

جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای، شماره ۶، بهار ۱۳۹۲

وصول مقاله: ۱۳۹۱/۴/۱۳

تأیید نهایی: ۱۳۹۱/۱۲/۵

صفحات: ۴۸ - ۳۱

## اولویت‌بندی متغیرهای تأثیرگذار بر ادراک دیدارکنندگان از ازدحام در آبشار مارگون

دکتر محمود ضیایی<sup>۱</sup>، فاطمه شکاری<sup>۲</sup>

### چکیده

عرضه فرصت‌های تفریحی با کیفیت یکی از اهداف مهم مدیریت سایت‌های گردشگری است و سنجش «ظرفیت تحمل اجتماعی گردشگری» از ابزارهای مدیریتی برای نیل به این مقصود می‌باشد. به علاوه، ظرفیت تحمل اجتماعی با «ازدحام ادراک شده» توسط دیدارکنندگان ارتباط نزدیکی دارد. مطالعات پیشین نشان داده است که با عبور از آستانه ظرفیت تحمل اجتماعی و نزدیک شدن به وضعیت ازدحام، شاهد افت کیفیت تجربه تفریحی دیدارکنندگان و به دنبال آن کاهش مطلوبیت منبع تفریحی خواهیم بود. در ایران، تاکنون مطالعه‌ای که به بررسی متغیرهای تأثیرگذار بر ازدحام ادراک شده توسط دیدارکنندگان پرداخته باشد، صورت نگرفته است؛ از این رو هدف از این مطالعه، شناسایی و اولویت‌بندی این متغیرها بوده است. بدین منظور داده‌های تحقیق در تعطیلات نوروز ۱۳۹۰، به روش میدانی و از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شد. جامعه آماری این تحقیق گردشگران درون حوزه‌ای دیدارکننده از آبشار مارگون بوده است. داده‌ها با استفاده از روش‌های آماری توصیفی- استنباطی تجزیه و تحلیل شدند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل ۲۷۳ پرسش‌نامه، نشان داد که ۴ متغیر انتظار فرد از تراکم، کمبود فضای پارکینگ، رفتار سایر دیدارکنندگان و کمبود فضای پیک نیک (به ترتیب) بر ادراک دیدارکنندگان از ازدحام در آبشار مارگون مؤثر بودند. به علاوه، ازدحام ادراک شده در نقاط مختلف سایت تفاوت معناداری نشان داد.

کلید واژگان: ظرفیت تحمل اجتماعی، ازدحام ادراک شده، کیفیت تجربه تفریحی، آبشار مارگون.

## مقدمه

مدیریت پایدار ذخایر طبیعی<sup>۱</sup> مستلزم این است که تعارض موجود میان حفاظت از این منابع و بهره‌برداری از آنها با اهداف تفریحی به حداقل برسد. افزایش کاربری تفریحی در ذخیره‌گاه‌های طبیعی، این تعادل را به خطر می‌اندازد، به طوری که ممکن است منجر به کاهش کیفیت تجربه گردشگر و تنزل اکوسیستم شود (فلیشمن؛ فیتلسون و سالومون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۳۷). تاریخچه توجه به اثراتی که افزایش استفاده بر کیفیت تجربه تفریحی دارد، به پس از جنگ جهانی دوم برمی‌گردد (سنگ، کایل، گرف، بردل و اسکوت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹). در واقع پیشینه مطالعه بر روی ظرفیت تحمل به عنوان یک رویکرد مدیریتی در حوزه تفریح به دهه ۱۹۳۰ می‌رسد. اما توجه به این مفهوم در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به اوج خود رسید و این زمانی بود که رشد کاربری تفریحی در ایالات متحده موجب افزایش نگرانی در مورد میزان استفاده و انواع فعالیت‌ها در مکان‌های تفریحی گردید (استنکی<sup>۴</sup> و منینگ، ۱۹۸۶؛ منینگ، ونگ، والیر، لوسون و نیومن<sup>۵</sup>، ۲۰۰۲).

همان طور که انتظار می‌رفت، ابتدا رابطه میان میزان استفاده و شرایط زیست-محیطی مورد توجه قرار گرفت. فرض بر این بود که افزایش استفاده موجب بروز اثرات زیست‌محیطی بیش‌تری می‌شود که این اثرات از طریق فشردگی خاک، تخریب پوشش گیاهی و سایر متغیرهای مرتبط اندازه‌گیری می‌شدند. اما بزودی مشخص شد که بعد دیگری از ظرفیت تحمل با جنبه‌های اجتماعی تجربه دیدارکنندگان سر و کار دارد (منینگ، ۱۹۹۷؛ منینگ و همکاران، ۲۰۰۲: ۳۸۸).

بعد اجتماعی ظرفیت تحمل گردشگری، هم سطح تحمل جامعه میزبان و هم کیفیت تجربه دیدارکنندگان را در برمی‌گیرد. مفهوم ظرفیت تحمل اجتماعی<sup>۶</sup> در ارتباط نزدیک با مفهوم ازدحام<sup>۷</sup> قرار دارد (لی و گرف، ۲۰۰۳: ۱) و غالباً به ازدحام و اثرات آن بر جامعه محلی و رضایت یا نارضایتی دیدارکننده/گردشگر می‌پردازد (کوکوسیسی و مکسا<sup>۸</sup>، ۲۰۰۴: ۶۰). به عبارت دیگر، افزایش کاربری تفریحی موجب افزایش اثرات اجتماعی می‌شود که این اثرات را از طریق ازدحام ادراک شده و سایر متغیرهای مرتبط می‌توان اندازه‌گیری نمود (منینگ، ۱۹۹۷). ظرفیت تحمل اجتماعی گردشگران، نشان دهنده حداکثر تعداد گردشگران و انواعی از فعالیت‌ها در یک مکان است که موجب تنزل غیر قابل قبول تجربه آنان نخواهد شد (کوکوسیسی و مکسا، ۲۰۰۴: ۶۱). بنابراین، مدیریت کیفیت تجربه دیدارکنندگان یکی از ابعاد کاربردی ظرفیت تحمل اجتماعی در گردشگری است. ازدحام اغلب به عنوان مستقیم‌ترین اثر اجتماعی تفریح تلقی می‌شود که می‌تواند از کیفیت تجربه گردشگران بکاهد. ازدحام و ازدحام ادراک شده<sup>۹</sup>، به معنای ارزیابی ارزیابی منفی گردشگر از تراکم سایر دیدارکنندگان در یک سایت یا مکان تفریحی است.

در ۳۰ سال گذشته در خارج از کشور مطالعات متعددی پیرامون ازدحام در مکان‌های تفریحی صورت گرفته است (فلیشمن و همکاران، ۲۰۰۷)؛ در ایران تاکنون مطالعات محدودی پیرامون ظرفیت تحمل اجتماعی در گردشگری انجام شده (برای مثال صنایع گلدوز و مخدوم، ۱۳۸۸)؛ اما تاکنون هیچ مطالعه‌ای به بررسی متغیرهای اثرگذار بر ادراک از ازدحام در مکان‌های تفریحی انجام نشده است. به علاوه، در

<sup>۱</sup> nature reserves (NRs)

<sup>۲</sup> Fleishman, Feitelson, & Salomon

<sup>۳</sup> Tseng, Kyle, Shafer, Graefe, Bradle & Schuett

<sup>۴</sup> Stankey & Manning

<sup>۵</sup> Wang, Valliere, Lawson & Newman

<sup>۶</sup> Social Tourism Carrying Capacity (STCC)

<sup>۷</sup> crowding

<sup>۸</sup> Coccossis & Mexa

<sup>۹</sup> Perceived crowding

شاید مفاهیم ازدحام و ظرفیت تحمل تفریحی جزو مباحثی باشند که در زمینه مدیریت تفرج، بیشترین مطالعه بر روی آنها انجام شده است (ویور، ۲۰۱۰؛ هان و همکاران، ۲۰۱۰؛ زتلین<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸؛ فلیشمن و همکاران، ۲۰۰۷؛ گریسر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۵؛ لی و گرف، ۲۰۰۳؛ مینینگ، ۲۰۰۳؛ استوارت و کول<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱؛ تو هیل<sup>۷</sup>، ۱۹۹۸؛ لی، ۱۹۹۷). مفهوم ازدحام نه تنها در حوزه تفرج، بلکه در زمینه روان‌شناسی اجتماعی نیز مورد بررسی قرار گرفته است. به بیان آلتمن<sup>۸</sup> (۱۹۷۵)، ازدحام زمانی رخ می‌دهد که سازوکارهای خلوت کارکرد موفق نداشته باشند و فرد یا گروه بیش از حد مطلوب با دیگران رابطه متقابل برقرار کند، یعنی خلوت کسب شده از خلوت مطلوب کم‌تر باشد (آلتمن، ۱۹۷۵: ۱۸۱-۱۸۰).

استاکولز<sup>۹</sup> (۱۹۷۲) که از محققان حوزه روان‌شناسی اجتماعی است، بر تمایز میان ازدحام و تراکم تأکید بسیاری کرده است، او تراکم را در معنای منحصراً فیزیکی به کار می‌برد و آن را «تعداد افراد در واحد فضا» می‌داند، ولی ازدحام را مفهومی روان‌شناختی توصیف می‌کند که مبنای تجربی و انگیزشی دارد (سیکس<sup>۱۰</sup> و همکاران، ۱۹۸۳: ۶۳؛ آلتمن، ۱۹۷۵: ۱۸۳-۱۸۲). به عقیده او، تراکم شرط لازم برای احساس ازدحام است اما شرط کافی نیست و افزایش تعداد افراد در واحد فضا الزاماً به ایجاد حس ازدحام منجر نمی‌شود. وقتی سایر عوامل مانند اندازه و شکل فضا، سرو صدا و یا عوامل اجتماعی مانند رقابت، مداخله دیگران و کشمکش افراد بر سر قدرت با تراکم

بیشتر تفرجگاه‌های کشورما حجم زیاد تقاضا، تراکم دیدارکنندگان، فقدان فضای کافی و عدم مدیریت صحیح دیدارکنندگان به چشم می‌خورد که این موارد تنزل کیفیت تجربه تفریحی دیدارکنندگان را در پی خواهد داشت. آبشار مارگون یکی از جاذبه‌های طبیعی کشور ماست که در فصل‌های بهار و تابستان تعداد بسیار زیادی از دیدارکنندگان را به سوی خود جذب می‌کند. تجربه شخصی محققان از ازدحام در آبشار مارگون و کاهش کیفیت تجربه تفرجی ناشی از آن، ما را بر آن داشت تا به بررسی عواملی بپردازیم که موجب ادراک دیدارکنندگان از ازدحام در این مکان می‌شوند. با توجه به آنچه گفته شد، هدف از این مطالعه پاسخ گویی به این سؤال است: چه متغیرهایی بر ادراک دیدارکنندگان آبشار مارگون از ازدحام تأثیر گذارند؟

### مبانی نظری تحقیق

بسیاری از منابع تفریحی در ایجاد امکان دسترسی برای تمام دیدارکنندگان در روزهای اوج تقاضا با محدودیت‌هایی روبرو هستند. خصوصاً افزایش شدید تقاضا برای منابع تفریحی کمیاب، ممکن است پیامدهایی منفی برای دیدارکنندگان به همراه داشته باشد؛ پیامدهایی چون افزایش زمان انتظار، افزایش استرس و کاهش کیفیت تجربه تفریحی (هان، بندیکت، ون‌رای، تیمرمانس<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۰: ۱). از نظر بسیاری از محققان یکی از رایج‌ترین اثرات اجتماعی افزایش تعداد دیدارکنندگان، ازدحام است. از نظر مینینگ و لایم<sup>۲</sup> (۱۹۹۶)، ازدحام مستقیم‌ترین نمود فیزیکی و روان‌شناختی افزایش تعداد دیدارکنندگان می‌باشد (ویور<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰: ۱۴).

<sup>4</sup> Zeitlin

<sup>5</sup> Grieser

<sup>6</sup> Stewart & Cole

<sup>7</sup> Toohill

<sup>8</sup> Altman

<sup>9</sup> Stokols

<sup>10</sup> Pecher

<sup>1</sup> Han, Benedict G.C., VanRaaij, & Timmermans

<sup>2</sup> Lime

<sup>3</sup> Weaver

که فرد از دیگران یا رسانه‌ها کسب کرده، شکل بگیرد (لی و گرف، ۲۰۰۳: ۲). این که شرایطی که فرد در مکان تفریحی تجربه می‌کند، انتظارات او را پیش از رسیدن به مکان برآورده می‌کند یا نه، می‌تواند در ادراک او از ازدحام تأثیرگذار باشد.

بنابراین، تجربه قبلی دیدار از سایت، می‌تواند منجر به شکل‌گیری انتظاراتی در مورد سطوح استفاده پیش از رسیدن به سایت در یک روز خاص شود (زتلین، ۲۰۰۸: ۴۰). بر این اساس کاربران با تجربه که دانش قوی‌تری در مورد فعالیت‌ها و/یا منابع موجود در سایت دارند، با سایت بیشتر آشنا هستند؛ بنابراین، مبانی شناختی و شاید احساسی غنی‌تری برای ارزیابی مکان تفریحی دارند (آرنبرگر و برندنبارگ<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷: ۳۵). فرضیه «نبود انتظارات» بر این اساس ایجاد شد که دیدارکنندگانی که تجربه قبلی بازدید از سایت را ندارند، در ذهن خود انتظاراتی در مورد سطوح مناسب استفاده شکل نداده‌اند و بنابراین از تجربه خود احساس رضایت می‌کنند (بورک<sup>۶</sup>، ۱۹۹۸: ۱۸).

بروز تعارض بین دیدارکنندگان با تداخل در برآورده شدن اهداف آنها در مکان تفریحی یا ممانعت از نیل به هدف در ارتباط است (ویور، ۲۰۱۰: ۱۵). به بیان گرامن<sup>۷</sup> (۱۹۸۲) رفتار انسان‌ها اغلب معطوف به هدف است و ازدحام زمانی روی می‌دهد که تعداد، رفتار یا مجاورت افراد در یک مکان با هدف فرد ناسازگار است و در راه نیل به آن تداخل ایجاد می‌کند (لی و گرف، ۲۰۰۳: ۳). لی و آبشر<sup>۸</sup> (۱۹۸۱) متغیرهایی چون متغیرهای انگیزشی، ویژگی‌های دیدارکنندگان مانند طول مدت دیدار و مشخصه‌های جمعیت‌شناختی را برای توجیه ازدحام ادراک شده، پیشنهاد کردند (زتلین، ۲۰۰۸: ۲۳-۲۲). دسته دیگری

ترکیب شوند، فرد احساس ازدحام می‌کند (آلتمن، ۱۹۷۵: ۱۸۳-۱۸۲).

ازدحام قضاوتی ارزشی است مبنی بر این که تراکم یا تعداد برخوردها با سایرین بیش از حد است. واژه ازدحام ادراک شده اغلب برای تأکید بر ماهیت ذهنی این مفهوم به کار می‌رود و نشان می‌دهد که احساس ازدحام مبنی بر ارزیابی‌های افراد از موقعیت است (وسک و دونلی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۱۱۲). بنابراین، سنجش این مفهوم کار آسانی نیست زیرا ازدحام نه تنها مفهومی ذهنی است، بلکه مختص به موقعیت نیز می‌باشد (گریسر، ۲۰۰۵: ۱۴).

از آنجا که تراکم تنها عامل اثرگذار بر ادراک دیدارکنندگان از ازدحام نیست، محققان به بررسی سایر عوامل اثرگذار بر ازدحام ادراک شده پرداختند. طبق تحقیقات انجام شده متغیرهای متعددی بر رابطه میان تراکم و ازدحام ادراک شده اثر می‌گذارند. اغلب به این متغیرها شاخص‌های مبنی بر ارزیابی<sup>۲</sup> گفته می‌شود (ویور، ۲۰۱۰: ۱۴). به بیان کروز<sup>۳</sup> (۱۹۸۵) ادراک از ازدحام از نیروهای متعددی سرچشمه می‌گیرد، از جمله: ادراک از فقدان فضای کافی، وجود بیش از حد محرک‌ها، تداخل رفتاری ناخواسته، نیاز به خلوت بیشتر یا از دست دادن کنترل (لی و گرف، ۲۰۰۳: ۲).

یکی از این متغیرها، تعداد برخوردهاست. تعداد برخوردهایی که دیدارکنندگان تجربه می‌کنند با ازدحام و تراکم بالای مکان، رابطه نزدیکی دارد (ویور، ۲۰۱۰: ۱۴). از نظر روگنباک و شریر<sup>۴</sup> (۱۹۷۸) افراد انتظارات گوناگونی از فعالیت‌های تفریحی دارند. انتظارات دیدارکنندگان ممکن است در نتیجه محیط، تجربه‌های قبلی دیدار از مکان، یا بر اساس اطلاعاتی

<sup>5</sup> Amberger & Brandenburg

<sup>6</sup> Borck

<sup>7</sup> Gramann

<sup>8</sup> Absher

<sup>1</sup> Vaske & Donnelly

<sup>2</sup> evaluative indicators

<sup>3</sup> Kruse

<sup>4</sup> Roggenbuck & Schreyer

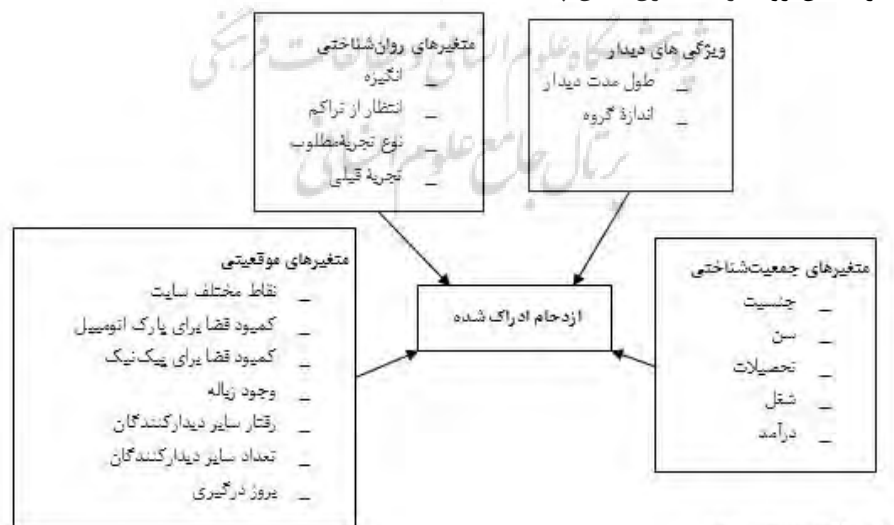
هنگامی روی می‌دهد که تعاملات ناخواسته و کنترل نشده و تماس‌های اجتماعی ناآشنا و نامناسب، بیش از حد وجود وجود داشته باشد و فرد بیش از حد توان خود با محرک‌ها مواجه شود و در نتیجه کنترل خود را بر شرایط از دست دهد (لی و گرف، ۲۰۰۳: ۳).

### الگوی مفهومی تحقیق

همان‌طور که گفته شد، هدف از این تحقیق، تعیین متغیرهای تأثیرگذار بر ادراک از ازدحام دیدارکنندگان آبشار مارگون می‌باشد. پس از مرور ادبیات نظری و پیشینه تحقیقات انجام شده پیرامون ظرفیت تحمل اجتماعی و ازدحام، متغیرهایی که با توجه به ویژگی‌های جغرافیایی و گردشگری آبشار مارگون مرتبط به نظر می‌رسیدند، انتخاب شدند و در ۴ گروه تحت عنوان متغیرهای جمعیت شناختی، ویژگی‌های دیدار، متغیرهای روان‌شناختی و متغیرهای موقعیتی جای گرفتند. شکل ۱، الگوی مفهومی تحقیق حاضر را نشان می‌دهد.

از متغیرهای اثرگذار بر هنجارهای ازدحام، ویژگی‌های خود دیدارکنندگان است. برای مثال، طبق یافته‌های استنکی ویژگی‌های گروه پاسخ‌دهنده، از جمله اندازه گروه، یا این‌که آیا گروه از خدمات عرضه‌کننده یا راهنما استفاده کرده است یا نه، ممکن است بر ادراک از ازدحام اثر بگذارد و در نتیجه ادراک دیدارکننده از ازدحام، ممکن است تحت تأثیر گروه همراهان فرد نیز قرار بگیرد (همان: ۳۹).

بر اساس تئوری محرک مضاعف<sup>۱</sup>، در بعضی از موقعیت‌های اجتماعی آنقدر محرک وجود دارد که فرد قادر به پردازش صحیح اطلاعات نیست و تمرکز خود را از دست می‌دهد. ازدحام از جمله عواملی است که موجب تحریک مضاعف می‌شود. وجود تعداد زیاد افراد در یک مکان باعث می‌شود که فرد در هر لحظه به پدیده‌ای توجه کند و در نتیجه قادر به پردازش صحیح اطلاعات نباشد (شاکری نیا، ۱۳۷۶، ص. ۲۵۴). به بیان اشمیت و کیتینگ<sup>۲</sup> (۱۹۷۹)، احساس ازدحام زمانی ایجاد می‌شود که حضور سایر دیدارکنندگان یا شرایط محیط فیزیکی در یک مکان مشخص، فرد را تحت تأثیر قرار دهد. بر اساس رویکرد کنترل، این پدیده



شکل ۱: الگوی مفهومی تحقیق

<sup>1</sup> Stimulus overload

<sup>2</sup> Schmidt & Keating

## روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی، از نظر شیوه تحلیل داده‌ها، توصیفی - همبستگی و از نظر زمان انجام تحقیق، مقطعی است. جامعه آماری این تحقیق را دیدارکنندگان درون حوزه‌ای (ایران‌گردان) تشکیل می‌دادند. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری اتفاقی<sup>۱</sup> یا در دسترس استفاده شد و پرسش‌نامه به عنوان ابزار سنجش مورد استفاده قرار گرفت. پرسش‌نامه در بدو ورود در اختیار دیدارکنندگانی قرار گرفت که با تکمیل آن موافقت نمودند و از آنها خواسته شد پس از اتمام دیدار خود و پیش از خروج از سایت به پرسش‌ها پاسخ دهند و پرسش‌نامه را به محقق بازگردانند (شکل ۲). به منظور افزایش روایی پرسش‌نامه، نحوه طرح سؤالات در پرسش‌نامه‌های استاندارد مورد توجه قرار گرفت. به علاوه روایی پرسش‌نامه به تأیید استادان و کارشناسان رسید. پایایی نیز با استفاده از روش بازآزمایی آزمون<sup>۲</sup>، برابر با ۰/۷۸ بود و در نتیجه تأیید شد. تعداد نمونه حداقل ۱۰۰ نفر تعیین شد<sup>۳</sup> و در نهایت، در بازه زمانی انجام تحقیق، ۳۰۰ پرسش‌نامه تکمیل گردید که از این تعداد، ۲۷۳ پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. قلمرو زمانی این تحقیق از اول تا سیزدهم فروردین ۱۳۹۰ بود.

## - نحوه سنجش متغیرها

## ✓ متغیر وابسته

متغیر وابسته در این مطالعه، ازدحام ادراک شده بود. ازدحام ادراک شده یک سازه روان‌شناختی است که در ذهن افراد وجود دارد و معمولاً از طریق فنون

خود اظهاری<sup>۴</sup> اندازه‌گیری می‌شود. وسک و هبرلین<sup>۵</sup> (۱۹۷۷)، یک سنجه نسبتاً ساده برای ازدحام ادراک شده پیشنهاد کردند که در آن افراد باید میزان شلوغی سایت را در زمان دیدار خود با اعداد ۱ تا ۹ مشخص کنند. در این طیف پاسخ‌های ۱ و ۲ نشان می‌دهد که سایت اصلاً شلوغ نبوده است، پاسخ‌های ۳ و ۴ نشان دهنده ازدحام اندک، ۵ تا ۷ نشان دهنده ازدحام متوسط و ۸ و ۹ بیانگر ازدحام بسیار زیاد هستند. پاسخ دادن به این طیف و تفسیر آن آسان است و تاکنون در مطالعات متعددی به منظور سنجش ازدحام ادراک شده، مورد استفاده قرار گرفته است (وسک و شلبی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۸: ۱۱۲). در این مطالعه نیز ازدحام ادراک شده در ۴ نقطه سایت (مسیر پیاده روی از پارکینگ به سمت آبشار، محوطه پای آبشار، فضاهای پیرامونی و محوطه پارکینگ)، با استفاده از همین مقیاس مورد سنجش قرار گرفت.

## ✓ متغیرهای مستقل

برای مشخص کردن طول مدت دیدار، از پاسخ دهندگان خواسته شد زمان ورود و خروج خود را بیان نمایند و سپس پاسخ‌ها در چند گروه جای داده شد. به منظور تعیین تعداد/اعضای گروه نیز پاسخ دهندگان می‌بایست تعداد همراهان خود را در قالب سؤال بیان می‌کردند. تجربه پیشین دیدار از سایت، با توجه به فراوانی دیدار در ۵ سال گذشته، تعیین شد.

میزان اهمیت هریک از/نگیزه‌های دیدار از آبشار مارگون توسط طیف ۵ گزینه‌ای مورد سنجش قرار گرفت که در آن ۱ بیانگر این بود که انگیزه مورد نظر اصلاً برای فرد اهمیت نداشته است و ۵ بیانگر اهمیت بسیار زیاد انگیزه برای پاسخ دهنده بود. در پایان از

<sup>۱</sup> Incidental sampling

<sup>۲</sup> Test-retest method

<sup>۳</sup> برای پژوهش‌های توصیفی، نمونه‌ای به حجم حداقل ۱۰۰ نفر ضروری است و در پژوهش‌های همبستگی، حداقل حجم نمونه ۵۰ نفر برای بیان چگونگی رابطه، ضرورت دارد (دلاور، ۱۳۷۵، ۱۱۳).

<sup>۴</sup> self-report techniques

<sup>۵</sup> Heberlein

<sup>۶</sup> Shelby

پاسخ دهندگان خواسته شد که از میان انگیزه‌های عنوان‌شده، اصلی‌ترین انگیزه خود را بیان کنند. برای سنجش انتظار از تراکم سایت، از پاسخ دهندگان خواسته شد به این سؤال پاسخ دهند که آیا میان تعداد دیدارکنندگان با ذهنیت آنها پیش از رسیدن به محل تفاوت وجود داشته است. پاسخ‌دهندگان باید مشخص می‌کردند که این تعداد، بیشتر، کمتر، یا مطابق انتظار آنها بوده است. پاسخ‌ها به گزینه «هیچ گونه ذهنیت یا تصور قبلی نداشتم»، در تجزیه و تحلیل داده‌ها وارد نشد.

در قالب یک سؤال دو گزینه‌ای (بله/خیر) از افراد خواسته شد مشخص کنند که آیا در طول دیدار بین آنان و سایر دیدارکنندگان تقابل رخ داده است یا خیر. به منظور تعیین نوع تجربه مطلوب، از یک سؤال ۵ گزینه‌ای استفاده شد که گزینه‌ها ۵ نوع تجربه مختلف را با توجه به ویژگی مکان و تعداد سایر دیدارکنندگان توصیف می‌کردند.

رفتار سایر دیدارکنندگان، کمبود فضای پارکینگ، کمبود فضای پیک نیک و وجود زیاده در سایت به عنوان محرک‌هایی که ممکن است بر ادراک دیدارکنندگان از ازدحام اثرگذار باشند، انتخاب شد و از طریق طیف ۵ گزینه‌ای مورد سنجش قرار گرفت. پاسخ‌دهندگان باید مشخص می‌کردند که هر یک از این عوامل تا چه اندازه موجب شده که از دیدار خود لذت کمتری ببرند (۱= کاملاً مخالف هستم، ۵= کاملاً موافق هستم). به علاوه، تعداد و رفتار سایر دیدارکنندگان، به عنوان موانع نیل دیدارکنندگان به هدف تفریحی نیز از طریق طیف ۵ گزینه‌ای مورد بررسی قرار گرفت. پاسخ دهندگان باید مشخص می‌کردند که هر یک از این عوامل تا چه میزان در فعالیت‌های آنان اختلال ایجاد کرده است (۱= کاملاً مخالف هستم، ۵= کاملاً موافق هستم).

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم افزار SPSS<sup>1</sup> استفاده شد. داده‌ها توسط روش‌های آمار توصیفی، آزمون t برای نمونه‌های مستقل<sup>۲</sup>، آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) و آزمون همبستگی تجزیه و تحلیل شدند.

### منطقه مورد مطالعه

قلمرو مکانی این تحقیق آبشار مارگون می‌باشد. این آبشار در فاصله ۲۲ کیلومتری مرکز دهستان کهمهر و ۶۰ کیلومتری شمال غرب شهر سپیدان و ۱۴۰ کیلومتری شهر شیراز واقع شده و مهم‌ترین جاذبه گردشگری شهرستان سپیدان در استان فارس است. بر خلاف سایر آبشارها که از تغییر ارتفاع رودخانه به وجود می‌آیند، آبشار مارگون از میان صخره‌ها و با حجم زیاد به دره مارگون سرازیر می‌شود و خود منشأ و تشکیل دهنده یک رودخانه است. از این رو از سایر آبشارها متمایز می‌گردد و به صورت یک پدیده منحصر به فرد ظاهر می‌شود (سازمان صنایع دستی، میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۸۶، ۲۴). محدوده گردشگری مارگون در منطقه حفاظت شده مارگون قرار دارد که طی مصوبه شماره ۱۹۲ مورخ ۱۳۷۸/۱۰/۱۵ شورای عالی حفاظت محیط زیست تحت عنوان منطقه حفاظت شده<sup>۳</sup> اعلام گردیده است. به علاوه، بر اساس طبقه

<sup>1</sup> Statistical Package for Social Sciences

<sup>2</sup> Independent Samples T- Test

<sup>۳</sup> از سال ۱۳۵۳ مناطق حفاظت شده ایران بر اساس تعریفها و معیارهای قانونی نظام طبقه بندی مناطق در ۴ گروه طبقه بندی می‌شود. منطقه حفاظت شده یکی از مناطق چهارگانه حفاظت شده در ایران است و به اراضی به نسبت وسیع با ارزش حفاظتی زیاد گفته می‌شود که با هدف حفظ و احیای رویشگاه‌های گیاهی و زیستگاه‌های جانوری انتخاب می‌شوند. مناطق حفاظت شده محیط های مناسبی برای اجرای برنامه‌های آموزشی و پژوهش‌های زیست محیطی به شمار می‌آیند. انجام فعالیت‌های گردشگری و بهره برداری مصرفی و اقتصادی متناسب با نواحی هر منطقه و بر اساس طرح جامع مدیریت مناطق مجاز است (اطلس مناطق حفاظت شده ایران، ۱۳۸۵: ۵).

- متغیرهای تأثیر گذار بر ادراک از ازدحام دیدارکنندگان و اولویت بندی آنها  
 ✓ متغیرهای جمعیت شناختی  
 جدول ۲ ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان را نشان می‌دهد.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

جنسیت	زن	مرد
%۲۳/۲	%۷۶/۸	
سن	۱۸-۳۰	۳۱-۵۰
%۵۴/۵	%۴۲/۵	%۲۱/۶
%۰/۴		بالای ۶۵
تحصیلات	زیر دیپلم	دیپلم
%۸/۱	%۲۸/۴	%۵۰/۹
%۱۲/۵		فوق لیسانس/دکتری
شغل	قانون گذار/مدیر ارشد	متخصص
%۱/۹	%۱۶/۷	کارمند
%۲۹/۵		کارگر ساده
%۲/۳		شغل آزاد <sup>۲</sup>
%۳۴/۵		سایر
%۱۵/۱		
درآمد (تومان)	زیر ۸۰۰.۰۰۰	۸۰۰.۰۰۰-۱.۲۰۰.۰۰۰
%۶۶/۴	%۱۹/۸	%۴/۰
		۱.۲۰۰.۰۰۰-۲.۰۰۰.۰۰۰
		۲.۰۰۰.۰۰۰ به بالا
		%۴/۰
		%۵/۹

جنسیت: نتایج آزمون t برای نمونه‌های مستقل نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵٪ بین مردان و زنان از لحاظ ازدحام ادراک شده تفاوت معناداری وجود نداشته است ( $\text{sig}=0.977 > 0,05$ ).

سن: میانگین ازدحام ادراک شده از سوی تمام گروه‌های سنی در بازه نسبتاً شلوغ قرار گرفت. نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک شده با توجه به گروه سنی تفاوت معناداری نداشته است ( $\text{sig}=0.962 > 0,05$ ).

<sup>۴</sup> در پرسش‌نامه توضیح داده شده که مشاغل چون صنعت‌گر، فروشنده، واسطه، راننده وسایل نقلیه و غیره، شغل آزاد محسوب می‌شوند. به علاوه گزینه سایر هم به عنوان یکی از پاسخ‌ها در نظر گرفته شد و پاسخ‌ها به این سؤال در گزینه مرتبط گنجانده شدند.

بندی I.U.C.N<sup>۱</sup>، محدوده آبخار در طبقه III و تحت عنوان اثر طبیعی<sup>۲</sup> قرار می‌گیرد (سازمان صنایع دستی، میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۸۶) (شکل ۳).

### یافته‌های تحقیق

#### - ازدحام ادراک شده

میانگین ازدحام ادراک شده در هر ۴ نقطه سایت در محدوده نسبتاً شلوغ (۷-۵) قرار گرفته بود. به علاوه میانگین کلی ازدحام ادراک شده ۶/۳۹ بود که بازهم در محدوده نسبتاً شلوغ قرار گرفت. در این مطالعه میانگین کلی ازدحام ادراک شده به عنوان متغیر وابسته مورد سنجش قرار گرفت. این متغیر، یک متغیر ترکیبی است که از ترکیب ازدحام ادراک شده در این ۴ نقطه سایت به دست آمده است<sup>۳</sup> (جدول ۱).

جدول ۱: ویژگی‌های توصیفی ازدحام ادراک شده در هر یک از مکان‌های سایت

ازدحام ادراک شده	تعداد	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
مسیر پیاده‌روی	۲۷۳	۲	۹	۶/۴۸	۱/۵۸
پای آبخار	۲۷۳	۱	۹	۵/۷۶	۱/۷۹
فضاهای پیرامونی آبخار	۲۷۳	۲	۹	۵/۷۸	۱/۵۹
پارکینگ	۲۷۳	۱	۹	۷/۵۴	۱/۷۱

<sup>۱</sup> International Union for Conservation of Nature

<sup>۲</sup> Natural monument

بر اساس طبقه بندی IUCN مناطق حفاظت شده در ۶ گروه جای می‌گیرند. آثار ملی طبیعی، پدیده‌ها یا مجموعه‌های گیاهی و جانوری به نسبت کوچک، جالب، کم نظیر، استثنایی، غیرمعارف و غیرقابل جایگزین هستند که دارای ارزش‌های حفاظتی، علمی، تاریخی یا طبیعی باشند که با هدف حفظ و حراست به عنوان اثر ملی طبیعی انتخاب می‌شوند. اقدامات حفاظتی در مورد این پدیده‌ها باید تضمین کننده پایداری بهره‌برداری غیرمصرفی از آن‌ها در طول زمان باشد (اطلس مناطق حفاظت شده ایران، ۱۳۸۵: ۵).

<sup>۳</sup> ازدحام ادراک شده = (ازدحام ادراک شده در مسیر + ازدحام ادراک شده پای آبخار + ازدحام ادراک شده در فضاهای پیرامونی آبخار + ازدحام ادراک شده در پارکینگ) / ۴



نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA)، در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک شده با توجه به اندازه گروه، تفاوت معناداری نداشت ( $\text{sig}=0.199 > 0,05$ ).

جدول ۳: ویژگی‌های دیدار

کمتراز ۲	٪۳۱/۴	طول مدت دیدار (ساعت)
۲-۴	٪۳۹/۰	
۴-۶	٪۱۷/۱	
۶-۸	٪۵/۹	
۸-۱۰	٪۴/۳	
بیش از ۱۰	٪۳/۲	اندازه گروه
اقامت شبانه	٪۹/۱	
کوچک (۵ نفر و کمتر)	٪۳۴/۴	
متوسط (۶-۱۵)	٪۵۸/۱	
بزرگ (۱۵-۲۵)	٪۶	خیلی بزرگ (بیش از ۲۵ نفر)
	٪۱/۴	

#### ✓ متغیرهای روان‌شناختی

**تجربه قبلی:** تحلیل توصیفی داده‌ها نشان داد که ۷۴٪ پاسخ‌دهندگان برای اولین بار از آبشار مارگون دیدن می‌کرده‌اند. به علاوه، اگرچه پاسخ‌دهندگان از لحاظ تجربه قبلی در گروه‌های مختلفی جای گرفتند، اما میانگین ازدحام ادراک شده توسط تمام گروه‌ها در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. بر اساس نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA)، در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک شده با توجه به میزان تجربه فرد تفاوت معناداری نداشت ( $\text{sig}=0.955 > 0,05$ ).

**انگیزه دیدار:** جدول ۴ فراوانی اصلی‌ترین انگیزه دیدار نشان می‌دهد. با توجه به این جدول تنها ۱ نفر اصلی‌ترین انگیزه خود را تجربه خلوت بیان کرده بود. مهم‌ترین انگیزه‌های پاسخ‌دهندگان به ترتیب بودن در دامان طبیعت (۳۱٪)، گذراندن اوقاتی خوش به همراه خانواده و دوستان (۲۸٪/۲) و شناخت یکی دیگر از جاذبه‌های طبیعی (۲۴٪/۵) بود. جدول ۵ میانگین اهمیت هر یک از انگیزه‌ها را نشان می‌دهد. به علاوه، اگرچه پاسخ‌دهندگان از لحاظ انگیزه دیدار در گروه‌های مختلفی جای گرفتند، اما میانگین ازدحام ادراک

**تحصیلات:** میانگین ازدحام ادراک شده از سوی تمام گروه‌های تحصیلی در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک شده با توجه به مقطع تحصیلی فرد تفاوت معناداری نداشت ( $\text{sig}=0.574 > 0,05$ ).

**شغل<sup>۱</sup>:** میانگین ازدحام ادراک شده از سوی تمام گروه‌های شغلی در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. بر اساس نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA)، در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک شده توسط افراد در گروه‌های شغلی مختلف تفاوت معناداری نداشت ( $\text{sig}=0.246 > 0,05$ ).

**درآمد:** میانگین ازدحام ادراک شده از سوی تمام گروه‌های درآمدی در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. بر اساس نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA)، در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک شده با توجه به گروه درآمدی تفاوت معناداری نداشت ( $\text{sig}=0.652 > 0,05$ ).

#### ✓ ویژگی‌های دیدار

**طول مدت دیدار:** اگرچه پاسخ‌دهندگان از لحاظ طول مدت دیدار در گروه‌های مختلفی جای گرفتند، اما میانگین ازدحام ادراک شده توسط تمام گروه‌ها در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. بر اساس نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA)، در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک شده با توجه به طول مدت دیدار، تفاوت معناداری نداشت ( $\text{sig}=0.637 > 0,05$ ).

**اندازه گروه:** میانگین ازدحام ادراک شده توسط تمام گروه‌ها در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. بر اساس

<sup>۱</sup> مبنای طبقه‌بندی مشاغل، طبقه‌بندی ارائه شده در سالنامه آماری کشور ۱۳۸۶ (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۷) بوده است، اما از آنجا که این طبقه‌بندی گسترده بود، محقق با توجه به هدف تحقیق، مشاغل را در ۵ گروه جای داد، به طوری که ویژگی‌های فرهنگی و سبک زندگی شاغلان را منعکس سازد.

میانگین ازدحام ادراک شده با توجه به انگیزه اصلی افراد از دیدار، وجود نداشت ( $\text{sig} = 0.502 > 0.05$ ).

شده توسط تمام گروه‌ها در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت.

نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵٪ تفاوت معناداری میان

جدول ۴: فراوانی مهم‌ترین انگیزه دیدار

انگیزه	فراوانی	درصد فراوانی
بودن در دامان طبیعت	۷۶	۳۱
تجربه خلوت	۱	۰/۴
آرامش و تمدد اعصاب	۲۷	۱۱
فرار از روزمرگی	۹	۳/۷
فعالیت و تحرک بدنی	۳	۱/۲
گذراندن اوقاتی خوش به همراه خانواده و دوستان	۶۹	۲۸/۲
شناخت یکی دیگر از جاذبه‌های طبیعی کشور	۶۰	۲۴/۵
مجموع	۲۴۵	۱۰۰

جدول ۵: میانگین اهمیت هر یک از انگیزه‌های دیدار

انگیزه	میانگین	انحراف معیار
بودن در دامان طبیعت	۴/۷۴	۰/۵۷
تجربه خلوت	۲/۸۴	۱/۲
آرامش و تمدد اعصاب	۴/۴۱	۰/۸۹
فرار از روزمرگی	۳/۷۷	۱/۳۵
فعالیت و تحرک بدنی	۴/۰۵	۰/۹۹
گذراندن اوقاتی خوش به همراه خانواده و دوستان	۴/۷۵	۰/۵۱
شناخت یکی دیگر از جاذبه‌های طبیعی کشور	۴/۵۶	۰/۸۱

توسط پاسخ دهندگان با توجه به انتظارات آنها پیش از دیدار از سایت متفاوت بود.

هم چنین نتایج آزمون توکی<sup>۱</sup> نشان داد که میان ازدحام ادراک شده توسط سه گروه با انتظارات گوناگون تفاوت وجود داشت. پاسخ‌دهندگانی که با تعداد افرادی بیشتر از انتظارات خود مواجه شده‌اند، بیش‌ترین ازدحام و کسانی که با تعداد دیدارکنندگانی کمتر از انتظار خود مواجه شده‌اند، کمترین ازدحام را گزارش داده بودند.

به منظور بررسی شدت رابطه میان متغیر مستقل انتظار فرد از تراکم و متغیر وابسته ازدحام ادراک شده، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج در

**انتظار از تراکم:** تحلیل توصیفی داده نشان داد که تنها ۱۳٪ پاسخ دهندگان تراکم سایت را کمتر از انتظار خود ارزیابی کرده بودند و مابقی تراکم را مطابق (۴۴/۱٪) یا بیشتر از انتظار خود (۴۲/۹٪) ارزیابی کردند. به علاوه ۳۳٪ پاسخ دهندگان بیان کردند که هیچ گونه ذهنیت یا تصور قبلی از تراکم نداشته‌اند. اگرچه پاسخ‌دهندگان از لحاظ انتظاراتشان از تراکم سایت، در گروه‌های مختلفی جای گرفتند، اما میانگین ازدحام ادراک شده توسط تمام گروه‌ها در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) بیانگر وجود رابطه معنادار بین انتظارات افراد و ازدحام ادراک شده در سطح اطمینان ۹۵٪ بود ( $\text{sig} = 0.000 < 0.05$ ). در واقع ازدحام ادراک شده

<sup>1</sup> Tukey

**نوع تجربه مطلوب:** جدول ۶ فراوانی انواع تجربه مطلوب از نظر پاسخ دهندگان را نشان می‌دهد. بر اساس تحلیل توصیفی داده‌ها، بیشترین میانگین ازدحام ادراک شده، مربوط کسانی بود که به دنبال تجربه کردن محیطی بکر و کاملاً خلوت بودند. اگرچه پاسخ‌دهندگان از لحاظ نوع تجربه مطلوب در گروه‌های مختلفی جای گرفتند، اما میانگین ازدحام ادراک شده توسط تمام گروه‌ها در بازه نسبتاً شلوغ قرار داشت. بر اساس نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) در سطح اطمینان ۹۵٪ میانگین ازدحام ادراک شده توسط دیدارکنندگان بر اساس نوع تجربه مطلوب تفاوت معناداری نداشت ( $\text{sig} = 0.449 > 0,05$ ).

سطح اطمینان ۹۹٪ بیانگر وجود رابطه مثبت معنادار بین این دو متغیر بود ( $\text{Pearson } R=0.306, \text{sig}=0.000 < 0,01$ ).

این یافته، یافته‌های مطالعات پیشین مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین انتظارات و ازدحام ادراک شده را تأیید نمود. طبق ادبیات، انتظارات فرد پیش از رسیدن به سایت، در مقایسه با آنچه فرد واقعاً در دیدار خود تجربه می‌کند، می‌تواند بر میزان ازدحام ادراک شده توسط او اثر بگذارد. اگر کسی در مورد تعداد افرادی که ممکن است با آنها برخورد کند، ذهنیت قبلی داشته باشد، و با تعدادی بیشتر از انتظار خود برخورد نماید، ازدحام ادراک شده توسط او افزایش خواهد یافت.

جدول ۶: فراوانی پاسخ‌ها به تجربه مطلوب

نوع تجربه مطلوب	فراوانی	درصد فراوانی
دوست دارم محیط طبیعی، بکر، آرام و کاملاً خلوت باشد.	۷۱	۳۱/۷
دوست دارم محیط طبیعی و بکر باشد، اما حضور تعداد بسیار اندکی از دیدارکنندگان برایم قابل قبول است.	۶۰	۲۶/۸
دوست ندارم مظاهر شهری در این مکان وجود داشته باشد. به علاوه این که گاه و بیگاه با سایر مردم روبرو شوم، برایم دور از انتظار نیست.	۱۱	۴/۹
دوست دارم از مناظر طبیعی آبشار مارگون لذت ببرم. به علاوه این که بیشتر اوقات با سایر مردم روبرو شوم، برایم دور از انتظار نیست.	۳۸	۱۷
حضور سایرین برای من لذت بخش است و از آن استقبال می‌کنم.	۴۴	۱۹/۶
مجموع	۲۲۴	۱۰۰

#### ✓ متغیرهای موقعیتی

**نقاط مختلف سایت:** همان طور که گفتیم پاسخ دهندگان می‌بایست میزان ازدحامی را که در ۴ نقطه مختلف سایت، احساس کرده بودند، تعیین می‌نمودند. در جدول ۱، میانگین و انحراف معیار ازدحام ادراک شده در هر یک از مکان‌ها را نشان داده بود. بر اساس نتایج آزمون آنالیز واریانس (ANOVA)، در سطح اطمینان ۹۵٪ ازدحام ادراک‌شده از سوی دیدارکنندگان در نقاط مختلف سایت تفاوت معناداری را نشان داده است ( $\text{sig}=0.000 < 0,05$ ).

همچنین، بر اساس نتایج آزمون توکی، میانگین ازدحام ادراک شده پای آبشار و در فضاهای پیرامونی با یکدیگر مشابه بود و در یک گروه جای گرفت. به علاوه، پاسخ دهندگان برای پارکینگ بیشترین ازدحام و برای پای آبشار کمترین ازدحام را گزارش داده بودند. بر اساس مشاهدات میدانی، ازدحام ادراک شده در محوطه پارکینگ با تراکم آن همخوانی داشت، زیرا پارکینگ پر تراکم‌ترین مکان سایت بود. اما آنچه جالب توجه به نظر می‌رسد این است که با وجود تراکم در پای آبشار، میانگین ازدحام ادراک شده در این مکان، کمترین بوده است. این موضوع را شاید بتوان این‌گونه

پارک کردن اتومبیل از کیفیت تجربه آنان کاسته است. بر اساس نتایج آزمون همبستگی، در سطح اطمینان ۹۹٪ بین این متغیر و ازدحام ادراک شده رابطه معناداری وجود داشت و این رابطه مثبت بود ( $Pearson R=0.250, sig=0.000<0,05$ )، به طوری که هر چه کمبود فضای پارکینگ بیشتر موجب تنزل کیفیت تجربه پاسخ‌دهندگان شده بود، ازدحام ادراک شده افزایش یافت.

**کمبود فضای پیک نیک:** بر اساس نتایج تحلیل توصیفی داده‌ها، اکثریت پاسخ‌دهندگان (۴۵/۲٪)، بر این عقیده بوده‌اند که کمبود فضا برای پیک نیک از کیفیت تجربه آنان کاسته‌است. بر اساس نتایج آزمون همبستگی، در سطح اطمینان ۹۵٪ بین این متغیر و ازدحام ادراک شده رابطه معناداری وجود داشت و این رابطه مثبت بود ( $Pearson R=0.141, sig=0.022<0,05$ )، به طوری که هر چه کمبود فضای پیک نیک بیشتر موجب تنزل کیفیت تجربه پاسخ‌دهندگان شده بود، ازدحام ادراک شده افزایش یافت.

وجود رابطه معنادار بین رفتار سایر دیدارکنندگان، کمبود فضای پارکینگ و کمبود فضای پیک نیک با ازدحام ادراک شده، یافته‌های مطالعات پیشین مبنی بر وجود رابطه بین محرک‌های فیزیکی و شناختی با ازدحام ادراک شده را تأیید نمود؛ زیرا بر اساس تئوری محرک مضاعف، القای تراکم به دلیل شرایط محیط فیزیکی یا تعامل با دیگران، موجب می‌شود که فرد کنترل خود را بر اوضاع از دست بدهد و ازدحام را احساس کند.

**وجود زباله:** بر اساس نتایج تحلیل توصیفی داده‌ها، اکثریت پاسخ‌دهندگان (۴۵/۲٪) بر این عقیده بوده‌اند که وجود زباله از کیفیت تجربه آنان کاسته است. بر اساس نتایج آزمون همبستگی، در سطح اطمینان ۹۵٪ بین این متغیر و ازدحام ادراک شده

توجیه کرد که تماشای آبشار آن چنان تجربه تماشایی برای دیدارکنندگان به همراه داشته است که تراکم موجود ارزیابی منفی آنان را به دنبال نداشته است.

**بروز تنش/تقابل:** از پاسخ‌دهندگان خواسته شد مشخص کنند آیا در نتیجه ازدحام میان آنان و سایر دیدارکنندگان تنش رخ داده است یا خیر. ۲۲ نفر (۸/۱٪) از پاسخ‌دهندگان به این سؤال پاسخ مثبت و ۲۴۸ نفر (۹۱/۹٪) پاسخ منفی دادند. بر اساس نتایج آزمون t برای نمونه‌های مستقل در سطح اطمینان ۹۵٪ میانگین ازدحام ادراک شده پاسخ‌دهندگان با توجه به بروز تنش یا عدم بروز تنش تفاوتی نداشت ( $sig=0.809>0,05$ ). بنابراین بروز تنش بر ازدحام ادراک شده تأثیرگذار نبوده است که شاید به این دلیل باشد که میان دیدارکنندگان درگیری چندانی رخ نداده است.

**رفتار سایر دیدارکنندگان (به عنوان محرک مضاعف):** بر اساس نتایج تحلیل توصیفی داده‌ها، حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان (۴۹/۲٪) معتقد بودند که رفتار سایر دیدارکنندگان از کیفیت تجربه تفریحی آنان نکاسته است. بر اساس نتایج آزمون همبستگی، در سطح اطمینان ۹۵٪ بین رفتار سایر دیدارکنندگان و ازدحام ادراک شده رابطه معناداری وجود داشت و این رابطه مثبت بود ( $Pearson R=0.150, sig=0.015<0,05$ )، به طوری که هرچه رفتار سایر دیدارکنندگان بیشتر موجب تنزل کیفیت تجربه پاسخ‌دهندگان شده بود، ازدحام ادراک شده افزایش یافت.

**کمبود فضا برای پارک اتومبیل:** بر اساس نتایج تحلیل توصیفی داده‌ها، اکثریت پاسخ‌دهندگان (۶۸/۵٪) بر این عقیده بوده‌اند که کمبود فضا برای

<sup>۱</sup> در این مطالعه تأثیر رفتار سایر دیدارکنندگان بر ازدحام ادراک شده، هم به عنوان محرک و هم به عنوان مانعی در مقابل نیل به هدف تفریحی مورد بررسی قرار گرفت.

فعالیت‌های آنان اختلال ایجاد نکرده است. نتایج آزمون همبستگی، بیانگر عدم وجود رابطه معنادار بین تعداد سایر دیدارکنندگان به عنوان مانعی برای نیل به هدف تفریحی و ازدحام ادراک شده، بود (Pearson  $R=0.048$ ,  $sig=0.445>0,05$ ).

عدم وجود رابطه معنادار بین تعداد و رفتار سایر دیدارکنندگان (به عنوان مانع نیل به هدف) شاید به این علت باشد که تعداد یا رفتار سایرین برای فرد، مانعی در مقابل نیل به هدف تفریحی به شمار نمی‌آمده است، زیرا همان طور که گفتیم اکثریت پاسخ دهندگان بر این عقیده بوده‌اند که تعداد یا رفتار سایرین در فعالیت‌ای آنان اختلال ایجاد نکرده است.

رابطه معناداری وجود نداشت (Pearson  $R=-0.053$ ,  $sig=0.394>0,05$ ).

**رفتار سایر دیدارکنندگان (به عنوان مانع نیل به هدف):** بر اساس تحلیل توصیفی داده‌ها، اکثریت دیدارکنندگان (۸۵/۸٪) بر این عقیده بوده‌اند که رفتار سایر دیدارکنندگان در فعالیت‌های آنان اختلال ایجاد نکرده است. نتایج آزمون همبستگی، بیانگر عدم وجود رابطه معنادار بین رفتار سایر دیدارکنندگان به عنوان مانعی برای نیل به هدف تفریحی و ازدحام ادراک شده، بود (Pearson  $R=0.029$ ,  $sig=0.642>0,05$ ).

**تعداد سایر دیدارکنندگان:** بر اساس تحلیل توصیفی داده‌ها، اکثریت پاسخ دهندگان (۵۹/۷٪) بر این عقیده بوده‌اند که تعداد سایر دیدارکنندگان در

جدول ۷: نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها

نوع متغیر	متغیرها	آزمون	عدد معنی داری
جمعیت شناختی	جنسیت	t برای نمونه‌های مستقل	۰/۹۷۷
	سن	آنالیز واریانس	۰/۹۶۲
	تحصیلات	آنالیز واریانس	۰/۵۷۴
	شغل	آنالیز واریانس	۰/۲۴۶
	درآمد	آنالیز واریانس	۰/۶۵۲
ویژگی‌های دیدار	طول مدت دیدار	آنالیز واریانس	۰/۶۳۷
	اندازه گروه	آنالیز واریانس	۰/۱۹۹
روان شناختی	تجربه قبلی	آنالیز واریانس	۰/۹۵۵
	انگیزه	آنالیز واریانس	۰/۵۰۲
	انتظارات	آنالیز واریانس	۰/۰۰۰
	نوع تجربه مطلوب	همبستگی	۰/۰۰۰
موقعیتی	مکان	آنالیز واریانس	۰/۴۴۹
	بروز درگیری	t برای نمونه‌های مستقل	۰/۰۰۰
	رفتار سایر دیدارکنندگان (محرک مضاعف)	همبستگی	۰/۸۰۹
	وجود فضای کافی برای پارک اتومبیل	همبستگی	۰/۰۱۵
	وجود فضای کافی برای پیک نیک	همبستگی	۰/۰۰۰
	وجود زباله	همبستگی	۰/۰۲۲
	رفتار سایر دیدارکنندگان (تداخل اهداف)	همبستگی	۰/۳۹۴
	تعداد سایر دیدارکنندگان	همبستگی	۰/۶۴۲
	همبستگی	۰/۴۴۵	

قوی‌ترین رابطه مثبت (Pearson  $R=0.306$ ) را نشان داد و پس از آن به ترتیب کمبود فضای پارکینگ (Pearson  $R=0.250$ )، رفتار سایر دیدارکنندگان به

در آخر، متغیرهایی که با توجه به آزمون همبستگی با ازدحام ادراک شده رابطه معنادار نشان دادند، بر اساس ضریب همبستگی پیرسون اولویت بندی شدند. بدین ترتیب انتظار فرد از تراکم سایت،

رسیدن به مقصد انتظارت واقع‌گرایانه‌ای در ذهن دیدارکنندگان شکل می‌گیرد و در نتیجه مواجهه با شلوغی سایت، موجب تنزل کیفیت تجربه آنان نخواهد شد. بدین منظور می‌توان وبسایت اطلاع‌رسانی برای آبشار مارگون راه‌اندازی کرد و اطلاعاتی در مورد زمان-های اوج دیدار به همراه تصاویری از تراکم سایت در این زمان‌ها، در اختیار دیدارکنندگان قرار داد.

همچنین، از میان متغیرهای موقعیتی، متغیرهای کمبود فضای پارکینگ، رفتار سایر دیدارکنندگان و کمبود فضای پیک نیک (به ترتیب)، بر ادراک پاسخ‌کنندگان از ازدحام اثرگذار بودند که با توجه به تئوری محرک مضاعف، این متغیرها سبب القای تراکم در ذهن دیدارکنندگان و در نتیجه تنزل کیفیت تجربه آنان می‌گردد. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که دیدارکنندگان در زمینه رفتارهای مناسب در این مکان آموزش دریافت کنند، تا با رفتارهای نادرست خود موجب آزار سایرین نشوند. بدین منظور می‌توان از وبسایت، بروشور، تابلوهای راهنما و راهنمایان آموزش دیده استفاده نمود. از طرف دیگر، یکی از مهم‌ترین اقداماتی که باید در آبشار مارگون صورت گیرد، ساخت پارکینگ و محوطه کمپینگ و پیک نیک با توجه به استانداردها و در نظر گرفتن تعداد دیدارکنندگان می‌باشد. علاوه بر این، ازدحام ادراک شده در نقاط مختلف سایت با یکدیگر متفاوت بود و جالب آن که، با وجود تراکم بالای پای آبشار، کمترین ازدحام برای این مکان گزارش شده بود؛ شاید بتوان تجربه جذابی را که تماشای آبشار برای دیدارکنندگان به دنبال دارد، دلیل این امر برشمرد.

از آنجا که شدت رابطه بین متغیرهای گفته شده و ادراک دیدارکنندگان از ازدحام، بسیار ضعیف بود، شاید بتوان گفت که متغیرهای دیگری بر ازدحام ادراک شده تأثیرگذار بوده‌اند که لازم است در مطالعات آتی مورد توجه قرار گیرند.

عنوان محرک (Pearson R=0.150) و کمبود فضای پیک‌نیک (Pearson R=0.022) قرار گرفت.

جدول ۷ یافته‌های این تحقیق را به صورت خلاصه نشان می‌دهد.

### نتیجه‌گیری

با توجه به حجم زیاد تقاضا برای دیدار از منابع تفریحی، مدیریت کیفیت تجربه دیدارکنندگان از اهمیت زیادی برخوردار است. ازدحام ادراک شده، یکی از شاخص‌های تعیین کیفیت تجربه تفریحی به شمار می‌رود. مطالعات نشان داده‌است که علاوه بر تراکم سایت، متغیرهای دیگری نیز در ادراک از ازدحام دیدارکنندگان سهیم هستند. در این مطالعه متغیرهای تأثیرگذار بر ادراک از ازدحام دیدارکنندگان آبشار مارگون مورد بررسی قرار گرفتند. بر اساس یافته‌های این تحقیق، دیدارکنندگان به طور میانگین ازدحام متوسطی را ادراک کرده بودند. به علاوه، از میان متغیرهای مورد بررسی، تنها ۵ متغیر رابطه معناداری را با ازدحام ادراک شده نشان دادند. هیچ یک از متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای مرتبط با ویژگی‌های دیدار با ازدحام ادراک شده رابطه معنادار نشان ندادند.

از میان متغیرهای روان شناختی تنها «انتظار فرد از تراکم» پیش از رسیدن به سایت، با ازدحام ادراک شده رابطه مثبت و معناداری را نشان داد. به عبارت دیگر، دیدارکنندگانی که در سایت با تعداد افرادی بیش از انتظار خود روبرو شده بودند، ازدحام بیشتری را گزارش دادند. این یافته، با یافته‌های پیشین در ادبیات مبنی بر وجود رابطه مثبت بین انتظار از تراکم و ازدحام ادراک شده هم‌راستا بود. توجه به این موضوع، اهمیت شکل‌دهی انتظارات صحیح و واقع‌گرایانه در ذهن دیدارکنندگان پیش از رسیدن به سایت را دو چندان می‌کند. بدین ترتیب پیش از

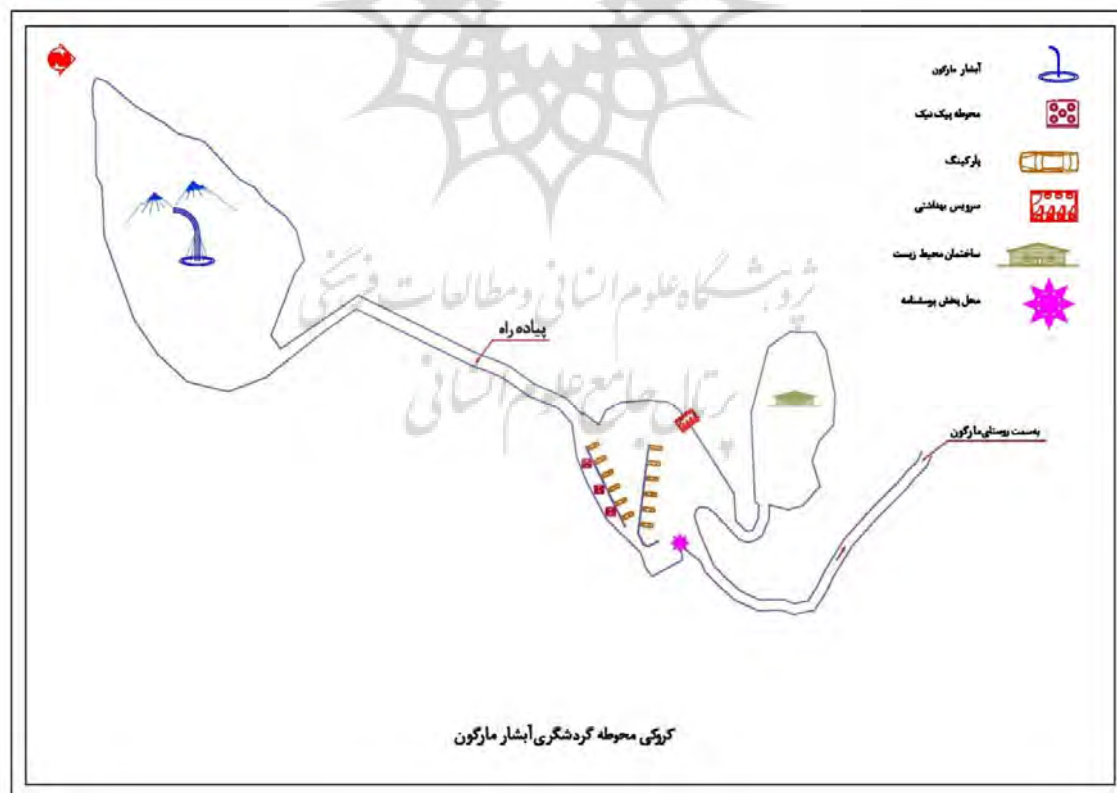
روش متداول برای تعیین تراکم سایت‌های تفریحی، محاسبه نرخ اشغال پارکینگ می‌باشد. از آنجا که در آبشار مارگون، ظرفیت پارکینگ بسیار کمتر از تعداد اتومبیل‌های دیدارکنندگان بود و پارکینگ در ساعات اولیه صبح تکمیل می‌شد و پس از آن دیدارکنندگان اتومبیل‌های خود را در هر مکان ممکن پارک می‌نمودند، تعیین تراکم سایت در هر ساعت و به طور دقیق میسر نبود.

به دلیل محدودیت‌های زمانی، این مطالعه تنها در یکی از زمان‌های اوج دیدار از آبشار مارگون انجام شد، درحالی‌که در بهار و تابستان زمان‌های اوج دیگری هم وجود دارد؛ در نتیجه شاید نتوان این نتایج را به سایر زمان‌ها تعمیم داد. به علاوه، ممکن است ویژگی‌های دیدارکنندگان در فصول دیگر متفاوت باشد.

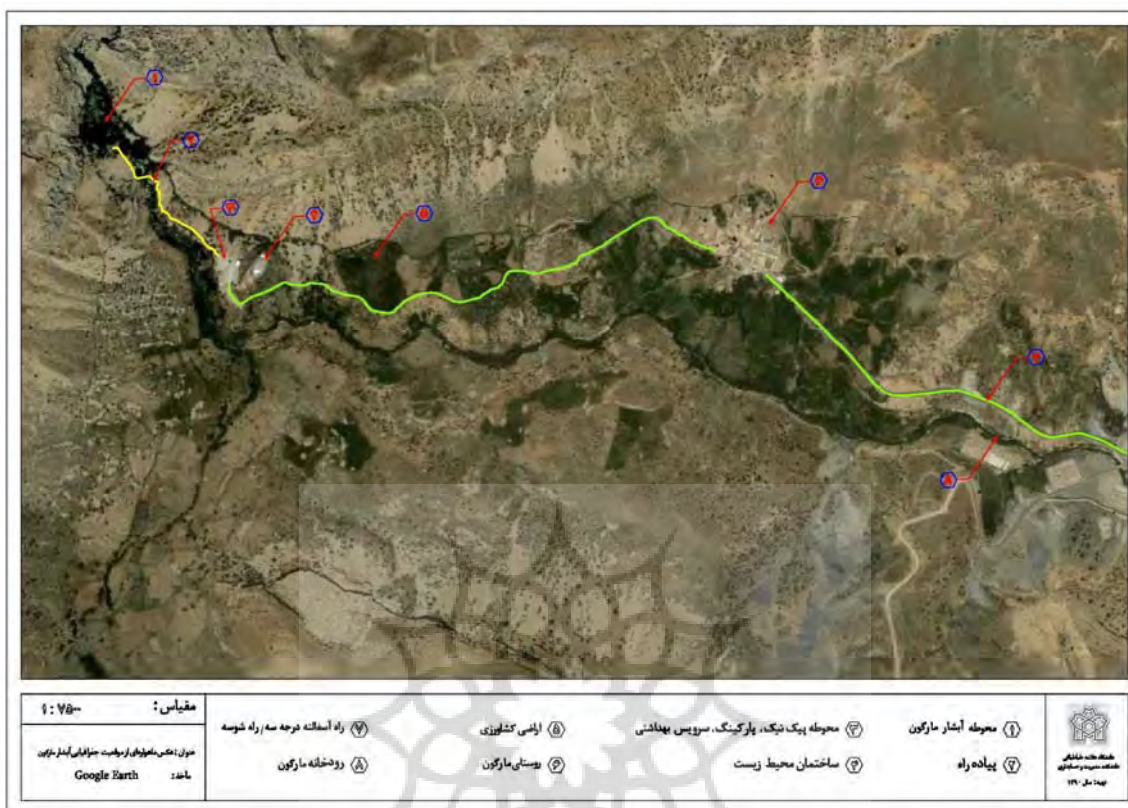
یافته‌های این تحقیق و مطالعات مشابه، می‌تواند مدیران را در شناخت عواملی که بر کیفیت تجربه تفریحی دیدارکنندگان اثر می‌گذارد، یاری دهد؛ و آنها می‌توانند از این نتایج در ارزیابی تصمیمات مدیریتی کمک بگیرند و از تنزل کیفیت تجربه دیدارکنندگان جلوگیری نمایند. از این رو، مدیران باید به طور دائم از ارائه تجربه‌های تفریحی با کیفیت اطمینان حاصل کرده و راهکارهای متناسب را به کار گیرند.

### محدودیت‌های تحقیق

آمار دقیق و معتبری از تعداد دیدارکنندگان آبشار مارگون در فصول مختلف سال و نیز برای چندین سال وجود نداشت و روشی که برای آمارگیری در سال‌های اخیر به کار رفته، علمی نبوده است.



شکل ۲: کروی محوطه گردشگری آبشار مارگون



شکل ۳: عکس ماهواره‌ای از موقعیت جغرافیایی آبشار مارگون

## منابع و مأخذ

۱. آلتمن، ایروین (۱۹۷۵). *محیط و رفتار اجتماعی: خلوت، فضای شخصی، قلمرو و ازدحام*. ترجمه علی نمازیان. تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۲. جهانبخش، اسماعیل (۱۳۸۲). *راهنمای ساده کاربرد آزمون-های آماری در پژوهش‌های علمی با استفاده از SPSS*. اصفهان: انتشارات مؤسسه علمی دانش پژوهان برین-انتشارات ارکان.
۳. خاکی، غلامرضا (۱۳۸۸). *روش تحقیق با رویکردی به پایان-نامه نویسی (چاپ پنجم)*. تهران: انتشارات بازتاب.
۴. درویش صفت، علی اصغر (۱۳۸۵). *اطلس مناطق حفاظت شده ایران*. تهران: دانشگاه تهران.
۵. دلاور، علی (۱۳۷۵). *روش تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی*. تهران: مؤسسه نشر ویرایش.
۶. ساروخانی، باقر (۱۳۷۷). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*. جلد دوم: بینش‌ها و فنون. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۷. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۸۶). *خلاصه گزارش طرح جامع توسعه گردشگری آبشار مارگون*. چاپ نشده.
۸. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۸۶). *طرح جامع توسعه گردشگری آبشار مارگون: گزارش طراحی*. جلد چهارم: *طراحی گردشگری طبیعی در سایت مارگون*. چاپ نشده.
۹. سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه (۱۳۹۰). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری (چاپ بیست و یکم)*. تهران: نشر آگه.
۱۰. شاکری‌نیا، ایرج (۱۳۷۶). «شهرنشینی، ازدحام، متغیرهای تأثیرگذار بر ازدحام». *مجموعه مقالات نخستین همایش ملی ساختمان‌های بلند در ایران، دانشگاه علم و صنعت تهران*. جلد اول.



- http://findarticles.com/p/articles/mi\_m1145/is\_n10\_v32/ai\_19994796/.
22. Manning, R. E. (2003). "What to do about crowding and solitude in parks and wilderness? A reply to Stewart and Cole". *Journal of Leisure Research* , 35, 107-118.
  23. Manning, R., Wang, B., Valliere, W., Lawson, S., & Newman, P. (2002). Research to estimate and manage carrying capacity of a tourist attraction: a study of alcatraz island. *Journal of Sustainable Tourism* , 10 (5), 388 — 404.
  24. Six, B., Martin, P., & Pecher, M. (1983). "A Cultural Comparison of Perceived Crowding and Discomfort: The United States and West Germany". *Journal of Psychology* , 63-67.
  25. Stankey, G. H., & Manning, R. E. (1986). Carrying capacity of recreation settings. The President's commission on Americans outdoors: A literature review. (pp. 47-57). Washington, D.C. U.S.: Government Printing Office.
  26. Stewart, W. P., & Cole, D. N. (2001). "Number of Encounters and Experience Quality in Grand Canyon Backcountry: Consistently Negative and Weak Relationships". *Journal of Leisure Research* , 33 (1), 106-120.
  27. Toohill, K. R. (1998). "Perceptions of Crowding and Support for Management Alternatives to Control River-Use in the Snake River Corridor, Lincoln and Teton Countries, Wyoming". Master's thesis, University of Wyoming, Laramie.
  28. Tseng, Y.-P., Kyle, G. T., Shafer, S., Graefe, A. R., Bradle, T. A., & Schuett, M. A. (2009). Exploring the crowding-satisfaction relationship in recreational boating. *Environmental Management* , 43, 496-507.
  29. Vaske, J. J., & Donnelly, M. P. (2002). "Generalizing the Encounter—Norm—Crowding Relationship". *Leisure Sciences* , 24, 255-269.
  30. Vaske, J. J., & Shelby, L. B. (2008). "Crowding as a Descriptive Indicator and an Evaluative Standard: Results from 30 Years of Research". *Leisure Sciences* , 30, 111-126.
  31. Weaver, C. L. (2010). "Examining the Influence of Indicator Variables on Crowding and Visitor Experience: A Case Study of White Salmon River in Washington". Masters' thesis, West Virginia University, Morgantown.
  32. Zeitlin, J. M. (2008). "Perceived Crowding and Visitor Support for Use Rationing: A Reanalysis of Existing Data". Master's thesis, Utah State University, Logan .
  ۱۱. صنایع گلدوز، ساناز؛ مخدوم، مجید (۱۳۸۸). "برآورد ظرفیت برد اجتماعی-روانی گردشگری در مکان‌های مقدس و پیرانرژی؛ مطالعه موردی: تخت سلیمان". *مجله محیط شناسی*، ۵۱، ۳۷-۴۴.
  ۱۲. مرکز آمار ایران. (۱۳۸۷). *سالنامه آماری کشور ۱۳۸۶*. تهران: مرکز آمار ایران، دفتر روابط عمومی.
  13. Arnberger, A., & Brandenburg, C. (2007). Past On-Site Experience, Crowding Perceptions, and Use Displacement of Visitor Groups to a Peri-Urban National Park. *Environ Manage* , 40, 34-45.
  14. Borck, C. L. (1998). "An Investigation of Social Carrying Capacity at Three Open Space Preserves". Master's thesis. San Jose State University.
  15. Coccossis, H., & Mexa, A. (2004). Tourism Carrying Capacity: Methodological Considerations. In H. Coccossis, & A. Mexa, *The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment: Theory and Practice* (pp. 55-90). England: Ashgate.
  16. Fleishman, L., Feitelson, E., & Salomon, I. (2007). "Behavioral Adaptations to Crowding Disturbance: Evidence from Nature Reserves in Israel". *Leisure Sciences* , 29, 37-52.
  17. Grieser, K. A. (2005). "Visitor Perception of Crowding, Coping, and Social Carrying Capacity: An Exploratory Study in the Mohonk". Master's thesis, State university of New York, College of Environmental Science and Forestry, Syracuse, New York .
  18. Han, Q., Benedict G.C., D., VanRaaij, W., & Timmermans, H. J. (2010). "Visitors' Strategic Anticipation of Crowding in Scarce Recreational Resources". *Journal of Retailing and Consumer Services* , 1-8.
  19. Lee, H. (1997). "Social Carrying Capacity of Tourism Planning at an Alternative Tourism Destination: Crowding, Satisfaction and Behavior". PHD Thesis, Pennsylvania State University .
  20. Lee, H., & Graefe, A. R. (2003). "Crowding at an arts festival: extending crowding models". *Tourism Management* , 24, 1-11.
  21. Manning, R. E. (1997, october). Social carrying capacity of parks and outdoor recreation areas - includes a directory of references. Retrieved november 1, 2010, from BNET- The CBS Interactive Business Network:



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی