



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال پنجم، شماره‌ی ۱۹، زمستان ۱۳۹۵

صفحات ۳۳-۵۷

بررسی و اولویت‌بندی محدودیت‌های گردشگران کره‌ای در ایران

مهدی کروی^۱

اسماعیل قادری^۲

امین سلطانی هوراند^۳

نسیم محمدیان محمودجیق^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۲/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰

چکیده

برای درک بهتر نیازهای اساسی گردشگران، جلب رضایت، مشارکت و عدم مشارکت آنان و این که چه مسایلی باعث عدم رغبت آنان به سفر به یک مقصد خاص می‌شود، نیاز است که ابتدا موانع و محدودیت‌های پیش روی آنان مرتفع شود. از اینرو برای ارائه محصول گردشگری مناسب ضروری است نیازهای گردشگران بدون محدودیت‌های اساسی مرتفع گردد. هدف از پژوهش حاضر، بررسی و اولویت‌بندی محدودیت‌های گردشگران کره‌ای در شهر تهران است. بدین منظور، مدل مفهومی پژوهش شامل چهار نوع محدودیت «درون فردی»، «میان فردی»، «ساختاری» و «محدودیت‌های مقصد» توسعه یافت. گردشگران کره‌ای ورودی به ایران که در بهار ۱۳۹۳ در تهران حضور داشته‌اند، جامعه آماری را تشکیل می‌دهند. برای نمونه‌گیری، از میان روش‌های غیراحتمالی، روش در دسترس استفاده شد. برای انجام پژوهش، تعداد ۳۵۱ پرسشنامه میان گردشگران کره‌ای در شهر تهران توزیع شد. داده‌ها با استفاده از روش‌های آزمون تی تک نمونه‌ای، مدل معادلات ساختاری و آزمون فریدمن، و همچنین با استفاده از نرم‌افزارهای SMARTPLS و SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با توجه به نتایج حاصله، در مجموع، به ترتیب محدودیت‌های مقصد و محدودیت‌های ساختاری مهمترین، و محدودیت‌های درون فردی کم اهمیت‌ترین متغیر بوده‌اند. محدودیت‌های میان فردی نیز از اهمیت متوسطی برخوردار بوده‌اند. از سوی دیگر، با توجه به نتایج آزمون فریدمن، از میان شاخص‌های پژوهش، «ویژگی‌های شخصی گردشگر»، «ادراک و آگاهی از ایران»، و «ضعف زیرساخت‌ها و کمبود امکانات» به عنوان اصلی‌ترین محدودیت‌های جامعه آماری پژوهش شناسایی شدند.

واژه‌های کلیدی: محدودیت، صنعت گردشگری، گردشگران کره‌ای.

^۱ دانشیار گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی

^۲ استادیار گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی

^۳ نویسنده مسئول: دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی (amns1t@yahoo.com)

^۴ دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی

مقدمه

امروزه گردشگری فراتر از یک صنعت به پدیده‌ای اجتماعی - اقتصادی در سطح جهان تبدیل شده است. سال‌هاست که گردشگری به مثابه مقوله‌ای حیاتی در راستای تبدیل جهان به جامعه‌ای متحد و متمرکز فعالیت نموده است؛ جامعه‌ای که آن را دهکده جهانی می‌نامیم (حیدری چپانه، ۱۳۸۷).

در این میان، علی‌رغم این که انگیزه‌ها به عنوان محرک سفر به کشورهای گردشگری پذیر و مقاصد گردشگری عمل می‌کنند، این کشورها با محدودیت‌های سفر نیز دست و پنجه نرم می‌کنند که به عنوان چالش و فیلتری برای گردشگری به شمار می‌آیند و موجب کاهش تقاضا می‌شوند؛ به عبارت دیگر، علی‌رغم وجود انگیزه‌های سفر، محدودیت‌های سفر می‌توانند مانع مشارکت تصمیم‌گیرندگان اصلی سفر باشند (چن^۱ و وو^۲، ۲۰۰۹، به نقل از پیج^۳ و هال^۴، ۲۰۰۳).

برای درک بهتر نیازهای اساسی گردشگران، مشارکت و عدم مشارکت آنان و این که چه مسایلی باعث عدم رغبت آنان به سفر به یک مقصد خاص می‌شود، نیاز است که ابتدا موانع و محدودیت‌های پیش روی آنان مرتفع شود. موفقیت بازاریابان همواره در شناخت کامل محصولاتشان برای فروش است. از اینرو برای ارائه محصول گردشگری مناسب نیاز است نیازهای گردشگران بدون محدودیت‌های اساسی به آنان تحویل شود. حال با شناسایی محدودیت‌های اصلی و عمده که در کشورهای مقصد وجود دارد، می‌توان گره از کار آنان گشود. از آنجایی که کشور ایران دارای قوانینی با ساختار مذهبی است، ممکن است این قوانین برای گردشگران به عنوان محدودیت شناسایی شود.

علی‌رغم این که گردشگری در سال ۲۰۱۵، در حدود ۴۷۶ هزار شغل، یعنی ۱/۹ درصد از کل مشاغل ایران را به خود اختصاص داده است (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۶) و اهمیت آن برای دولت روز به روز بیشتر آشکار می‌شود و به گفته ریاست سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، یکی از اولویت‌های برنامه ششم است (میراث آریا، ۱۳۹۵)، اما ایران رقم بسیار اندکی از ورودی‌های بین‌المللی جهان در سال ۲۰۱۳ (۴،۷۶۹،۰۰۰ نفر) و سال ۲۰۱۴ (۴،۹۶۷،۰۰۰ نفر) را به خود جلب کرده است (بانک جهانی^۵، ۲۰۱۵). با این وجود، صنعت گردشگری ایران تحت رگبار مسلسل مسایل منفی و تصویر بد است (که پیش از این توسط رسانه‌های غربی به آن دامن زده می‌شد) و به شدت تحت تاثیر محیط سیاسی کشور و روابط بین‌الملل آن قرار گرفته است. هرچند پس از توافق برجام، با تبلیغ ایران توسط رسانه‌های بزرگ و تاثیرگذار جهان به عنوان مقصد

^۱ Chen

^۲ Wu

^۳ Page

^۴ Hall

^۵ World Travel & Tourism Council (WTTC)

^۶ World Bank

گردشگری برتر، از حجم همه‌های رسانه‌ای کاسته شده و اشتیاق به سفر به ایران اندکی افزایش یافته است (خبرگزاری میراث فرهنگی، ۱۳۹۴)، اما بهبود تصویر، فرآیندی طولانی‌تر و منسجمی را می‌طلبد. صنعت گردشگری در ایران، چه گردشگری داخلی و چه گردشگری بین‌المللی هیچ‌گاه به توسعه مطلوب دست نیافته است و این امر نتیجه برنامه‌های تدوین شده بوده است. با توجه به غنای منابع گردشگری کشور، علت این امر عمدتاً در اتخاذ اهداف و سیاست‌های نادرست و تنگناهای اجتماعی-اقتصادی و عدم توسعه ساخت اقتصادی و زیربنایی نهفته است (معصومی، ۱۳۸۷).

جمهوری اسلامی ایران با داشتن جاذبه‌های گردشگری (تاریخی، مذهبی، طبیعی) به لحاظ عدم اتخاذ سیاست‌های مؤثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی-اجتماعی کشور که می‌تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد، همچنان پابرجا بماند. از اینرو ضروری است ضمن برشمردن چالش‌های اساسی مترتب بر این صنعت، به بررسی راهکارهای توسعه صنعت گردشگری در ایران، پرداخته شود (نویخت و پیروز، ۱۳۸۷). بخشی از چالش‌های اصلی صنعت گردشگری ایران، که از طرف عرضه دیده می‌شود، وجود محدودیت‌های سفر برای ورود و حضور گردشگران خارجی در این کشور است. مساله اصلی پیش روی پژوهشگران این است که محدودیت‌های واقعی پیش روی گردشگران خارجی در ایران کدامند؟

با توجه به مطالب فوق‌الذکر، پژوهش حاضر به دنبال بررسی محدودیت‌هایی است که معمولاً حتی در کشورهایی با ساختار مشابه ایران نیز وجود ندارند. اهداف این پژوهش به طور اخص عبارتند از:

- بررسی و اولویت‌بندی محدودیت‌های گردشگران کره‌ای در ایران؛
 - بررسی عوامل اصلی در عدم موفقیت در جذب انبوه گردشگران خارجی، به ویژه کره‌ای.
- از طرف دیگر، در سال ۲۰۱۳، مخارج نزدیک به ۱۵ میلیون گردشگر کره‌ای در جهان، بالغ بر ۱۷ میلیارد دلار بوده است (سازمان گردشگری کره جنوبی، ۲۰۱۴) و طبق آماري که از طریق مراجعه مستقیم به سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری به دست آمده است، در سال ۱۳۹۲، تعداد ۸۷۲۷ کره‌ای وارد ایران شده‌اند که عمدتاً اقامتی به نسبت طولانی در شهر تهران داشته‌اند. از سوی دیگر، بررسی‌های میدانی و مصاحبه با برخی از مسئولین، فعالان بخش خصوصی و دولتی و گروهی از گردشگران کره‌ای در ایران، نشان می‌دهد که گردشگران کره‌ای عمدتاً با اهداف تجاری وارد ایران می‌شوند و جزو یکی از مهمترین گردشگران تجاری (در گذشته و حال) ایران محسوب می‌شوند. تمرکز این گروه از گردشگران در شهر تهران (به واسطه تمرکز مراکز اقتصادی کشور در این شهر) بررسی روحیات آنان، دیدگاه‌هایشان درباره سفر به ایران و تجربه سفر در این کشور را ضروری می‌سازد. کمااینکه پیش از این، در محافل علمی ایران توجه چندانی به آنها نشده

است. از اینرو، این پژوهش با پاسخ‌گویی به سوالات زیر، به دنبال بررسی و اولویت‌بندی مجموعه محدودیت‌هایی است که سفر این دست از گردشگران را تحت تاثیر قرار می‌دهند:

سوال اول: وضعیت محدودیت‌های گردشگران کره‌ای در ایران چگونه است؟ (استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای)

سوال دوم: میزان تأثیر محدودیت‌ها بر گردشگران کره‌ای به چه اندازه است؟ (PLS)

سوال سوم: اولویت محدودیت‌های گردشگران کره‌ای در ایران چگونه است؟ (فریدمن)

مبانی نظری

برعکس انگیزه‌ها که به عنوان محرک سفر عمل می‌کنند، در مقابل، محدودیت‌ها به عنوان فیلتری برای گردشگری به شمار می‌آیند و موجب کاهش تقاضا می‌شوند؛ به عبارت دیگر، علی‌رغم وجود انگیزه‌های سفر، محدودیت‌ها می‌توانند مانع مشارکت تصمیم‌گیرندگان اصلی سفر باشند (چن و وو، ۲۰۰۹، به نقل از پیچ و هال، ۲۰۰۳). از طرف دیگر محدودیت‌های درک شده میزان وفاداری گردشگران را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد (تائه^۱، ۲۰۰۷). مطالعات نشان می‌دهند که بیشتر محدودیت‌های تصمیمات سفر با جنسیت، سبک زندگی و ویژگی‌های فرهنگی در ارتباط هستند (خان^۲، ۲۰۱۱، به نقل از جکسون^۳، ۱۹۹۱). شناسایی محدودیت‌های سفر به درک عوامل اثرگذاری که رفتار گردشگران را شکل می‌دهند، کمک می‌کند. این کار همچنین می‌تواند مقدمه‌ای برای شناسایی تفاوت‌های موجود میان انتخاب‌های بخش‌های مختلف گردشگران باشد (کاتیاپورنپونگ^۴ و میلر^۵، ۲۰۰۹، به نقل از ساماندال^۶ و دیگران، ۱۹۹۷). از اینرو، شناسایی محدودیت‌های پیش روی گردشگران و اتخاذ تدابیری در جهت رفع آنها برای هر کشوری که به دنبال توسعه گردشگری خود است، بسیار ضروری می‌باشد.

جکسون تاکید دارد که همه افراد با محدودیت‌های خاص خود مواجهند و با شدت‌ها و ترکیب‌های متفاوتی از آن روبرو می‌شوند و نمی‌توان کسی را کاملاً فارغ از هر گونه محدودیتی دانست. محدودیت‌ها، موقتی و تحت تاثیر تغییراتی است که در مراحل مختلف زندگی فرد رخ می‌دهد. می‌توان گفت رابطه هر دسته محدودیت با ویژگی‌های فردی تقریباً ثابت است (هینچ^۷ و دیگران، ۲۰۰۱). امروزه محدودیت‌های فراغت به عنوان شاخه‌ای از علوم دانشگاهی شناخته شده

^۱ Tae

^۲ Khan

^۳ Jackson cited by Khan

^۴ Kattiyapornpong

^۵ Miller

^۶ Samandahl

^۷ Hinch

است (جکسون، ۱۹۹۱) که به عنوان مکانیزمی برای درک بهتر محدودیت‌های مشارکت در فعالیت‌های فراغتی مورد استفاده قرار می‌گیرد (بوچانن^۱ و آلن^۲، ۱۹۸۵). علاوه بر این، از محدودیت‌های فراغت برای توضیح روندهای در حال تغییر ترجیحات فراغتی در طی زمان (جکسون، ۱۹۹۱) و برای درک تفاوت انتخاب‌ها و تجربه‌های فراغتی بخش‌های مختلف جامعه (لی^۳، ۲۰۱۰) نیز استفاده شده است.

محدودیت‌های فعالیت فراغتی، چه ادراک‌شده و چه واقعی، در مشارکت بسیار مؤثرند. شرایط ایده‌آل آن است که محدودیت‌ها به کمترین حد ممکن خود برسند تا همه گروه‌های اجتماعی از فرصت‌های عادلانه‌ای برخوردار باشند. به هر حال، باید توجه داشت که شکاف و فاصله میان نظریه و عمل، با انجام پژوهش‌هایی در این حوزه کاهش یافته و کاهش خواهد یافت (گودیل^۴ و ویت^۵، ۱۹۸۹).

مطالعه موانع و محدودیت‌های فراغت به عنوان مکانیزمی برای درک بهتر موانع مشارکت در فعالیت‌های فراغتی در نظر گرفته می‌شود (بوچانن و آلن، ۱۹۸۵؛ ساماندال و دیگران، ۱۹۹۷). واژه‌نامه آکسفورد^۶ نیز، واژه «محدودیت» را به عنوان حدگذاری و محدود کردن عمل و جنبش توصیف می‌کند. در ابتدا، مانع و محدودیت فراغتی به هر فاکتوری اطلاق می‌شد که تکرار، شدت، مدت یا کیفیت مشارکت در فعالیت تفریحی را کاهش می‌داد (گودویل و ویت، ۱۹۸۹). جکسون در سال ۱۹۸۸ تعریف نهایی را ارائه داده است: «محدودیت‌ها مجموعه دلایلی برای عدم اتخاذ رفتاری خاص هستند و شامل محدودیت‌هایی می‌شوند که از مشارکت فرد در فعالیت فراغتی جلوگیری می‌کنند». محدودیت‌های فراغتی مهمترین عواملی هستند که می‌توانند باعث جلوگیری، کاهش یا تعدیل مشارکت شوند یا تاثیر منفی بر کیفیت تجربه فراغتی داشته باشند (تائه، ۲۰۰۷). محدودیت‌ها، فاکتورهای غیرمطلوبی هستند که دامنه بسیار گسترده‌ای از تجربیات ناخوشایند سفر گرفته تا تهدیدات جدی برای سلامت و جان مسافران را شامل می‌شود (سونمز^۷ و گرافه^۸، ۱۹۹۸). هندرسون^۹ و دیگران (۱۹۸۸) بیان کرده‌اند که محدودیت‌ها بیش از آن که واقعی باشند، ادراک شده^{۱۰} هستند (مک‌گویگان^۱ و رابین^۲، ۲۰۰۴). بر اساس آن چه که تا کنون گفته شد:

^۱ Buchanan

^۲ Allen

^۳ Lee

^۴ Goodale

^۵ Witt

^۶ Oxford

^۷ Sonmez

^۸ Graefe

^۹ Henderson

^{۱۰} Percieved

«تمرکز این پژوهش بر روی آن دسته از عواملی است که می‌توانند تاثیر منفی بر تصمیم گردشگران بگذارند یا عامل منفی و محدودیت کشور میزبان عنوان شوند. در این پژوهش محدودیت به چیزی گفته می‌شود که برای انجام عمل فراغتی خاص در ایران، موانعی را ایجاد می‌کند، یا باعث عدم رضایت گردشگران می‌شود و یا از میزان رضایت سفر آنان می‌کاهد».

باید توجه داشت که واژه «محدودیت» مقدم بر واژه «مانع» است؛ زیرا، واژه‌های «مانع» و «موانع» نمی‌توانند کل تعریف «محدودیت رفتار گردشگری» را دربرگیرند و به طور کامل این توصیف را پوشش دهند (جکسون، ۱۹۸۸). علاوه بر این، واژه موانع، ذهن پژوهشگران را فقط در یک سمت و سو نگه می‌دارد و تنها یک نوع از محدودیت را شامل می‌شود که چیزی در میان «ترجیحات^۳» و «مشارکت^۴» است (کروفورد^۵ و گودبی^۶، ۱۹۸۷).

امروزه طیف گسترده‌تر و پیچیده‌تری از موانع شناسایی شده‌اند که واژه محدودیت‌ها آن را توضیح می‌دهند (جکسون، ۱۹۸۸). این مفهوم علاوه بر موارد فیزیکی و خارجی، موارد داخلی و اجتماعی (کروفورد و گودبی، ۱۹۸۷) و حوزه‌های روان‌شناختی درونی (نادیرووا^۷ و جکسون، ۲۰۰۲) را هم شامل می‌شود.

پیشینه پژوهش

مطالعه محدودیت‌های در حوزه فراغت و گردشگری در چهار دهه گذشته یکی از موضوعات پژوهشی مهم بوده است. با این حال، علی‌رغم اهمیت این موضوع، مطالعات اندکی در این زمینه به ویژه از منظر فرهنگی صورت پذیرفته است (ژانگ^۸ و دیگران^۹، ۲۰۱۲). بررسی مطالعات مربوط به گردشگری حاکی از آن است که موضوع محدودیت‌های سفر، عموماً در کنار متغیرهای دیگری چون رضایت، مشارکت در سفر، وفاداری و... مورد بررسی قرار گرفته (دلارت^۹ و دیگران، ۱۹۹۸) و بخش اعظمی از پیشینه ادبیات پژوهش حاضر به عنوان زیرمجموعه‌ای از علوم دیگر از جمله اقتصاد، جامعه‌شناسی و... صورت پذیرفته است.

مرسلی (۱۳۷۴) بیان می‌کند که فقدان تلقی مثبت نسبت به گردشگری از مشکلات جذب و توسعه گردشگری در ایران می‌باشد. با توجه به پژوهش ناصری (۱۳۷۵) عدم هماهنگی فرهنگ

^۱ McGuigan

^۲ Robyn

^۳ Preferences

^۴ Engagement

^۵ Crawford

^۶ Godbey

^۷ Nadirova

^۸ Zhang

^۹ Dellaret

گردشگران برخی از کشورها با فرهنگ و ارزش‌های حاکم، وجود سازمان‌های موازی گردشگری و مشکلات سرمایه‌گذاری و صنعت تبلیغات از اهم مشکلات گردشگری ایران می‌باشد. سلیمی (۱۳۷۶) نیز به بررسی موانع موجود از دیدگاه جامعه‌شناختی پرداخت و خانی (۱۳۸۹) سعی کرد تا با توجه به تعریف تیلور^۱ از فرهنگ، به این مساله بپردازد که آیا در افکار و اعتقادات، قوانین و مقررات و آداب و رسوم ایران موانعی بر سر راه توسعه گردشگری ایران وجود دارد یا خیر؟ در این پژوهش ضوابط و قوانین اسلامی، باورها و اعتقادات مذهبی، و آداب و رسوم به عنوان مانعی برای توسعه گردشگری ایران شناخته شد. اما نتایج آماری، افکار عمومی را به عنوان یک مانع تایید نکرد.

کروفورد و گودی (۱۹۸۷) مدلی را برای آزمودن رابطه میان محدودیت‌ها و مشارکت در فراغت ارائه کردند. این مدل، محدودیت‌ها را به سه دسته «میان فردی»^۲، «درون فردی»^۳ و «ساختاری»^۴ تقسیم می‌کند. (کروفورد و گودی، ۱۹۸۷؛ نیانپوان^۵ و دیگران، ۲۰۰۸؛ کیم^۶، ۲۰۰۹). بلیزی^۷ (۱۹۸۷) در پژوهش خود اشاره کرد که در یک برنامه سفر برای بزرگسالان و غیرمسافران، تفاوت‌های جمعیت‌شناختی بسیاری وجود دارد. همچنین محدودیت‌های این دو گروه بسیار از هم متفاوت است (بلیزی، ۱۹۸۷).

هندرسون و دیگران (۱۹۸۸) رابطه محدودیت‌های ادراک‌شده، تفرج خارج از خانه و جنسیت را مطالعه کرده‌اند و محدودیت‌هایی چون هزینه، علاقه، فرصت، نقش‌های جنسیتی و تصمیم‌گیری را یافتند. این پژوهشگران در تکمیل مدل کروفورد و گودی، محدودیت‌های پیشین (که مشابه محدودیت‌های درون فردی و محدودیت‌های میان فردی کروفورد و گودی هستند) را بر ترجیحات مؤثر دانستند و محدودیت‌های مداخله‌گر را مشابه محدودیت‌های ساختاری در نظر گرفتند (هندرسون و دیگران، ۱۹۸۸؛ تائه، ۲۰۰۷). بکمن^۸ و کرامپتون^۹ (۱۹۹۰) پیشنهاد می‌کنند که موانع مالی و بر عهده داشتن مسئولیت‌های سنگین خانوادگی مانع مشارکت آنان است. (بکمن و کرامپتون، ۱۹۹۰).

جکسون (۱۹۹۰) با ادغام و تعدیل مدل‌های کروفورد و گودی، و هندرسون و دیگران، رابطه میان ترجیح و مشارکت را آزمود. مدل او محدودیت‌های درون فردی و میان فردی را تحت عنوان محدودیت‌های پیشین نشان می‌دهد (جکسون، ۱۹۹۰). کروفورد و دیگران (۱۹۹۱) مدل سلسله

^۱ Taylor

^۲ Inter personal

^۳ Intera personal

^۴ Structural

^۵ Nyanpuane

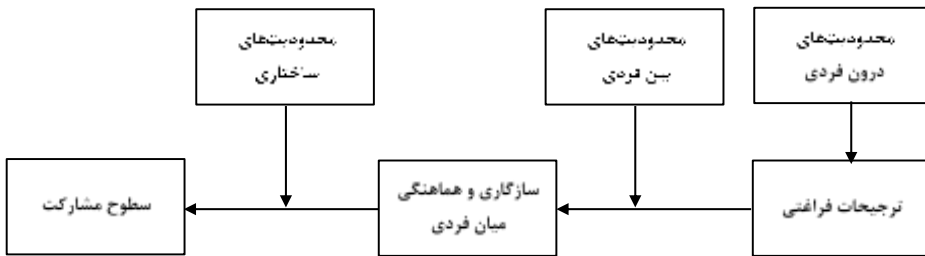
^۶ Kim

^۷ Blazey

^۸ Backman

^۹ Crompton

مراتب موانع فراغت را ارائه دادند (نمودار ۱). آنها سه نوع از انواع محدودیت‌ها را در یک سلسله مراتب ارائه دادند. آنها بر این باورند که محدودیت‌های درون فردی (نزدیک‌ترین محدودیت‌ها به شخص)، قابل مذاکره هستند و می‌توان آنها را برطرف کرد. به دنبال آن، به ترتیب محدودیت‌های میان فردی و ساختاری (دروبرترین محدودیت‌ها نسبت به شخص) قرار می‌گیرند. افراد باید در هر سطح از محدودیت‌ها که قرار می‌گیرند، به آنها غلبه کنند (کروفورد و دیگران، ۱۹۹۱).



نمودار (۱): مدل سلسله مراتب محدودیت‌های فراغت

منبع: کروفورد و دیگران (۱۹۹۱)

پس از معرفی مدل فوق، پژوهشگران به آزمودن این مدل در بسترهای مختلف فراغت و گردشگری با داده‌های متفاوت روی آوردند و بسیاری از آنها ماهیت سلسله‌مراتبی محدودیت‌ها را برای شروع یک فعالیت فراغتی جدید اثبات کردند (ژانگ و دیگران، ۲۰۱۲؛ گائو^۱ و کرستتر^۲، ۲۰۱۶). با این حال، علی‌رغم کاربردهای بالقوه نظریه محدودیت‌های فراغت در مطالعه رفتارهای سفر گردشگران، تعداد اندکی از پژوهشگران مدل محدودیت‌های فراغت را در مطالعات گردشگری بکاربرده‌اند (ژانگ و دیگران، ۲۰۱۲). روئل^۳ و فسنامایر^۴ (۱۹۹۲) نیز فاکتورهایی چون مسایل مالی، روانشناختی، رضایت و ریسک زمانی را به عنوان محدودیت‌های معمول سفر و اوقات فراغت معرفی می‌کنند (روئل و فسنامایر، ۱۹۹۲). اوم^۵ و کرامپتون^۶ (۱۹۹۲) در مورد محدودیت‌ها و تسهیلات ادراک شده در تصمیمات برای تعطیلات بررسی‌هایی انجام داده‌اند. آنها در پژوهش‌های خود از تسهیلات به عنوان باورهایی از مقاصد یاد کرده‌اند که برای ارضای نیازهای انگیزشی گردشگران استفاده می‌شود. این در حالی است که تمامی جوانب و اوصافی که از تسهیلات یاد نشده باشد و در آن جایی نداشته باشد به عنوان محدودیت‌ها از آن یاد می‌شود. در نهایت، نتایج پژوهش آنها نشان

^۱ Gao

^۲ Kerstetter

^۳ Roehl

^۴ Fesenmaier

^۵ Um

^۶ crompton

داد که تسهیلات در مجموعه عوامل برانگیزاننده ابتدایی، اثر بیشتری نسبت به مجموعه عوامل برانگیزاننده بعدی در انتخاب یک مقصد بالقوه دارد. اما رفته رفته و در مراحل بالاتر و بعدی، این محدودیت‌ها هستند که تعیین‌کننده مقاصد هستند (اوم و کرامپتون، ۱۹۹۲). جکسون و دیگران (۱۹۹۳) در موافقت با رایت و گودیل (۱۹۹۱)، سطحی از انگیزه را به مدل سلسله مراتب محدودیت‌ها افزودند تا بتوان شدت نسبی انگیزه فرد برای مشارکت را در کنار محدودیت‌های مختلف در نظر گرفت. علی‌رغم اینکه بیشتر بودن محدودیت‌ها، باعث مشارکت کمتر فرد می‌شود، بیشتر بودن انگیزه، مشارکت وی را افزایش می‌دهد. بنابراین محدودیت‌ها و انگیزش رابطه‌ای معکوس دارند. شایان ذکر است برآیند محدودیت‌ها و انگیزه‌ها تعیین‌کننده «سطح مشارکت» است، نه مشارکت یا عدم مشارکت افراد (جکسون و دیگران، ۱۹۹۳).

جکسون (۱۹۹۳) شش بعد از محدودیت‌های موجود در محیط‌های مختلف را شناسایی کرد:

۱. انزوای اجتماعی: ویژگی‌های ناشی از تعامل با مردم
۲. دلایل شخصی: نشان‌دهنده توانایی‌ها یا انگیزه‌های افراد
۳. دسترسی: کمبود یا دسترسی محدود به وسایل حمل و نقل، فاصله زیاد و کیفیت پایین راه‌ها
۴. هزینه: هزینه، تجربه، هزینه خرید یا اجاره تجهیزات و وسایل
۵. زمان: تعهدات خانوادگی و شغلی، نداشتن زمان به علت تخصیص آن به سایر فعالیت‌ها
۶. امکانات: ازدحام و نگهداری از امکانات مقصد که رابطه علت و معلولی دارند.

در این پژوهش بعد انزوای اجتماعی معادل محدودیت‌های میان فردی، بعد دلایل شخصی معادل محدودیت‌های درون فردی و ابعاد دسترسی، هزینه، زمان و امکانات معادل محدودیت‌های ساختاری است (جکسون، ۱۹۹۳).

پنینگتون^۱ و دبوراه^۲ (۲۰۰۲) مدل محدودیت‌های اوقات فراغت را بر روی مفهوم گردشگری بر مبنای طبیعت آزمایش کردند و وجود مدل سه بعدی محدودیت‌های درون فردی، میان فردی و ساختاری را تایید نمودند. آنها به این نتیجه رسیدند که در مورد ادراک محدودیت‌ها بر اساس متغیرهای جمعیت‌شناختی تفاوت‌هایی از نظر سن و مراحل چرخه زندگی خانوادگی وجود دارد (پنینگتون و دبوراه، ۲۰۰۲).

تائه (۲۰۰۷) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «سلسله مراتب چندگانه محدودیت‌های سفر و اوقات فراغت» توصیف می‌کند که مشکلات و محدودیت‌های «حمل و نقل» و محدودیت‌های خاصی که برای «نژادها» و «سنین» مختلف وجود دارد و به عنوان محدودیت‌های سفر شناخته می‌شود. سیلوا^۳ و کوریا^۴ (۲۰۰۷) با تحلیل محدودیت‌ها و عوامل تسهیل‌گر سفر برای ساکنین

^۱ Pennington

^۲ Deborah

^۳ Silva

^۴ Correia

جنوب غرب پرتغال به این نتیجه رسیدند که عوامل عمده تصمیم‌گیری برای سفر عبارتند از «زمان»، «پول»، «انگیزه» و «وجود همراه برای سفر» (سیلوا و کوریا، ۲۰۰۷). پژوهش‌های نیانپوان و دیگران (۲۰۰۸) با افزودن سه بعد جدید به محدودیت‌های ساختاری در مفهوم گردشگری با عنوان «هزینه»، «کمبود وقت» و «ویژگی‌های مقصد» وارد مرحله جدیدی شد (نیانپوان و دیگران، ۲۰۰۸). ژانگ (۲۰۰۹) «مشکلات زبانی»، «نگرانی‌های امنیتی»، «وضعیت مالی»، «مهارت‌ها»، و «زمان» را از جمله عوامل عمده پیش روی گردشگران خروجی پکن معرفی کرد (ژانگ، ۲۰۰۹). کارنیرو^۱ و کرامپتون (۲۰۰۹) بدین نتیجه رسیدند که مشکلات و محدودیت‌های «مالی» مردم را تشویق به جستجوی اطلاعات می‌کند، اما محدودیت‌های «زمان» و «قابلیت دسترسی» هیچ تأثیری بر روی جستجوی اطلاعات اعمال نمی‌کنند (کارنیرو و کرامپتون، ۲۰۰۹). ژانگ و دیگران (۲۰۱۲) بر روی محدودیت‌های پیش روی گردشگران برای تجربه مناظر خطاطی چینی تمرکز کردند. آنها مدل محدودیت‌های سلسله مراتبی (محدودیت‌های درون فردی، میان فردی و ساختاری) را تأیید کرده و اثرگذاری ابعاد سه‌گانه این مدل بر روی عملکرد، مشارکت و رضایتمندی گردشگران را به اثبات رساندند. مطابق نتایج پژوهش آنان، «محدودیت‌های درون فردی» اثر منفی بر روی «عملکرد گردشگران» دارند، در حالی که نه «محدودیت‌های میان فردی» و نه «محدودیت‌های ساختاری»، تأثیری بر روی «میزان مشارکت» یا «رضایتمندی آنان» نداشتند. گائو و کرسستر (۲۰۱۶) نیز با در نظر گرفتن سه ویژگی جمعیت‌شناختی جنسیت، سن و نژاد نشان دادند که رفتار زنان مسن چینی در سفرهای تفریحی تحت تاثیر هشت محدودیت قرار دارد: سه محدودیت درون فردی شامل «دانش محدود گردشگری»، «نگرانی‌های مرتبط با سلامتی و ایمنی»، «شوک فرهنگی»، یک محدودیت میان فردی شامل «نداشتن همراه در سفر»، و چهار محدودیت ساختاری شامل «کیفیت پایین امکانات و تسهیلات خدماتی»، «دسترسی محدود به اطلاعات»، «شهرت و اعتبار منفی راهنمای سفر»، و «کم بودن تعطیلات یا مرخصی همراه با حقوق». آنها راهکارهایی را نیز به عنوان استراتژی‌های مذاکره (تعديل) محدودیت‌ها برشمردند (گائو و کرسستر، ۲۰۱۶).

محدودیت‌های درون فردی

محدودیت‌های درون فردی شامل ویژگی‌های شخصیتی و حالت‌های روان‌شناختی افراد است. برخی از این محدودیت‌ها عبارتند از: استرس، نگرانی، عدم علاقه، نگرش گروه‌های مرجع، ادراک از توانایی شخصی، ارزیابی ذهنی از مناسب بودن و دردسترس بودن فعالیت‌های فراغتی، و وجود انواع مختلف از فعالیت‌های اوقات فراغت. این محدودیت‌ها بیشتر بر ترجیحات فرد تاثیر می‌گذارند. به علاوه، شرایط روحی و فیزیکی افراد از جمله محدودیت‌های درون فردی هستند که ممکن است طی دوره زمانی کوتاهی تغییر کند (کورفورد و گودبی، ۱۹۸۷؛ نیانپوان و دیگران، ۲۰۰۸؛ کیم، ۲۰۰۹؛

^۱ Carneiro

گائو و کرسستر، ۲۰۱۶). کم‌رویی، ضعف سلامتی، و فقدان مهارت از جمله محدودیت‌های درون فردی محسوب می‌شوند (ژانگ و دیگران، ۲۰۱۲).

محدودیت‌های میان فردی

اگر شرکت فرد در فراغت تحت تاثیر سایرین باشد، ممکن است فرد با محدودیت‌های میان فردی مواجه شود (ریمور^۱ و دیگران، ۱۹۹۳). برخلاف محدودیت‌های درون فردی، محدودیت‌های میان فردی، هم بر ترجیحات فرد مؤثرند و هم بر مشارکت وی، و احتمالاً در دوره‌های مختلف از چرخه حیات، متغیرند. افراد هنگامی چنین مانعی را حس می‌کنند که نمی‌توانند فرد مناسبی برای همراهی در فعالیت خاص بیابند. مسئولیت‌های خانوادگی و نداشتن همراه مناسب برای فعالیت خاص از موانع میان فردی محسوب می‌شوند (سامان‌دال و دیگران، ۱۹۹۷). این محدودیت‌ها فاکتورهایی هستند که روابط فرد را با اعضای خانواده، همسر، دوستان، همکاران و هم‌نشینی که می‌توانند فرد را از نظر مالی یا غیرمالی کمک کنند، تحت تاثیر قرار می‌دهند. همچنین محدودیت‌های مرتبط با وضعیت تأهل، اندازه خانواده و چرخه حیات آن، در دسته محدودیت‌های میان فردی قرار می‌گیرند (کروفورد و دیگران، ۱۹۹۱). محدودیت‌های میان فردی حاصل تعاملات اجتماعی یا روابط بین ویژگی‌های افراد می‌باشند (گائو و کرسستر، ۲۰۱۶). این سطح از محدودیت‌ها در حقیقت به تعاملات اجتماعی مانند اختلاف در برنامه‌های زمان‌بندی شده یا اجبارهای خانوادگی گردشگران بالقوه مربوط می‌شود (ژانگ و دیگران، ۲۰۱۲).

محدودیت‌های ساختاری

محدودیت‌های ساختاری مهمترین و چالش‌برانگیزترین دسته عوامل هستند که بیش از سایر محدودیت‌ها مورد مطالعه قرار گرفته‌اند (جکسون، ۲۰۰۵). این گروه میان ترجیح فرد و مشارکت وی فاصله می‌اندازند (واکر^۲ و ویردن^۳، ۲۰۰۵؛ گائو و کرسستر، ۲۰۱۶) و شامل کمبود زمان، منابع مالی، فرصت، اطلاعات، دسترسی، فصل و شرایط آب و هوایی می‌شوند (واکر و ویردن، ۲۰۰۵). محدودیت‌های ساختاری بسته به سن و میزان درآمد تغییر می‌کند؛ برای مثال، فعالیت فراغتی جوانان تحت تاثیر هزینه و فرصت‌های موجود است، در حالی که موانع وابسته به زمان و هزینه در سنین بالا کمتر دیده می‌شوند. میان‌سالان بیشتر با محدودیت‌های مربوط به خانواده و شغل مواجه می‌شوند و انزوای جغرافیایی مانع مهمی برای افراد مسن است. سایر محدودیت‌های ساختاری مهم عبارتند از: فصل، آب و هوا، مرحله چرخه حیات خانواده، منابع مالی خانواده، زمان‌بندی ساعات

^۱ Raymore

^۲ Walker

^۳ Virden

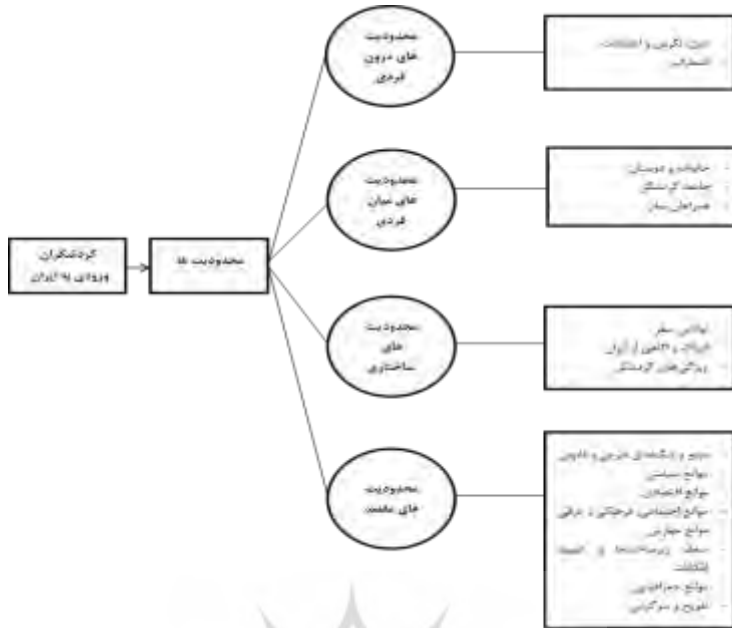
کاری، داشتن فرصت استفاده و آگاهی از این فرصت و عقیده گروه مرجع در مورد مناسب بودن فعالیتی خاص (کروفورد و گودبی، ۱۹۸۷)، مشکلات حمل و نقل، فاصله جغرافیایی و شلوغی زیاد (جکسون، ۲۰۰۵؛ واکر و ویردن، ۲۰۰۵؛ لی، ۲۰۱۰). فرزندان مدرسه‌ای روی زمان سفر رفتن خانواده‌ها تاثیر می‌گذارند. از اینرو زمان‌بندی و طول تعطیلات مدارس، خود یک عامل محدودکننده است (مک‌دونالد^۱ و مورفی^۲، ۲۰۰۸). به طور کلی، محدودیت‌های ساختاری مشخصه‌های محیط بیرونی فرد مانند امکانات و تسهیلات نامناسب، محدودیت‌های زمانی و فقدان گزینه‌های کم‌هزینه را دربرمی‌گیرد (ژانگ و دیگران، ۲۰۱۲).

با توجه به ادبیات پژوهش و پژوهش‌های پیشین، در این پژوهش بر روی آن دسته از عواملی تمرکز شده است که در قالب عوامل بیرونی و درونی، می‌توانند تاثیر منفی بر تصمیم گردشگران بگذارند یا عامل منفی و محدودیت کشور میزبان عنوان شوند. در این پژوهش محدودیت به چیزی گفته می‌شود که برای انجام عمل فراغتی خاص در ایران، موانعی را ایجاد می‌کند، یا باعث عدم رضایت گردشگران می‌شود و یا از میزان رضایت سفر آنان می‌کاهد. بر این اساس، مدل مفهومی پژوهش (نمودار ۲) سه محدودیت «درون فردی»، «میان فردی» و «ساختاری» که در پژوهش‌های پیشین نیز عنوان شده بودند را دربرمی‌گیرد. علاوه بر این، با توجه به شرایط ویژه کشور ایران و سیستم گردشگری آن، به نظر می‌رسد، بررسی متغیری به نام «محدودیت‌های مقصد» نیز ضرورت می‌یابد. ترکیب سوالات پرسشنامه در جدول (۱) آمده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ McDonald

^۲ Marphy



نمودار (۲): مدل مفهومی پژوهش

منبع: اقتباس و تعدیل کروفرورد و گودبی (۱۹۸۷)



مؤلفه	بعد	کلیت گویه‌های مربوطه
محدودیت‌های مقصد	موانع و تنگناهای شرعی و قانونی	۱. امور و مسائل دینی ایرانیان، و اعتقادات مذهبی آنان
		۲. اجباری بودن پوشش اسلامی
		۳. غیرقانونی بودن و مجازات برای استفاده از مشروبات الکلی و داشتن ارتباطات جنسی بدون ازدواج رسمی
		۴. وجود بروکراسی شدید اداری
		۵. سخت‌گیرانه بودن قوانین و فرآیند اخذ ویزا و مدت اقامت در ایران
		۶. سخت‌گیرانه بودن قوانین و فرآیند ورود و خروج به ایران
		۷. عدم برخورداری گردشگران کره‌ای در ایران از امنیت سیاسی
	موانع اقتصادی	۸. بالا بودن قیمت‌ها و هزینه‌های کالاها و خدمات در ایران
		۹. هزینه‌بر بودن سفر به ایران نسبت به سایر کشورها

<p>۱۰. نامناسب بودن رفتارهای مردم ایران با گردشگر خارجی</p> <p>۱۱. عدم امکان برقراری ارتباط با مردم ایران از طریق زبان‌های بین‌المللی</p> <p>۱۲. داشتن دغدغه امنیت شخصی در خیابان‌ها و معابر ایران</p> <p>۱۳. فقدان تبلیغات گردشگری کشور ایران در کره جنوبی (یا سایر کشورها)</p>	<p>موانع اجتماعی، فرهنگی و عرفی</p>
<p>۱۴. فقدان مهارت‌های حرفه‌ای افراد شاغل در مراکز ارائه‌دهنده خدمات</p>	<p>موانع مهارتی</p>
<p>۱۵. فقدان مراکز خریدی که تمامی نیازهای مرا برآورده کند</p> <p>۱۶. فقدان مراکز اقامتی مناسب با امکانات مناسب</p> <p>۱۷. فقدان مراکز عرضه غذاهای متنوع بین‌المللی به ویژه غذاهای کره‌ای</p> <p>۱۸. عدم امکان استفاده از خدمات بهداشتی، پزشکی و بیمه‌ای</p> <p>۱۹. عدم سهولت استفاده از راه‌های دسترسی به ایران (هوایی، دریایی و زمینی)</p> <p>۲۰. ترافیک و ازدحام خیابان‌ها و معابر</p> <p>۲۱. سرعت پایین اینترنت</p> <p>۲۲. فیلتر بودن و مسدود بودن برخی از وب سایت‌های اینترنتی</p> <p>۲۳. فقدان زیرساخت‌های مالی و تجاری بین‌المللی مانند کارت‌های بانکی و اعتباری</p> <p>و...</p> <p>۲۴. ضعیف بودن امکان استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی</p>	<p>ضعف زیرساخت‌ها و کمبود امکانات</p>



ادامه جدول (۱): ترکیب سوالات اصلی پرسشنامه

مؤلفه	بعد	کلیت گویه‌های مربوطه
۳	موانع جغرافیایی	۲۵. فاصله جغرافیایی ایران با کشور من

۲۶. عدم امکان استفاده مشترک از اماکن تفریحی و ورزشی توسط بانوان و آقایان	تفریح و سرگرمی	
۲۷. تعداد زیاد گردشگران و شلوغی جاذبه‌های گردشگری و مراکز تفریحی		
۲۸. نبودن تفریحات شبانه		
۲۹. سانسور فیلم‌ها و غیرقانونی بودن استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای		
۳۰. مشکل‌ساز بودن شرکت گردشگر خارجی در فعالیت‌های فرهنگی مانند کنسرت و یا فعالیت‌های ورزشی و تفریحی		
۳۱. نبودن کازینو، قمارخانه و مکان‌های مشابه		
۳۲. نبودن مکانی برای خرید و سرو مشروبات الکلی		
۳۳. عدم امکان ارتباطات جنسی آزاد و فقدان اماکن مربوطه طبق قانون رسمی		
۳۴. نامناسب بودن شرایط مالی من برای سفر به ایران	توانایی سفر	
۳۵. نداشتن زمان کافی برای سفر به ایران		
۳۶. محدودیت‌های شغلی و حرفه‌ای		
۳۷. تصویری که از ایران داشتم یا دارم	ادراک و آگاهی از ایران	
۳۸. نداشتن اطلاعات کافی درباره ایران و سفر به ایران		
۳۹. وابستگی شدید فرزندان من	ویژگی‌های گردشگر	
۴۰. متأهل بودن من		
۴۱. جنسیت من		
۴۲. سن من		
۴۳. وضعیت جسمانی من		
۴۴. نظر منفی اعضای خانواده و دوستانم در خصوص سفر من به ایران	خانواده و دوستان	
۴۵. سفر نکردن اعضای خانواده و دوستانم به ایران		
۴۶. رایج نبودن سفر به ایران رایج در کشور من و بد بودن این کار از نگاه مردم	جامعه گردشگر	
۴۷. دشواری یافتن شخصی برای همراهی من در سفر به ایران	همراهان سفر	
۴۸. نبودن عبادتگاه‌های دینی من در ایران	دین، نگرش و اعتقادات	
۴۹. عدم سازگاری اعتقادات شخصی من با سفر به ایران		
۵۰. نداشتن حس خوب نسبت به سفر به ایران		
۵۱. داشتن ترس و اضطراب درباره سفر به ایران	اضطراب	

منبع: محقق ساخته بر مبنای بررسی ادبیات و دیدگاه خبرگان دانشگاهی

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، «کاربردی»، و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، «توصیفی - پیمایشی» است. گردشگران کره‌ای ورودی به ایران که در بهار ۱۳۹۳ در تهران حضور داشته‌اند، جامعه آماری را تشکیل می‌دهند. حجم نمونه آماری این پژوهش با خطای ۰/۰۵ و طبق جدول کرجسی^۱ و مورگان^۲ برابر ۳۸۵ می‌باشد. در این مطالعه از آنجایی که حجم جمعیت مورد نظر معلوم نبوده و از طرفی امکان دسترسی به همه اعضای جامعه وجود نداشت، از میان روش‌های غیراحتمالی، روش در دسترس بکار برده شد و سعی بر آن بود که نمونه‌ها در حد امکان معرف گروه‌های متفاوت باشند.

^۱ Krejcie

^۲ Morgan

پژوهشگران با استفاده از ۵۱ سوال اصلی، که در طیف لیکرت پنج تایی (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) طراحی شده بود، اقدام به بررسی متغیرهای اصلی پژوهش نمودند و در نهایت، ۳۵۱ پرسشنامه تکمیل گردید. پرسشنامه پژوهش، محقق‌ساخته و به زبان کره‌ای طراحی شد. روایی پرسشنامه، با توجه به دیدگاه خبرگان دانشگاهی و مصاحبه با تعدادی از اعضای جامعه، مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای ۳۱ نمونه نخست (۰/۸) تایید شد.

تجزیه و تحلیل

نتایج آمار توصیفی (جدول ۲) نشان می‌دهد که بخش اعظم پاسخ‌دهندگان مردان متأهل ۴۰- ساله، با تحصیلات دانشگاهی و با وضعیت درآمدی متوسط و پایین بوده‌اند که عمدتاً در بخش خصوصی شاغل بوده‌اند و برای نخستین بار به ایران سفر کرده‌اند. بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان به سفر مجدد به ایران تمایل داشته‌اند.

جدول (۲): نتایج توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (اندازه نمونه=۳۵۱)

درصد			درصد		
۱۲/۳	یک نفر	تعداد اعضای خانواده	زن	مرد	جنسیت
۷/۱	دو نفر		۸/۲	زن	
۵۷/۱	سه نفر		۶۹/۷	30_40	سن
۲۳/۵	بیشتر از ۳ نفر	۲۸/۳	40_50		
۶۵/۱	یک بار	۲/۰	>50		
۲۳/۴	دوبار	تعداد دفعات سفر به ایران	۹۶/۹	متاهل	وضعیت تاهل
۹/۱	سه بار		۳/۱	مجرد	
۲/۴	بیشتر از ۳ بار		۳/۱	زیر دیپلم	تحصیلات
۵۹/۲	کارمند بخش خصوصی	شغل	۳۴/۳	دیپلم	
۳۰/۴	کارمند دولت		۱۴/۱	فوق دیپلم	
۱۰/۴	خود اشتغال		۳۸/۴	لیسانس	
۵۶/۶	بلی	قصد سفر مجدد به ایران	۱۰/۱	فوق لیسانس و بالاتر	
۴۳/۴	خیر		۴۵/۳	کم	
			۳۶/۸	متوسط	
		۱۳/۷	خوب		
			۴/۲	خیلی خوب	

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

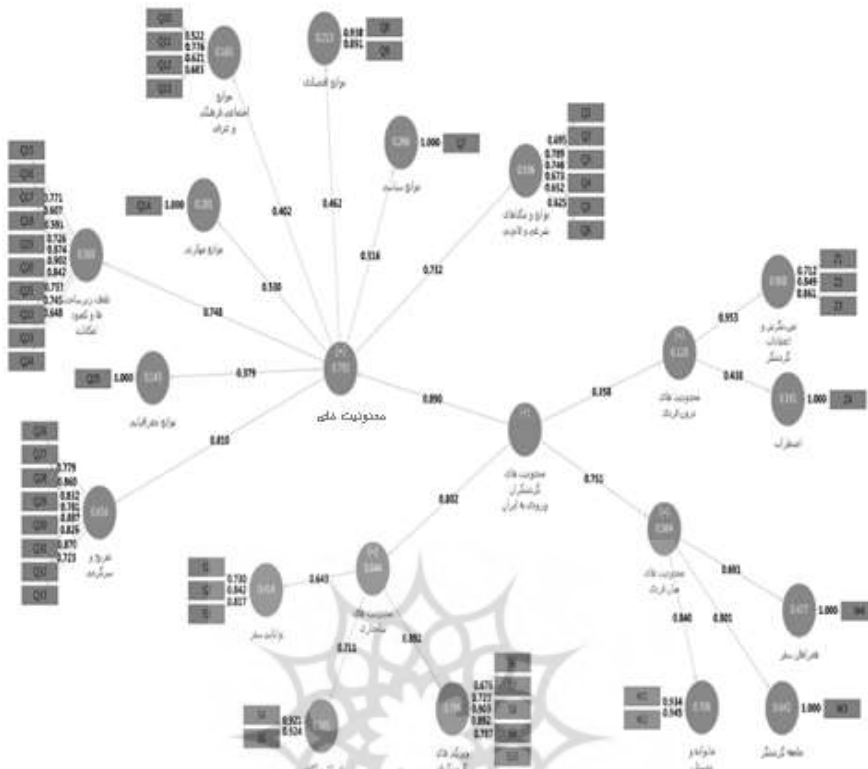
در پاسخ به سوال اول، نتیجه آزمون تی تک نمونه‌ای (جدول ۳) نشان می‌دهد که فرض آزمون تک دنباله مبنی بر بزرگتری میانگین با عدد ۳ رد می‌شود و در نتیجه تمامی عوامل ذکر شده را می‌توان به عنوان محدودیت‌های گردشگران خارجی در ایران به شمار آورد.

جدول (۳): نتایج آزمون تی تک نمونه ای

فاصله اطمینان		سطح معناداری	آماره t	انحراف استاندارد	میانگین	متغیرهای پژوهش
کران بالا	کران پایین					
۰/۷۳	۰/۵۵	0	۱۳/۵۴	۰/۸۹	۳/۶۴	محدودیت‌های اجتماعی، فرهنگی و عرفی
۰/۴۵	۰/۲۵	0	۷/۱۶	۰/۹۳	۳/۳۵	محدودیت‌های اقتصادی
۰/۳۳	۰/۱۳	0	۴/۷۱	۰/۹۳	۳/۲۳	محدودیت‌های جغرافیایی
۰/۷۷	۰/۶۳	0	۱۹/۳۹	۰/۶۸	۳/۷۰	محدودیت‌های سیاسی
۰/۷۴	۰/۶۱	0	۲۱/۴۴	۰/۵۹	۳/۶۷	محدودیت‌های مهارتی
۰/۹۶	۰/۷۹	0	۲۱/۲۶	۰/۷۷	۳/۸۸	محدودیت‌های و تنگناهای شرعی و قانونی
۱	۰/۸۶	0	۲۶/۹۷	۰/۶۴	۳/۹۳	ضعف زیرساخت‌ها و کمبود امکانات
۰/۸۳	۰/۶۴	0	۱۵/۱	۰/۹۱	۳/۷۴	تفریح و سرگرمی
۰/۹۵	۰/۸	0	۲۳/۲	۰/۷۱	۳/۸۸	توانایی سفر
۱/۱۵	۱/۰۲	0	۳۱/۶۱	۰/۶۴	۴/۰۹	ادراک و آگاهی از ایران
۱/۲۷	۱/۱۴	0	۳۶/۷۳	۰/۶۱	۴/۲۱	ویژگی‌های گردشگر
۰/۸۵	۰/۷	0	۱۹/۹۱	۰/۷۳	۳/۷۷	همراهان سفر
۰/۸۱	۰/۶۴	0	۱۷/۳۴	۰/۷۸	۳/۷۲	جامعه گردشگر
۰/۸	۰/۶۲	0	۱۵/۷۴	۰/۸۵	۳/۷۱	خانواده و دوستان
۰/۹۸	۰/۸۹	0	۴۰/۶۷	۰/۴۳	۳/۹۳	اضطراب
۰/۲۶	۰/۰۲	0	۲/۳۳	۱/۱۴	۳/۱۴	دین، نگرش و اعتقادات گردشگر
						منبع: محاسبات تحقیق حاضر

در این پژوهش، در پاسخ به سوال دوم، به دلیل چند سطحی بودن مدل، تعدد متغیرهای مستقل، وجود هم خطی چندگانه بین متغیرها و ناتوانی نرم افزارهای چون لیزرل، آموس، EQS و... برای تایید مدل از روش حداقل مربعات جزئی^۱ (PLS) با استفاده از نرم افزار SMARTPLS استفاده شده است. نمودار (۳) مدل تحلیل عاملی تاییدی دو مرحله ای در حالت تخمین ضرایب استاندارد و جدول (۴) شاخص‌های روایی، پایایی و برازش پژوهش را نشان می‌دهند. با توجه به بارهای عاملی، به ترتیب «محدودیت‌های مقصد» و «محدودیت‌های ساختاری» مهمترین محدودیت‌های پیش روی گردشگران کره‌ای در ایران می‌باشند. پس از آنها «محدودیت‌های میان فردی» قرار می‌گیرد که از اهمیت متوسطی برخوردارند. «محدودیت‌های درون فردی» نیز کم اهمیت‌ترین متغیر هستند.

^۱ Partial Least Square



نمودار (۳): مدل تحلیل عاملی تاییدی دو مرحله‌ای در حالت تخمین ضرایب استاندارد

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۴): شاخص‌های روانی، پایایی و برازش پژوهش

GOF	R ²	\sqrt{AVE}	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE	متغیرهای پنهان
۰/۵۸	۰/۶۷	۰/۸۶	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۷۸	محدودیت‌های مقصد
			۰/۶۳	۰/۷۸	۰/۸۹	محدودیت‌های درون فردی
			۰/۸۴	۰/۸۷	۰/۸۲	محدودیت‌های ساختاری
			۰/۷۶	۰/۸۵	۰/۸۹	محدودیت‌های میان فردی
			۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۷۳	محدودیت‌های گردشگران ورودی به ایران

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

از سوی دیگر، به منظور رتبه‌بندی محدودیت‌های پیش روی گردشگران خارجی از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. با توجه به نتایج این آزمون (جدول ۵) می‌توان گفت بین رتبه‌بندی محدودیت‌های پیش روی گردشگران خارجی تفاوت معنی داری در سطح اطمینان ۹۵٪ وجود دارد و رتبه‌های یکسانی ندارند. متغیر ویژگی‌های گردشگر بیشترین نقش را در محدودیت سفر

گردشگران خارجی به ایران داشته است (بالاترین میانگین رتبه را داشته است) رتبه بندی سایر عوامل به ترتیب بیشترین تا کمترین عبارت است از: ادراک و آگاهی از ایران، ضعف زیرساخت‌ها و کمبود امکانات، موانع و تنگناهای شرعی و قانونی، اضطراب، توانایی سفر، تفریح و سرگرمی، همراهان سفر، خانواده و دوستان، جامعه گردشگر، موانع سیاسی، موانع اجتماعی، فرهنگی و عرفی، موانع مهارتی، موانع اقتصادی، موانع جغرافیایی و کمترین نقش را نیز دین، نگرش و اعتقادات گردشگر داشته است.

جدول (۵): نتایج آزمون فریدمن

سطح معناداری	مقدار کای دو	میانگین رتبه	متغیرهای پژوهش
۰/۰۰	۶۶۶/۵۳	۱۱/۶۶	ویژگی‌های گردشگر
		۱۰/۸۹	ادراک و آگاهی از ایران
		۹/۶۹	ضعف زیرساخت‌ها و کمبود امکانات
		۹/۴	محدودیت‌ها و تنگناهای شرعی و قانونی
		۹/۲۶	اضطراب
		۹/۲۴	توانایی سفر
		۸/۸۵	تفریح و سرگرمی
		۸/۶۳	همراهان سفر
		۸/۵۳	خانواده و دوستان
		8.382	جامعه گردشگر
		8.189	محدودیت‌های سیاسی
		7.949	محدودیت‌های اجتماعی، فرهنگی و عرفی
		7.681	محدودیت‌های مهارتی
		6.375	محدودیت‌های اقتصادی
5.664	محدودیت‌های جغرافیایی		
5.573	دین، نگرش و اعتقادات گردشگر		

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یکی از پیش‌شرط‌های ارائه موفقیت‌آمیز محصولات و خدمات گردشگری، رفع یا تعدیل محدودیت‌هایی است که پیش روی گردشگران قرار دارند. چنانچه پیش‌تر نیز ذکر گردید، انگیزه‌ها محرک سفر گردشگران به یک مقصد هستند و محدودیت‌های واقعی و یا ادراک شده در جهت عکس آن عمل می‌کنند. این مساله به ویژه در خصوص مقصدی چون ایران که از ساختار منحصر‌فردی در جهان برخوردار است، بسیار حائز اهمیت می‌باشد. پژوهش حاضر از میان طیف متنوع گردشگران ورودی به ایران، از دو جهت به بررسی محدودیت‌های سفر گردشگران کره‌ای

پرداخت: نخست اینکه به دلیل ارتباطات تجاری دو کشور، ایران سالیان سال است که به طور منظم و با روندی پیوسته و رو به رشد، پذیرای گردشگران تجاری کره‌ای است؛ دوم اینکه، علی‌رغم این موضوع و همچنین طول اقامت و هزینه‌کرد قابل توجه آنان در ایران، پژوهشگران توجه چندانی به این گروه از گردشگران نداشته‌اند.

یافته‌های پژوهش در پاسخ به نخستین پرسش مطرح شده، نشان دادند که گردشگران کره‌ای در ایران با تمامی محدودیت‌های مفروض در مدل مفهومی، مواجه هستند. در این میان و در پاسخ به پرسش دوم مشخص شد که با توجه به بارهای عاملی، به ترتیب «محدودیت‌های مقصد» و «محدودیت‌های ساختاری» مهمترین محدودیت‌ها و «محدودیت‌های درون فردی» کم اهمیت‌ترین آنها می‌باشند. «محدودیت‌های میان فردی» نیز از اهمیت متوسطی برخوردارند:

- در توضیح یافته‌های فوق می‌توان گفت که کشور ایران هنوز نتوانسته تصویر واقعی و مناسب از خود را گردشگران کره‌ای ارائه دهد و آنها با محدودیت‌های چندگانه‌ای در ایران مواجه هستند که اثرگذارترین آنها، محدودیت‌هایی است که پژوهش حاضر فراتر از ادبیات پیشین بدان پرداخته (یعنی محدودیت‌های مقصد) و بدین ترتیب به غنای ادبیات موجود افزوده است. خوشبختانه پس از گشایش‌های سیاسی اخیر، مقدماتی در خصوص بهبود زیرساختی فراهم گشته است. اما رفع یا حداقل تقلیل سایر محدودیت‌ها نیز مورد نیاز است. ضعف زیرساخت‌ها همواره جزء مسایل اساسی در صنعت گردشگری ایران بوده است. مساله حائز اهمیت این است که «دولت به عنوان متولی این امر باید در صف اول قرار گیرد»؛ زیرا، تنها سازمان متبوع گردشگری، نمی‌تواند اقدامی در این زمینه انجام دهد. تجربه جهانی در ارتباط با مساله جذب گردشگر حاکی از آن است که به مناطق یا کشورهایی که فاقد امکانات رفاهی و زیرساختی هستند، گردشگر کمتری جذب می‌شود. در این راستا، کیفیت خدمات موجود در هتل‌های ایران، در قیاس بین‌المللی نمی‌گنجد و بسیار هزینه‌بر است. در حال حاضر، در نتیجه قرارگیری در فضای پساتحریم، اقداماتی جهت «حمایت از این سرمایه‌گذاری‌ها» انجام می‌شود، و دیدارهایی با هیات‌های سرمایه‌گذاری خارجی که تمایل به فعالیت در ایران دارند صورت می‌پذیرد، اما به نظر می‌رسد هنوز «برنامه جامعی برای ارائه دید وسیع‌تر و یکپارچه‌تری در این خصوص» موجود نیست.

از سوی دیگر، در پاسخ به پرسش سوم نتایج حاکی از آن بود که متغیرهای «ویژگی‌های گردشگر»، «ادراک و آگاهی از ایران»، «ضعف زیرساخت‌ها و کمبود امکانات»، «موانع و تنگناهای شرعی و قانونی»، «اضطراب» و «توانایی سفر» بیشترین نقش را در محدودیت سفر گردشگران خارجی به ایران دارند و کمترین نقش را نیز «دین، نگرش و اعتقادات گردشگر» ایفا می‌کند:

- ارجح بودن شاخص‌های زیرمجموعه «محدودیت‌های ساختاری» یعنی «ویژگی‌های گردشگر»، «ادراک و آگاهی از ایران» و «توانایی سفر» نشان می‌دهد که ایران به عنوان یک مقصد گردشگری، از ضعف‌های اساسی تبلیغاتی برای گردشگران کره‌ای رنج می‌برد. از اینرو، «تهیه اقلام

تبلیغاتی منسجم»، «تعریف کمپین‌های تبلیغاتی برای دعوت کره‌ای‌ها به ایران» و «تعریف شرایطی برای کاهش بار مالی سفر به ایران» در این راستا متمرکز خواهد بود؛ همچنین در کاهش میزان «اضطراب» آنان نیز تاثیرگذار خواهد بود. سوای تمامی مسایل مهم بین‌المللی که در حال حاضر به تدریج شرایط رفع آنها فراهم شده است، ساختارهای داخلی صنعت گردشگری هنوز در اغلب موارد نتوانسته‌اند که با اثرات همه‌جانبه‌هایی که سال‌ها علیه ایران انجام شده است، مقابله کنند. «نماینده‌ها و سفارتخانه‌ها و... ایران در اقصی نقاط جهان»، به علت نداشتن برنامه خاص و یکپارچه نتوانسته‌اند با «تبلیغات صحیح و متناسب» افکار عمومی جهان را نسبت به ایران تغییر دهند و این مهم به رسانه‌های جهانی خارجی واگذار شده است که هر لحظه، امکان تغییر رویه مثبت یا منفی آنها نسبت به تصویرسازی از ایران وجود دارد. فقدان محسوس «منابع تبلیغاتی نظیر بروشورها، پوسترها و کتاب‌ها و...» حتی در داخل ایران که به واسطه آن بتوان بعد از تغییر نگرش گردشگران خارجی از آنان به عنوان نماینده فرهنگی ایران استفاده کرد، از نقصان‌های اساسی است. عدم استفاده از «رسانه‌های اجتماعی قوی و جهانی»، نظیر فیس بوک، توییتر و... برای تبلیغات این صنعت و ضعف ساختار IT از دیگر عوامل حائز اهمیت می‌باشد.

• پاسخ‌ها به سوالات زیرمجموعه شاخص «محدودیت‌های اجتماعی، فرهنگی و عرفی» نشانگر آن است که در برخورد با گردشگران کره‌ای، به درستی از روحیه مهمان‌نوازی ایرانیان (که به وفور در منابع پژوهشی و غیرپژوهشی بدان اشاره شده است) استفاده نمی‌شود و می‌توان متصور شد که هنوز فرهنگ و ارتباطات بین‌المللی در ایران، جایگاه خود را به درستی نیافته است و نیاز به «آموزش و آگاهی‌بخشی جامعه میزبان» نیز احساس می‌شود. برای مثال، هجوم مردم بر سر یک گردشگر در معابر و... از نظر گردشگران کره‌ای کار پسندیده‌ای نیست و منجر به ادراک ناصحیح آنان از امنیت لازم در خیابان‌ها و معابر می‌شود؛ حال آن که برای کمک باشد.

از جمله سایر محدودیت‌های اساسی پیش روی گردشگران خارجی در ایران، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد که برداشتن گام‌هایی جهت برطرف ساختن آنها بسیار مفید خواهد بود:

- قوانین گمرکی دست و پا گیر و مشکلات صدور روادید
 - طرز برخورد نامناسب افراد شاغل در ادارات متبوع
 - مشکلات اساسی در خدمات بانکی و بیمه‌ای
 - رفتارهای خارج از عرف بین‌المللی
 - کم‌سوادی یا بی‌سوادی اغلب کارگران شاغل در بخش‌های مختلف گردشگری
 - عدم وجود زندگی شبانه، جداسازی جنسیتی و وجود مراکز تفریحی.
- بر این اساس می‌توان پیشنهادهای اجرایی زیر را در راستای برطرف نمودن محدودیت‌های پیش روی گردشگران خارجی ارائه داد:
- بهینه‌سازی عملکرد (فنی و خدماتی) سیستم حمل و نقل زمینی، هوایی و دریایی

- اعطای تسهیلات و حمایت‌های لازم دولت از بخش خصوصی
 - تدوین و اجرای قوانین شفاف، جامع و معقول
 - تسهیل و تسریع در صدور روادید
 - تامین خدمات بانکی و بیمه‌ای در حد استانداردهای بین‌المللی
 - تشویق و حمایت دفاتر خدمات مسافرتی
 - تربیت راهنمایان تور آشنا به زبان‌های خارجی و فرهنگ ملل
 - استفاده از افراد دارای صلاحیت علمی، اخلاقی و فرهنگی جهت تصمیم‌گیری در مورد گردشگری و استفاده از کارشناسان مجرب چه در امور هنری و تبلیغی و چه در خصوص آشنایی با فرهنگ‌ها و اقوام و سلاطین مختلف
 - اصلاح دید جامعه نسبت به گردشگران و آشناسازی آنان با جاذبه‌های گردشگری ایران از طریق رسانه‌های گروهی
 - انجام تبلیغات گسترده و البته یکپارچه در داخل و خارج از کشور
 - اصلاح تصویر مخدوش از امنیت کشور
 - ارتقای کیفیت خدمات و محصولات گردشگری
 - جلب همکاری و همسویی کلیه سازمان‌ها
 - اطلاع‌رسانی کافی، مناسب و فراگیر از طریق وسایل ارتباط جمعی.
- به طور کلی، یافته‌های پژوهش با مجموعه پژوهش‌های ذکر شده در قسمت پیشینه پژوهش، به ویژه مرسلی (۱۳۷۴)، ناصری (۱۳۷۵)، سلیمی (۱۳۷۶)، خانی (۱۳۸۹)، کروفرود و گودبی (۱۹۸۷)، بکمن و کرامپتون (۱۹۹۰)، جکسون (۱۹۹۳)، پنینگتون و دبراه (۲۰۰۲)، تائه (۲۰۰۷)، سیلوا و کوریا (۲۰۰۷)، نیانپوان و دیگران (۲۰۰۸)، ژانگ (۲۰۰۹)، ژانگ و دیگران (۲۰۱۲) و گائو و کرستتر (۲۰۱۶) هم‌راستا هستند.

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش نیز مانند هر پژوهش علمی دیگر با محدودیت‌هایی رو به رو بوده است. برای مثال، می‌توان به تعدد شاخص‌های مرتبط با محدودیت‌های مقصد اشاره کرد که به دلیل جلوگیری از طولانی شدن پرسشنامه برخی از شاخص‌ها با هم ادغام شدند. از سوی دیگر، اهمیت بالای زمان در فرهنگ کره‌ای نیز باعث محدودیت زمانی در پر کردن پرسشنامه می‌شد. عدم امکان بررسی محدودیت‌های پیش روی گردشگران سایر ملیت‌ها نیز از جمله دیگر محدودیت‌های پژوهش حاضر بود. به علاوه، اعضای نمونه آماری به دلیل ترس کاذب درباره بروز مشکلات سیاسی-امنیتی، تمایل چندانی برای پر کردن پرسشنامه‌ها نداشتند.



منابع

۱. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.
۲. خبرگزاری میراث آریا (روابط عمومی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری) (۱۷ فروردین ۱۳۹۵). همایش تقسیم کار ملی و منطقه‌ای، عنوان خبر: گردشگری یکی از اولویت‌های برنامه ششم است. برگرفته از:

<http://www.chtn.ir/Default.aspx?tabid=۸۴&articleType=ArticleView&articleId=۱۰۸۶۱۸>

۳. خانی، مریم (۱۳۸۹). **موانع فرهنگی توسعه گردشگری ایران**، پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده. دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
۴. سلیمی، گیتا (۱۳۷۶). **بررسی موانع فکری، اجتماعی، فرهنگی گسترش توریسم در ایران از دیدگاه جامعه‌شناسی**، پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده. دانشگاه تهران.
۵. مرسلی، عزیز (۱۳۷۴). **تخمین توابع عرضه و تقاضای توریسم خارجی در ایران**، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۶. معصومی، مسعود (۱۳۸۷). **سابقه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در ایران**، تهران: انتشارات سمیرا.
۷. ناصری، سید مسعود (۱۳۷۵). **شناسایی موانع موثر توسعه توریسم در ایران و طراحی الگویی برای گسترش جذب توریست**، پایان نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۸. نویخت، محمدباقر و پیروز، الهام (۱۳۸۷). **توسعه صنعت گردشگری در ایران: موانع و راهکارها** (چاپ اول)، تهران: معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی.
9. Backman, S.J. and Crompton, J.L. (1990). Differentiating between active and passive discontinuers of two leisure activities, **Journal of Leisure Research**, 22(3): 197-212.
10. Blazey, M. (1987). The differences between participants and non-participants in a senior travel program, **Journal of Travel Research**, 26(1): 7-12.
11. Buchanan, T. and Allen, L.R. (1985). Barriers to recreation participation in later life cycle stages, **Therapeutic Recreation Journal**, 19: 39-50.
12. Carneiro, M.J. and Crompton, J.L. (2009). The influence of involvement, familiarity, and constraints on the search for information about destinations, **Journal of Travel Research**, 49: 451-470.
13. Chen, C. and Wu, C. (2009). How motivations, constraints, and demographic factors predict seniors's overseas travel propensity, **Asia Pacific Management Review**, 14(3): 301-312.
14. Crawford, D.W., Jackson, E.L. and Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints, **Leisure Sciences**, 13(4): 309-320.
15. Crawford, D.W. and Godbey, G.C. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. **Leisure Sciences**, 9:119-127.
16. Dellaert, B.G.C. Ettema, D.F. and Lindh, C. (1998). Multi-faceted tourist travel decisions: a constraint-based conceptual framework to describe tourists' sequential choices of travel components, **Tourism Management**, 19(4): 313-320.
17. Gao, J. and Kerstetter, D.L. (2016). Using an intersectionality perspective to uncover older Chinese female's perceived travel constraints and negotiation strategies, **Tourism Management**, 57: 128-138.
18. Goodale, T.L. and Witt, P.A. (1989). Recreation and non-participation and barriers to leisure, In E.L. Jackson & T.L. Burton (Eds.), **Understanding Leisure and Recreation: Mapping the Past, Charting the Future**, State College, PA: Venture Publishing, Inc.

19. Henderson, K.A., Stalnaker, D. and Taylor, G. (1988). The relationship between barriers to recreation and gender-role personality traits for women, **Journal of Leisure Research**, 20: 69–80.
20. Jackson, E.L. (1990). Variations in the desire to begin a leisure activity: Evidence of antecedent constraints?, **Journal of Leisure Research**, 22: 150–64.
21. Jackson, E.L. (1991). Leisure constraints/ constrained leisure: Special issue introduction, **Journal of Leisure Research**. 23(4): 279–285.
22. Jackson, E.L. (2005). Leisure constraints research: Overview of a developing theme in leisure studies, in E. L. Jackson (ed.), **Constraints to Leisure**. State College, PA: Venture Publishing.
23. Jackson, E.L. (1988). Leisure constraints: a survey of past research, **Leisure Science**, 10(3): 8-27.
24. Jackson, E.L. (1993). Recognizing patterns of leisure constraints: result from alternative analyses, **Journal of Leisure Research**, 15(1): 14-27.
25. Jackson, E.L., Crawford, D. and Godbey, G. (1993). Negotiation of leisure constraints, **Leisure Science**, 15(1):163-179.
26. Kattiyapornpong, U. and Miller, K.E. (2009). Socio-demographic constraints to travel behavior, **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 3(1): 81-94.
27. Khan, S. (2011). Gendered leisure: Are women more constrained in travel constrained in travel for leisure? **Tourismos**, 6(1): 105-121.
28. Kim, J. (2009). Three factors model and pyramid model of leisure constraints, **Journal of Travel and Tourism Research**, 20(4): 81-90.
29. Lee, P.D. (2010). **The influence of leisure constraints on preference for and participation in exhibitions in South Korea**, Unpublished doctoral dissertation. Oklahoma State University.
30. Korea Tourism Organization (2014). *Visitor Arrivals, Korean Departures, Int'l Tourism Receipts & Expenditures*. Retrieved from: <http://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/visitorArrivals.kto>
31. McDonald, S. and Murphy, P.M. (2008). Utilizing and adopting leisure constraints model to enhance short-break vacations: case study of Melbourne, Australia, **Journal of Vacation Marketing**. 14 (4): 317-30.
32. McGuiggan, G. and Robyn, M. (2004). A model of vacation choice: an integration of personality and vacation choice with leisure constraints model, **Journal of Travel Research**, 46: 40-65.
33. Nadirova, A. and Jackson, E.L. (2000). Alternative criterion variables against which to assess the impact of constraints to leisure, **Journal of Leisure Research**, 32: 396-405.
34. Nyanpuane, G., Kathleen, P. and Andereck, L. (2008). Understanding travel constraints application extension of a leisure constraints model, **Journal of Travel Research**, 40: 43-56.
35. Pennington, G.L. and Deborah, K.L. (20002). Testing a constraint model within the context of nature-based tourism, **Journal of Travel Research**, 40: 156-176.
36. Raymore, L.A., Godbey, G., Crawford, D. and Voneye, A. (1993). Nature and process of leisure constraints: an empirical test, **Leisure Science**, 15(2): 12-22.
37. Roehl, W.S. and Fesenmaier, D.R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis, **Journal of Travel Research**, 30(4): 17-26.

38. Samandahl, D., Nancy, M. and Jekubovich, J. (1997). A critique of leisure constraints: comparative analyses and understandings, **Journal of Leisure Research**, 29(4): 9-23.
39. Silva, O. and Correia, A. (2008). Facilitators and constraints in leisure travel participation: the case of the southeast of Portugal, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(1): 25-43.
40. Sonmez, S.F. and Graefe, A.R. (1998). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety, **Journal of Travel Research**, 37(2): 171-177.
41. Tae, Y. (2007). **Leisure Constraints: Multiple Hierarchy Stratification Perspectives**, Unpublished Master thesis. Clemson University.
42. Um, S. and Crompton, J.L. (1992). The roles of perceived inhibitors and facilitates in pleasure travel destination decisions, **Journal of Travel Research**, 30: 18-25.
43. Walker, G.J. and Virden, R.J. (2005). **Constraints on Outdoor Recreation, in Constraints to Leisure**, ed. E. L. Jackson. State College, PA: Venture Publishing.
44. Zhang, W. (2009). **The Motivations, Constraints and Decision-making of Beijing Outbound Tourists**, Ph.D. Dissertation, University of Waikato, Hamilton, New Zealand.
45. Zhang, H., Zhang, J., Cheng, S., Lu, S. and Shi, C. (2012). Role of constraints in Chinese calligraphic landscape experience: An extension of a leisure constraints model, **Tourism Management**, 33: 1398-1407.
46. WTTC (2016). **Travel & Tourism ECONOMIC IMPACT 2016 IRAN**, WTTC.
47. World Bank (2015). International tourism, number of arrivals. Retrieved from: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>