعالیت‌های ورزشی
۸	$0/055$	امکانات خرید
۶	$0/062$	تنوع و منحصر به فردی غذاها
۱۳	$0/034$	کیفیت غذاها
۱۳	$0/034$	قیمت غذاها

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

نتایج حاصل از رتبه‌بندی عوامل موثر در طول اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه متخصصان در جدول (۲) ملاحظه می‌شود، بر اساس نتایج به دست آمده، عامل مناظر زیبا با وزن به دست آمده $0/100$ ، بالاترین رتبه و عامل جشنواره‌ها با وزن به دست آمده $0/30$ پایین‌ترین وزن را به خود اختصاص داده‌اند. جهت بررسی و رتبه‌بندی اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد بر اساس طول اقامت گردشگران از مدل ویکور فازی استفاده گردیده است. نتایج به شرح جدول ذیل می‌باشد.

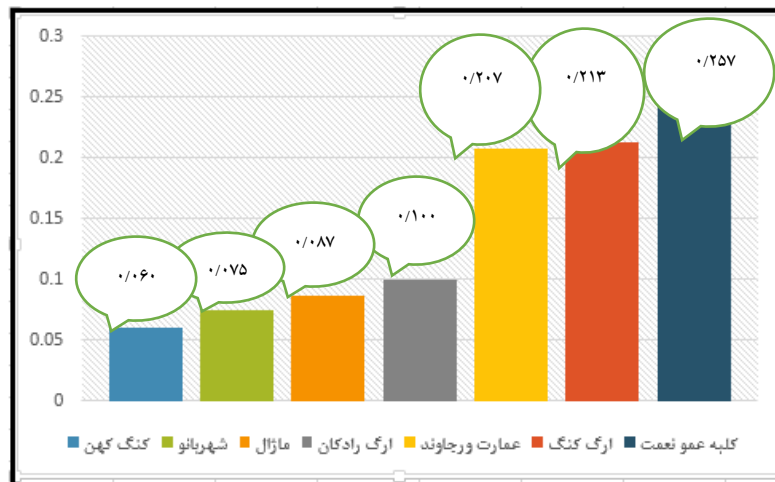
جدول ۳ - نتایج اقامتگاه‌ها و عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران

محیطی	زیرساخت‌ها	دسترسی	فرهنگی و اجتماعی	اوقات فراغت و سرگرمی	غذاهای محلی
	(۰/۷۵، ۱، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)
کنگ کهن	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵، ۱، ۱)
	(۰/۷۵)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵، ۱، ۱)
	(۰/۷۵، ۱، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۷۵، ۱، ۱)
شهربانو	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵)
	(۰/۷۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵)
	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵)
ماژال	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)
	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)
	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)
ارگ رادکان	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)
	(۰/۷۵)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵)
	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)
عمارت ورجاوند	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)
	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)
	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)	(۰/۲۵ و ۰)
ارگ کنگ	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۷۵، ۱)	(۰/۵، ۰/۲۵)
	(۰/۷۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵)
	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)
کلبه عمو نعمت	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)
	(۰/۷۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵)
	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)
	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵، ۰/۵، ۰/۲۵)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)	(۰/۷۵)	(۰/۵، ۰/۲۵، ۰)

جدول ۴- محاسبه مقادیر جمع فازی برای هر اقامتگاه بوم گردی و تعیین شاخص مطلوبیت و شاخص نارضایتی و وزن نهایی

وزن نهایی	R	S	غذاهای محلی	اوقات فراغت و سرگرمی	فرهنگی و اجتماعی	دسترسی	زیرساخت‌ها	محیطی	
۰/۰۶۰	۰/۰۹۴	۰/۳۹۷	۰/۹۹) ۰/۹۰ (۰/۵۷	۰/۷۵) ۰/۴۲ (۰/۵۰	۰/۷۵، ۰/۵۸) (۰/۶۶	۰/۰۶۶، ۹۹) (۰/۵۰	۰/۷۵، ۰/۹۰) (۰/۵۸	۰/۵۸، ۰/۷۵) (۰/۵۸	کنگ کهن
۰/۰۷۵	۰/۱۴۲	۰/۴۷۸	۰/۰، ۲۴/۴۱) (۰/۴۹	۰/۲۴، ۰) (۴۹	۰، ۰/۴۹) (۰/۱۴	۰/۴۱، ۰/۱۶ (۰/۵۷	۰/۲۴، ۰/۴۱) (۰/۴۹	(۴۹، ۰/۲۴، ۰) (۴۹، ۰/۲۴، ۰)	شهربانو
۰/۰۸۷	۰/۱۴۲	۰/۵۰۶	۰/۲۴، ۰) (۰/۴۹	۰/۲۴) ۰/۲۴ (۰/۴۹	۰/۱۶، ۰/۵۸) (۰/۴۱	(۴۹، ۰/۲۴، ۰)	۰/۰، ۰/۱۰) (۰/۴۹	(۴۹، ۰/۲۴، ۰) (۴۹، ۰/۲۴، ۰)	مازال
۱۰۰	۰/۱۳۶	۰/۴۹۵	۰/۹۰) ۰/۴۹ (۰/۴۹	۰/۹۰) ۰/۴۹ (۰/۴۹	۰/۴۹، ۰/۹۰) (۰/۴۹	۰/۶۶، ۰/۹۹) (۰/۴۹	۰/۴۹، ۰/۹۰) (۰/۴۹	۰/۵۸، ۰/۷۵) (۰/۸	ارگ رادکان
۰/۲۰۷	۰/۱۴۲	۰/۴۴۹	۰/۲۴، ۰) (۰/۴۹	۰/۰، ۸۲، ۰) (۰/۳۳	۰/۲۴، ۰) (۰/۴۹	۰/۰، ۸۲، ۰) (۰/۳۳	(۴۹، ۰/۲۴، ۰)	(۴۹، ۰/۲۴، ۰)	عمارت ورجاوند
۰/۲۱۳	۰/۱۴۲	۰/۴۱۰	۰/۶۶) ۰/۴۹ (۰/۴۹	۰/۹۹) ۰/۴۹ (۰/۴۹	۰/۴۹، ۰/۶۶) (۰/۴۹	۰/۴۹، ۰/۲۴) (۰/۴۹	۰/۴۹، ۰/۲۴) (۰/۴۹	(۴۹، ۰/۲۴، ۰)	ارگ کنگ
۰/۲۵۷	۰/۱۲۱	۰/۴۱۵	۰/۱۶) ۰/۴۲ (۰/۵۸	۰/۴۱) ۰/۴۹ (۰/۶۶	۰/۴۱، ۰/۴۹) (۰/۴۹	۰/۴۹، ۰/۴۱) (۰/۶۶	۰/۴۹، ۰/۴۱) (۰/۶۶	۰/۴۲، ۰/۱۶) (۰/۵۸	کلبه عمو نعمت

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸



شکل ۲- نمودار وزن نهایی اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد

همانطور که جدول (۴) و شکل (۲)، ملاحظه می‌شود، در بین اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد، به ترتیب اقامتگاه‌های کلبه عمو نعمت با وزن به دست آمده ۰/۲۵۷، ارگ کنگ با وزن به دست آمده ۰/۲۱۳، عمارت ورجاوند با وزن به دست آمده ۰/۲۰۷، ارگ رادکان با وزن به دست آمده ۰/۱۰۰، ماژال با وزن به دست آمده ۰/۰۸۷، شهریانو با وزن به دست آمده ۰/۰۷۵، کنگ کهن با وزن به دست آمده ۰/۰۶۰، بالاترین و پایین‌ترین وزن‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

۵- بحث و فرجام

براساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، اقامتگاه‌هایی هستند که در محیط‌های طبیعی با رعایت بالاترین سطح ممکن ضوابط زیست محیطی و به شکلی سازگار با معماری بومی و سیمای طبیعی منطقه احداث شده و ضمن حداکثر تعامل با جامعه محلی، زمینه حضور و اقامت طبیعت‌گردان را با کیفیتی قابل قبول و تعریف شده در محیط‌های طبیعی فراهم می‌نمایند. اقامتگاه‌های بوم‌گردی سبب می‌شود زنجیره فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی به طور مستقیم و غیر مستقیم درگیر شود و فرصت‌های بسیار خوبی را برای کسب و کارهای کوچک و خانوادگی ایجاد نماید. با افزایش ارزش افزوده و تنوع محصولات و خدمات، در توانمندسازی جامعه محلی و توسعه پایدار موثر بوده و سبب کاهش مهاجرت‌های روستایی می‌شود. علاوه بر آن؛ طول اقامت گردشگران یکی از متغیرهای مهم در صنعت گردشگری است. بسیاری از محققین معتقدند که میزان اثرات مثبت گردشگری بر جوامع به طول اقامت گردشگران وابسته است. هر چه طول اقامت گردشگر در مقصد گردشگری بیشتر باشد، نرخ اشتغال هتل‌ها و میزان هزینه گردشگران در مقصد گردشگری بیشتر بوده و به این ترتیب مقصد گردشگری از منافع گردشگر استفاده بیشتری خواهد برد. در این میان عوامل گوناگونی بر طول اقامت گردشگران تاثیرگذارند که هر کدام سهم خاصی را به خود اختصاص می‌دهند. بنابراین در پژوهش حاضر به بررسی عوامل موثر بر طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد پرداخته شده است. بر اساس نتایج به دست آمده طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی این شهرستان مستلزم توجه به مولفه‌های (محیطی، زیرساخت‌ها، دسترسی، فرهنگی و اجتماعی، اوقات فراغت و سرگرمی، غذاهای محلی) (عوامل طرف عرضه) از یک طرف به منظور جذب گردشگر

بیشتر و ایجاد و معرفی اقامتگاه‌های بوم‌گردی (عوامل طرف تقاضا) به منظور افزایش طول اقامت گردشگران از سوی دیگر است. البته اهمیت هر یک از مولفه‌های مذکور بستگی به وضعیت اقامتگاه مورد بررسی از نظر تعداد گردشگر و طول اقامت گردشگران دارد، به عبارتی بر اساس نتایج این مطالعه در اقامتگاه‌هایی همانند کنگ کهن، شهربانو، ماژال، ارگ رادکان که در آنها طول اقامت گردشگران پایین است، ضروری است به ارتقاء توانمندی و جاذبه‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی در زمینه‌های مختلف توجه شود. علاوه بر ارتقاء توانمندی جاذبه، لازم است ارتقاء عوامل عرضه و تسهیلات رفاهی مورد تاکید قرار گیرد.

با عنایت به مراتب فوق در برنامه‌ریزی برای توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی لازم است عملکرد اقامتگاه‌ها با توجه به متغیر طول اقامت گردشگر مورد توجه قرار گیرد و این موضوع مد نظر قرار گیرد که ایجاد امکانات رفاهی در جذب بیشتر گردشگر نقش مهمی دارد اما برای افزایش طول اقامت لازم است توانمندی‌ها و جاذبه‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی در زمینه‌های مختلف ارتقاء یابد و در این خصوص لازم است به انگیزه گردشگران از گردشگری و خواسته‌های آنها توجه شود و سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مورد تقاضا صورت پذیرد. این امر مستلزم انجام مطالعه برای هر یک از اقامتگاه‌های شهرستان مشهد و بررسی انگیزه‌های گردشگران اقامتگاه‌های مورد نظر می‌باشد.

در این پژوهش شاخص‌ها، تا جایی که شباهت بینشان اجازه می‌داد، به طور فضایی در طول اقامت گردشگران در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد دخیل داده شد. لذا یافته‌های این پژوهش با مطالعات شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲)، ایپات (۲۰۱۲)، گبیرینگ (۱۹۷۴)، جانی و دنیابین (۱۳۹۶)، مطابقت دارد. از مهمترین محدودیت‌های این پژوهش، تعداد زیاد شاخص‌های موثر در طول اقامت گردشگران در محدوده است که نمی‌توان همه آن شاخص‌ها را در یک پژوهش گنجانده، چرا که شاخص موضوع جداگانه‌ای است که حجم و نمونه و گویه‌های خاص خود را می‌طلبد. در پایان نیز با توجه به نتایج به دست آمده لازم دانسته شد، راهکارهایی نیز پیشنهاد شود:

– پیشنهاد می‌گردد جهت توسعه صنعت گردشگری در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهرستان مشهد و برنامه‌ریزی در این زمینه، سازمان‌هایی که از منافع گردشگری بهره‌مند می‌شوند بیشتر مشارکت داشته و بخشی از درآمدهای حاصل از گردشگری خود را برای رفاه و خدمات به گردشگران اختصاص دهند تا نقش موثری در افزایش مدت اقامت گردشگران شوند. این امر نیازمند مشارکت تمامی سازمان‌ها، ادارات و نهادهای دولتی و یا غیردولتی و مدیران و برنامه‌ریزان گردشگری در این زمینه است. بنابراین برای جلوگیری از انجام فعالیت‌های موازی، ارائه خدمات به گردشگران و توسعه صنعت توریسم و... یکپارچگی مدیریت گردشگری الزامی است. برای دستیابی به این امر، شناسایی و معرفی اماکن گردشگری از طریق رسانه‌های عمومی از جمله تلویزیون و روزنامه‌ها، استفاده از مسئولان و کارشنان خبره و آشنا با گردشگری، تقویت، ایجاد و توسعه زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل در زمینه‌ی گردشگری، تقویت و ایجاد فضاهای اقامتی و گردشگری برای اسکان گردشگران، مشارکت بخش خصوصی و عمومی، ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی در شهر مورد مطالعه، راه‌اندازی بانک اطلاعات گردشگری و بهره‌گیری از راهنماهای گردشگری، استفاده از مدیران تحصیلکرده و آگاه به مسائل گردشگری در راس امور اجرایی و امور تصمیم‌گیری، هماهنگی بین مدیران موسسات مرتبط با گردشگری، بازنگری در ضوابط، مقررات، مصوبات و قوانین مرتبط با برنامه‌ریزی به طور

عام و مرتبط با مدیریت گردشگری، ارائه تسهیلات بانکی و حمایت‌های قانونی برای توسعه امکانات اقامتی و تفریحی در شهرهای مزیت گردشگری و راه اندازی تورهای فراگیر به ویژه برای بازنشستگان و قرارداد با نهادهای آموزشی در زمینه گردشگری، پیشنهاد می‌شود.

- راه‌اندازی سرویس‌های حمل و نقل همگانی در مراکز گردشگری
- فراهم آوردن زیرساخت‌های مناسب مانند استراحتگاه‌های موقت، آلاچیق و غیره در مجاورت اقامتگاه‌های بوم‌گردی.
- تاسیس و افزایش سطح کیفیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی و توزیع مناسب آن متناسب با پراکندگی جاذبه‌های گردشگری
- نظارت قوی بر محل‌های اسکان به خصوص در ایام ویژه و همچنین جهت‌دهی گردشگران به مسافرت در شهرستان مشهد در فصول گردشگری می‌تواند تاثیر بسزایی بر ماندگاری گردشگران داشته باشد.

۶- منابع

- امیرحاجلو، الهام، تولایی، سیمین، زنگانه، احمد، زنگانه، ابوالفضل (۱۳۹۲). ارزیابی و اولویت بندی اثرات گردشگری در سطح ملی با استفاده از تکنیک Topsis. فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، دوره ۳، شماره ۱۰، صص. ۲۶-۱۵.
- پاپلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: انتشارات سمت.
- جانی، سیاوش. دنیابین، فهیمه (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی: مطالعه بین استانی. مجله‌ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم. شماره ۱، صص ۳۰-۵۳.
- رفیعی، هادی، پارساپور، سارا، رهنما، علی (۱۳۹۵). عوامل اقتصادی اجتماعی موثر بر ماندگاری گردشگران داخلی (مورد مطالعه شهر مشهد). دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره ۴، شماره ۷، صص ۸-۳۵.
- زارع مهرجردی، محمد رضا، ضیاء آبادی، مریم (۱۳۹۲). ارزش طبیعت-گردی حفاظت از منطقه تفریحی-گردشگری شیرکوه یزد. علوم و تکنولوژی محیط زیست. دوره ۱۶، شماره ۱، صص ۱۲۳-۱۳۱.
- سلیمانی مقدم، محمد، اسالمی، قاسم (۱۳۹۰). نقش زیر ساخت‌های اقامتی در فعالیتهای گردشگری شهر رشت، چشم انداز جغرافیایی). مطالعات انسانی، دوره ۶، شماره ۱۷، صص ۱۱۵-۱۰۵.
- شاه آبادی، ابوالفضل، سیاح، علی (۱۳۹۲). تاثیر زیر ساخت‌های اقتصادی بر گردشگری، رویکرد پنل دیتا، مقایسه‌ی تطبیقی کشورهای درحال توسعه و توسعه یافته. مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۷، صص ۴۳-۲۵.
- کیانی، زهره (۱۳۸۷). برند مقصد گردشگری و نقش آن در وحدت ذی نفعان صنعت گردشگری. مجموعه مقالات سمینار تغییرات محیطی، توسعه گردشگری و کاهش فقر، تهران.
- نصراله‌ی، خدیجه، جهانبازی، ندا، ناصری، طاهره (۱۳۹۱). رده بندی استانهای کشور برحسب جاذبه های گردشگری. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۷، شماره ۲۸، صص ۹.
- نظری، محسن، اسفندی، محمد رحیم، طباطبائی، سید مهدی (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین المللی به ایران با استفاده از مدل جاذبه. تحقیقات اقتصادی، دوره ۵۲، شماره ۱، صص ۲۱۵-۲۴۳.
- واحدی، صدیقه (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر در جذب و ماندگاری گردشگر در شهرها (مطالعه موردی: شهر نور). دومین همایش منطقه ای توسعه پایدار منابع طبیعی در حاشیه جنوب دریای خزر، نور.
- هریسچیان، مهدی، آذری، عادل، محمودزاده، حسن، شری‌زاده، عادل (۱۳۹۷). ارزیابی عوامل مؤثر بر طول اقامت و ماندگاری گردشگران (نمونه موردی: شهر تبریز). کنفرانس عمران، معماری و شهرسازی کشورهای جهان اسلام، تبریز.

- Abdollahzade Hanji., Nahid. Taghipour, Mohammad 2015. Identify and Prioritize Suitable Areas for Ecotourism Development using MultiCriteria Analysis for the Development of

- the Tourism Market in Iran (Nathanz City). *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*. ISSN (Online): 2319-8753 ISSN (Print): 2347-6710.
- Barros, C.P., Butler, R. and Correia, A. (2010). The length of stay of golf tourism: A survival analysis, *Tourism Management*, Vol. 31, Issue. 1, PP: 13-21.
 - Bunruamkaew, KH.; Murayama, Y. (2011) Site Sustainability Evaluation for Ecotourism Using GIS and AHP: A Case Study of Surat Thani Province, Thailand, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 21, P. 269 – 278.
 - Cater, E. (2000). Ecotourism in the third world; Problems and prospect for sustainability, *Tourism Management*.
 - Duman, Teoman. & Ozbal, Okai. & Duerod, Malcolm. (2018) The role of affective factors on brand resonance: Measuring customer based brand equity for the Sarajevo brand, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol.8, pp.359- 372-
 - Hu, Y. and Ritchie, J.R. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach, *Journal of Travel Research*, 32)2(: 25-34.
 - Ipatov, V. (2012). Factors affecting the development of the tourism industry, <http://world-tourak.blogspot.my/2012/10/factors-affectingdevelopmentof.html>
 - Jaafar, M. and Khoshkam, M. (2014).Length of Stay and Tourism Facility Assessment: The Viewpoint of Malaysian Tourists at Langkawi, Article available at <http://www.shs-conferences.org>.
 - Kani, Yusuf. & Yuhanis, Abdul.Aziz. Sambasivan, Murali. & Bojei, Jamil. (2017) Antecedents and outcomes of destination image of Malaysia, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol.32, pp.89-90
 - Kazuzuru, B. (2014). Determinants of Tourist Length of Stay in Tanzania, *International Journal of Business and Social Science*, 5(9): 204-214
 - Lai,W-H., Quang Vinh,N (2012). A Study of Analyzing the Selection of Promotion Activities and Destination Attributes in Tourism Industry in Vietnam From the Perspective of Tourism Industrial Service Network (TISN). *International Journal of Social and Human Sciences* 6 2012, 330-336.
 - MohammadianMosammam, Hassan, and et al, 2017. Typology of the ecotourism development approach and an evaluation from the sustainability view: The case of Mazandaran Province, Iran, *Tourism Management Perspectives*. Volume 18, April 2016, Pages 168-178
 - Seba, JA. (2012) *Ecotourism and Sustainable Tourism: New Perspectives and Studies*, Apple Academic. Press, Inc. International Standard Book, Number 13: 978.
 - Stefanica, M., &Valvian.Gomez. M. 2010. *Development, Studies and Scientific Researches-Econimic Edition*.15.pp480-486.
 - Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*, U.K. Elsevier Publishing.
 - Yusup, M.F., Kanyan, A., Kasuma, J., Kamaruddin, H. and Adlin, J. (2016). Determinants of factors and the growth of tourism industry in Langkawi Island, *Journal of Scientific Research and Development*, 3(2): 13-20.
 - Zabkar, v.Brencic, M., and Dmitrovic, T. (2010).Modeling perceived quality, visitor satisfaction and behavioral intentions at the destination level. *Tourism Management* 31. 537-546