

رابطه انگیزه‌های بوم‌گردی و بازدید مجدد از منطقه گردشگری در منطقه سلیمان تنگه ساری، استان مازندران

بهرام نکوئی صدی^۱، استادیار مدعو گروه اکوتوریسم، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران

الهه حیدری بروجنی، دانش آموخته کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران

فاطمه فهرست، دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۵/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۲۹

چکیده

انگیزه، عامل اصلی رفتار گردشگران و مبنای مهمی برای تصمیم‌گیری آن‌هاست. این پژوهش، تلاش می‌کند تا انگیزه‌های بوم‌گردان را در سفرهایشان مورد بررسی قرار دهد، همچنین تأثیر انگیزه‌های (درونی، بیرونی، بی‌انگیزگی) آن‌ها را، بر اساس نظریه روان‌شناختی خودتعیینی بر روی تکرار بازدید از منطقه بررسی نماید. ۱۶۳ پرسش‌نامه از بازدیدکنندگان منطقه سلیمان تنگه به روش نمونه‌گیری در دسترس در هفته اول مرداد ماه ۱۳۹۴ جهت تعیین مهم‌ترین انگیزه‌های گردشگران جمع‌آوری شده است. داده‌ها با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و آزمون میانگین و t تک نمونه تحلیل شد و جهت بررسی ارتباط دو متغیر مستقل و وابسته از ضریب هم‌بستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه با روش گام به گام استفاده شد. از میان سه شکل انگیزه گردشگران، انگیزه درونی، انگیزه بیرونی و عدم انگیزه گردشگران، تنها انگیزه درونی با احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه ارتباط معنی‌دار و مثبت وجود دارد. یعنی افزایش انگیزه‌های درونی گردشگران موجب افزایش احتمال بازدید از منطقه سلیمان تنگه در آینده خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: انگیزه بوم‌گردی، بی‌انگیزگی، تکرار بازدید، نظریه خودتعیینی، منطقه سلیمان تنگه ساری

مقدمه

امروزه، گردشگری یکی از مقوله‌های مهم در اقتصاد جهانی است و با توجه به اهمیت و تأثیرات گوناگونی که گردشگری در بسیاری از زمینه‌ها برجای می‌گذارد، تعدادی از رشته‌ها مانند جامعه‌شناسی، علوم اجتماعی، اقتصاد، جغرافیا، مدیریت و روان‌شناسی در ارتباط مستقیم با گردشگری قرار می‌گیرند (حاج علیلو و نکوئی‌صدری، ۱۳۹۰: ۱۷۶). شناخت انگیزه سفر گردشگران به مدیران و برنامه‌ریزان صنعت گردشگری کمک شایان توجهی خواهد کرد، عدم شناخت و یا شناخت نادرست انگیزه گردشگران، هزینه‌های اقتصادی، محیط‌زیستی و فرهنگی - اجتماعی فراوانی را به جامعه تحمیل می‌کند (رستگار و صرافان، ۱۳۹۳). به‌طورعام، گردشگری طبیعت‌گرا و در معنای اخص علم «اکوتوریسم»^۱ یا بوم‌گردی درجهان نوپاست؛ اما باتوجه به وضعیت سیاسی - اجتماعی - اقتصادی موجود در کشور و لزوم توسعه گردشگری در ایران به‌ویژه برای محصولی نو تحت عنوان بوم‌گردی در قالب استانداردهای علمی (در بازارهای هدف و جذب مشتریان جدید و قدیمی در یک فرایند سیستمی)، نیاز به شناخت انگیزه‌های روحی و روانی گردشگران است. به‌طور کلی لازم است بدانیم گردشگران با چه انگیزه و اهدافی به منطقه مسافرت کرده‌اند؟ این منطقه چه مزایایی دارد؟ خواسته گردشگران چیست؟ بر این اساس باید آمار گردشگران و ویژگی‌های آنان، انگیزه‌ها، ترکیب جمعیتی، مدت اقامت، الگوهای مصرف، الگوهای مسافرت و خواسته‌های گردشگران اعم از طبیعت‌گرا یا فرهنگی مورد بازکاوی قرار گیرد. بهترین روش برای بررسی انگیزه گردشگرانی که چنین نوعی از گردشگری را تجربه می‌کنند، نظریه خودتعیینی^۲ است (علان،^۳ ۲۰۱۲). این تحقیق در چارچوب نظری برای مطالعه انگیزه بوم‌گردان، با استفاده از نظریه خودتعیینی دسی و رایان^۴ (۱۹۸۵) انجام شده است. علی‌رغم سایر تئوری‌های انگیزشی برای انسان (و طبیعتاً گردشگران)، نظریه خودتعیینی حوزه گسترده‌ای از انگیزه‌ها را پوشش می‌دهد. بر اساس نظر دسی و

1. Ecotourism

2. Self-determination theory (SDT)

3. Allan, Mamoon

4. Deci, E., L., Ryan, R.M., (1985),

رایان (۲۰۰۰)، این تئوری بیشتر از آنکه به کمیّت انگیزه توجه کند، توجه کامل و چشم‌گیری به انواع انگیزه دارد. این نظریه انگیزه‌ها را به سه دسته درونی، بیرونی و عدم انگیزه (بی‌انگیزگی) تقسیم می‌کند. همچنین انگیزه می‌تواند نقش مؤثری در تکرار بازدید گردشگران از یک منطقه یا یک پایگاه بوم‌گردی خاص داشته باشد. وو و پیرس^۱ (۲۰۱۴) معتقدند که در سال‌های اخیر تغییر مهمی در نحوه مطالعه انگیزه گردشگران به‌وجود آمده است که پیش از این، بیشتر بر مطالعه عمومی انگیزه سفر گردشگران تمرکز داشت، اما اکنون با فاصله گرفتن از روش‌های قدیمی و مطالعه عمومی انگیزه سفر، بیشتر محققان به بررسی گروه‌های خاصی از گردشگران مانند گردشگران ورزشی و یا طبیعت‌گرا می‌پردازند. بنابراین هدف از این مطالعات، تمرکز بر بخش خاصی از انگیزه و یا کشف نکات جدید در این مطالعات می‌باشد. انجام پژوهش برای درک انگیزه‌های سفر گردشگران به یک مکان خاص و تفاوت آن با انگیزه سایر گردشگران که به مناطق دیگر سفر می‌کنند، می‌تواند کمک زیادی به مدیریت و بازاریابی گردشگری آن منطقه نماید (رستگار و صرافان، ۱۳۹۳).

اهمیت این تحقیق در موضوع بوم‌گردی از چند جنبه قابل بحث است:

۱. مطالعات اندکی در مورد گردشگری با مفهوم «بوم‌گردی» موجود است؛ چنانچه در داده‌های تحقیق

اطلاعات بسیار محدودی در مورد نیازها و خواسته‌های گردشگران در دسترس می‌باشد.

۲. برای توسعه گردشگری در کشور چهار فصل ایران که زمینه مساعدی برای توجه به گردشگری بر

محور طبیعت وجود دارد، بررسی انگیزه‌های متفاوت افراد و مطالعه هر آنچه که در تکرار بازدید آن‌ها

از مقصد موثر است، ضرورت می‌یابد.

بنابراین، تحقیق حاضر در پی آن است تا با بررسی انگیزه‌های بوم‌گردان به‌عنوان بخش مهمی از بازار فعلی

و آینده گردشگری، عواملی را که موجب بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه می‌شوند، شناسایی نماید.

امید است نتایج این تحقیق بتواند در برنامه‌ریزی‌های گردشگری برای بازاریابان مقصدها موثر و راه‌گشا

واقع گردد.

مبانی نظری، تعریف مفاهیم و پیشینه پژوهش

بوم‌گردی

نخستین بار واژه اکوتوریسم در جهان در سال ۱۹۸۸ میلادی، توسط کبالوس لاسکورین^۱ اسپانیایی به کار برده شد که در حال حاضر، معادل آن در زبان فارسی «بوم‌گردی»^۲ است. در «بوم‌گردی» تمرکز گردشگران در طبیعت، بر «طبیعت جان‌دار» همچون جنگل‌ها و ... مد نظر است (نکوئی صدی، ۱۳۹۲). اما تعاریف گوناگونی از بوم‌گردی ارائه شده است؛ فنل (۲۰۱۵) بیش از هفتاد تعریف از بوم‌گردی در جهان شناسایی کرده است. تعریف لاسکورین از بوم‌گردی به این شرح است: «سفر به نقاط بکر و دست‌نخورده طبیعی با هدف مطالعه، تحسین و لذت بردن از مناظر و پوشش گیاهی و جانوری و نیز هر نوع غنای فرهنگی آن منطقه (از گذشته تا حال) که در این نواحی وجود دارد» (بو،^۳ ۱۹۹۰). در اینجا می‌توان گفت جامع‌ترین تعریفی که تا به امروز از بوم‌گردی ارائه شده توسط هانی^۴ (۱۹۹۹) بوده است: «سفر به نقاط آسیب‌پذیر، بکر و معمولاً حفاظت شده با تمرکز بر کمترین تأثیر بر محیط و اغلب در مقیاس کوچک؛ این سفر به آموزش گردشگران کمک می‌کند، فعالیت‌های حفاظتی را پشتیبانی مالی می‌کند، بر توسعه اقتصادی و توانمندی سیاسی جوامع محلی به‌طور مستقیم سود می‌رساند و برای فرهنگ‌های مختلف و حقوق بشر احترام قائل است». هر چند، به عقیده رامیرز و سانتانا^۵ (۲۰۱۹) این مسأله هنوز مورد ابهام است که مشارکت در بوم‌گردی منجر به افزایش فعالیت‌های حفاظتی می‌شود یا خیر. به عقیده آنان، بوم‌گردی بخش مهمی از گردشگری است که لذت‌های این صنعت را با فعالیت‌های مفید برای محیط‌زیست پیوند داده است. به هر حال، در مورد کشورمان و از منظر تعاریف و استانداردهای جهانی، مقصدهای معروف به بوم‌گردی در سراسر

1. Lascurain, 1988

۲. این معادل، ضمن سپاس از داوران محترم، در راستای احترام گذاردن به قوانین این مجله ی وزین- به جای هم ارز مناسب «بوم گردشگری» - در سراسر مقاله قیدشد- م.

3. Boo

4. Honey, M

5. Ramirez, F., & Santana, J.

ایران فاقد مرکز تفسیر میراث (تفسیر محیط زیست) است- که طبق نظر نکوئی صدری (۱۳۹۲) از ارکان وجودی راه‌اندازی بوم‌گردی در کشور می‌باشد. از این‌رو ارکان صنعت «بوم‌گردی» عبارتند از: تمرکز بر طبیعت جان‌دار، تفسیر محیط زیست (و میراث زیستی)، منتفع شدن جامعه محلی و طبیعت (همان).

انگیزه گردشگران

انگیزه، عامل اصلی رفتار هر فرد است و مطالعات مربوط به انگیزه گردشگری و موضوع مرتبط با نحوه انتخاب مقصدها برای گذران تعطیلات توسط گردشگران برای تحقیق در گردشگری بسیار اساسی است (پیرس^۱، ۲۰۱۳). فرد بر اساس نیاز و خواستی که در محیط زندگی‌اش احساس می‌کند، دچار تنش می‌شود. وی تحت تأثیر این تنش و بر اساس اهداف و فرصت‌های موجود رفتار خاصی انجام می‌دهد؛ این، انگیزه‌ها یا نیازها هستند که موجب آغاز و ادامه فعالیت می‌شود و جهت کلی رفتار فرد را مشخص می‌کند. قوی‌ترین انگیزه، سبب ایجاد رفتار می‌شود (گی و فایو- سولا، ۱۳۹۰). انگیزه گردشگری عاملی درونی است که باعث بروز و هدایت رفتار فردی می‌شود. انگیزه به عنوان عامل رانشی در ورای رفتار عمل می‌کند و هدایت‌گری رفتار گردشگر را به عهده دارد. در حقیقت بسیاری از مطالعات گردشگری تأیید می‌کنند که انگیزه‌ها، نامتجانس و ناهمگونند و مردم برای برآورده کردن نیازهای مختلف خود سفر می‌کنند (جانگ و همکاران^۲، ۲۰۰۹).

روش‌ها و مدل‌های مختلفی برای پرداختن به مطالعه روان‌شناختی انگیزه گردشگران وجود دارد. برخی از پژوهشگران گردشگری با استفاده از تحلیل روان‌شناسی این مسیر را دنبال کرده‌اند، هرم نیازهای مازلو و الگوی نردبان تجربه گردشگری پیرس و نظریه خودتعیینی دسی و رایان از مدل‌های معروف در حوزه مطالعه انگیزه گردشگران است که بعدها اساس تحقیقات بسیاری قرار گرفتند.

اما بهترین روش برای کسانی که به دنبال درک غنی از انگیزه هستند، این است که پرسیم چرا گروه‌های خاصی از افراد، تجربیات خاصی را برای تعطیلات خود انتخاب می‌کنند (برای مثال مطالعه لارسن و

1. Pearce L.

2. Jang, S., Bai, B. H., Clark, W. and Chi, M. E

همکاران^۱، ۲۰۱۱ در مورد گردشگران کوله‌پشتی). بر این اساس و به دلایلی که در ادامه ذکر شده است، نظریه خودتعیینی برای بازار هدف پژوهش حاضر که بوم‌گردان هستند، مد نظر قرار گرفته است.

نظریه خودتعیینی (SDT):

یکی از مهم‌ترین نظریه‌های انگیزش، نظریه خودتعیینی (دسی و رایان، ۱۹۸۵) است. مطابق با این نظریه، سه نیاز روان‌شناختی اساسی وجود دارد: خودمختاری^۲، شایستگی^۳ و ارتباط^۴.

این نظریه فرض می‌کند که نیازها برای شایستگی، ارتباط و خودمختاری، زیربنای رفتارهای انسان هستند. این نیازها، فطری و برای رشد و بهزیستی روان‌شناختی ضروری هستند. نظریه دیگر این است که در هر حیطه‌ای از زندگی انسان، فرصت‌ها برای تجربه خودمختاری، شایستگی و ارتباط در ارتقای رضایت از زندگی و بهزیستی ضروری است (دانشگاه راجستر^۵، ۲۰۰۸). در این نظریه، انگیزه‌ها در سه طبقه جای می‌گیرند (نک شکل ۱):

الف. انگیزه درونی: رفتاری که فرد با انجام آن احساس شایستگی و خودمختاری می‌کند. اساس انگیزش درونی نیازهای ارگانیک و ذاتی است که هدف آن رسیدن به شایستگی و خودمختاری می‌باشد (رایان و دسی، ۲۰۰۰).

ب. انگیزه بیرونی: در مقابل انگیزه‌های درونی، در انگیزه‌های بیرونی، پیامدهای محیطی و الگوها و مدل‌ها نقش تعیین‌کننده در ایجاد رفتار و تصمیم‌گیری‌ها ایفا می‌کنند. انگیزش از مشوق‌ها و پیامدهایی سرچشمه می‌گیرد که به رفتار مشاهده‌شده وابسته است. افراد برخوردار از جهت‌گیری بیرونی انگیزش، بیشتر به وقایع خارجی و منابع بیرونی مثل پاداش یا تنبیه اجتماعی و غیره توجه دارند تا به احساس رضایت و لذت شخصی (همان).

1. Larsen, S., Øgaard, T., & Brun, W.

2. Autonomy

3. Competence

4. related

5. در سایت رسمی دانشگاه راجستر SDT به نقل از بخش

ج. بی‌انگیزگی: حالتی از فقدان است که فرد دچار ناتوانی و ناخوشایندی است و این امر مانع از آن می‌شود تا در موقعیت‌های اجتماعی عادی حضور داشته باشد (مارک لند و توبین^۱، ۲۰۰۴).

جعفر جعفری (۲۰۰۰) معتقد است، مهم‌ترین انگیزه گردشگر ممکن است خود مقصد باشد؛ چنان‌که ممکن است یک گردشگر علاقه‌مند به تجربه جو حاکم در یک محل باشد و بخواهد به قسمتی از جامعه میزبان بدل شود. در مطالعات فراغت و گردشگری، «انگیزه» همواره از اهمیت خاصی برخوردار بوده است. انگیزه سفر مبحثی علمی در مطالعات گردشگری است و مبنایی برای توسعه گردشگری محسوب می‌شود. توصیف رفتار گردشگران و طبقه‌بندی آنان به راحتی امکان‌پذیر است، اما پاسخ به «چرایی» رفتارهای گردشگران که عامل اصلی رفتار آنان است، کار چندان ساده‌ای نیست. محققان زیادی «انگیزه» را نیروی محرک فعالیت‌ها می‌دانند؛ بنابراین انگیزه، نقطه آغاز مطالعه رفتار گردشگران، و فراتر از آن، درک سیستم‌های گردشگری است (قادری و مطهر، ۱۳۹۲).

دلایل انتخاب نظریه خودتعیینی

فهم کامل و عمیق از جوانب مختلف انگیزه‌های مختلف گردشگری (در اینجا بوم‌گردی) به یک مدل کلی و کل‌نگر نیاز دارد. اغلب نظریه‌های انگیزشی برای پوشش‌دهی جزئیات مختلف انگیزه‌های گردشگری در تجربه‌های بوم‌گردی مناسب به نظر نمی‌رسد. با توجه به بررسی عمیق انجام شده در ادبیات این حوزه، به نظر می‌رسد که نظریه خودتعیینی طیف گسترده‌ای از انگیزه‌های بوم‌گردان را در بر می‌گیرد (علان، ۲۰۱۲).

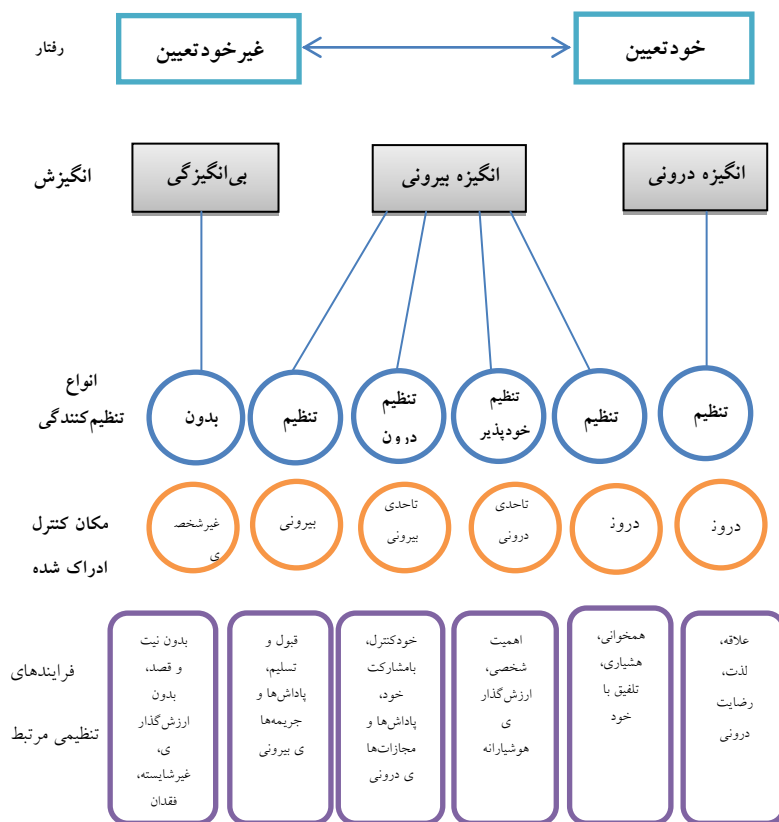
شوندشت و همکاران (۲۰۱۷) می‌نویسند: «برتری این نظریه بر نظریات دیگر آشکار است، کما اینکه با گذشت زمان، ضعف‌های سایر نظریات آشکار شده است. برای مثال مهم‌ترین انتقاد صورت گرفته از نظریه ایزو آهولا^۲ این است که استفاده از مفاهیم کششی و رانشی ممکن است موجب شود فرایندی پیچیده، بیش از حد ساده شود».

1. Markland, D., & Tobin, V. (2004).
2. Iso - Ahola

جدول ۱. هفت عنصر مناسب برای انگیزه گردشگران

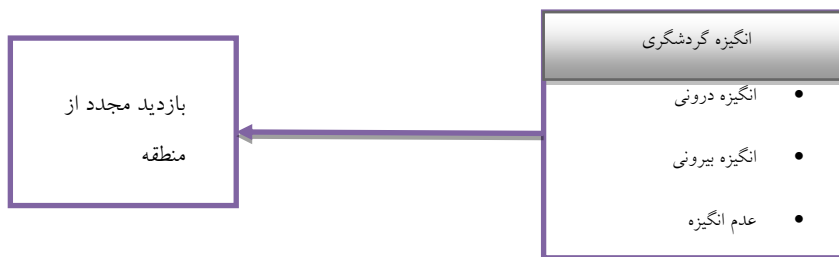
| ردیف | رکن | تعریف |
|------|--|--|
| ۱ | نقش نظریه | باید بتواند نیازهای گردشگران را شناسایی کند و جهت‌گیری‌های جدید برای تحقیقات بعدی فراهم کند. |
| ۲ | مالکیت و جذابیت نظریه | باید برای محققان جذاب باشد، در محیط گردشگری مفید باشد و برای بازاریابان و مصرف‌کنندگان معتبر باشد. |
| ۳ | تسهیل ارتباط | باید برای کاربران مستعد به آسانی شرح داده شود و کاربرد آن جهانی باشد. |
| ۴ | نقش نظریه | باید بتواند نیازهای گردشگران را شناسایی کند و جهت‌گیری‌های جدید برای تحقیقات بعدی فراهم کند. |
| ۵ | مالکیت و جذابیت نظریه | باید برای محققان جذاب باشد، در محیط گردشگری مفید باشد و برای بازاریابان و مصرف‌کنندگان معتبر باشد. |
| ۶ | تسهیل ارتباط | باید برای کاربران مستعد به آسانی شرح داده شود و کاربرد آن جهانی باشد. |
| ۷ | توانایی اندازه‌گیری انگیزه‌های سفر | باید بر اساس مطالعات تجربی باشد. این ایده‌ها می‌تواند به صورت پرسش‌ها و پاسخ‌هایی با هدف ارزیابی تبدیل شود. |
| ۸ | رویکرد چند انگیزگی در برابر رویکرد تک‌صفتی | باید این دیدگاه را در نظر بگیرد که مسافران ممکن است در پی ارضای چند نیاز در یک زمان باشند. باید بتوان الگویی از نیازهای مسافران را مدل‌سازی کرد و فقط یک نیاز را دربرنگیرد. |
| ۹ | نیروی محرک و پرنرژگی در مقابل رویکرد لحظه‌ای | باید تغییرات در جوامع و افراد را در طول زمان در نظر بگیرد. باید بتواند تغییراتی را که در گردشگری به صورت مداوم رخ می‌دهد، در نظر بگیرد و مدل‌سازی کند. |
| ۱۰ | نقش انگیزه‌های درونی و بیرونی | باید بتواند در نظر بگیرد که مسافران به چند صورت توسط اعمال درونی یعنی اهداف خودخشنودی برانگیخته شوند و در زمان‌های دیگر با عوامل بیرونی یعنی پاداش‌های تنظیم‌شده اجتماعی تحریک می‌شوند (نظریه خودتعیینی بی‌انگیزگی را نیز بررسی می‌کند). |

منبع: پیرس (۲۰۰۵) و مأمون‌اعلان (۲۰۱۲)



شکل ۱. مدل انگیزه گردشگررایان و دسی (۲۰۰۰)

رایان در سال ۱۹۹۸ سؤالاتی را راجع به مدل نردبان تجربه گردشگری پیرس مطرح کرد و این مدل را برای بررسی انگیزه گردشگران توسعه داد. نکته قابل توجه این است که پیرس (۱۳۹۵)، هفت عنصر برای یک نظریه انگیزشی گردشگری برای استفاده در مفهوم گردشگری تعریف می‌کند (جدول ۱) و طبق نظر مأمون‌علا (۲۰۱۲)، نظریه خودتعیینی تمام هفت عنصر ذکر شده را دربردارد. مدل مفهومی تحقیق حاضر نیز از پژوهش مأمون‌علا که برای انگیزه‌های زمین‌گردشگران طراحی شده بود، اتخاذ شده است (شکل ۲).



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق حاضر، برگرفته از پژوهش مأمون علان (۲۰۱۲)

فرضیه‌های پژوهش

بر اساس مطالعات انجام شده بر روی ادبیات تحقیق، اهمیت انگیزه در انتخاب مقصد توسط گردشگران با نظریه خود تعیینی، مبنای این تحقیق قرار گرفته و بر اساس اهداف تعیین شده، فرضیه‌های زیر طرح شده‌اند:

H: میان انگیزه گردشگری و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه ارتباط معناداری وجود دارد.

H₁: میان انگیزه درونی گردشگران و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه ارتباط معناداری وجود دارد.

H₂: میان انگیزه بیرونی گردشگران و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه ارتباط معناداری وجود دارد.

H₃: میان عدم انگیزه گردشگران و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه ارتباط معناداری وجود دارد.

پیشینه پژوهش

به‌طور کلی صاحب نظران، انگیزه‌های گردشگری را به شکل گسترده‌ای مورد توجه قرار داده‌اند و تاکنون طبقه‌بندی‌های مختلف و فراوانی از آن‌ها به‌وجود آمده است. اما پس از ارائه نظریه خودتعیینی توسط دسی و رایان (۱۹۸۵) در علوم روان‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی، پژوهش‌های بسیاری در گردشگری و سایر علوم ورزشی، مدیریت آموزشی و آموزش عالی و .. به انجام رسیده است که در اینجا به آن‌ها اشاره خواهد شد.

کریک^۱ (۲۰۰۸) در پژوهشی بر مبنای نظریه خودتعیینی، رابطه بین تنظیم‌کننده‌های رفتار، انگیزه درونی، لذت و مشارکت منظم در فعالیت‌های فیزیکی در اوقات فراغت را مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که تنظیم‌کننده‌های رفتار مشارکت منظم در فعالیت‌های فیزیکی اوقات فراغت را از طریق انگیزه‌های درونی تحت تأثیر قرار می‌دهند. بر اساس نتایج به دست آمده برای شرکت دادن افراد در فعالیت‌های فیزیکی باید برای آن‌ها انگیزه‌های شخصی ایجاد نمود (کریک، ۲۰۰۸). پژوهش دیگری بر روی گردشگری ورزشی با نظریه خودتعیینی توسط آیچر و برنر^۲ (۲۰۱۵) انجام گرفته است و با طرح مدلی مفهومی، انگیزه‌های افراد برای مشارکت در گردشگری ورزشی و رویداد گردشگری شناسایی شده‌اند. در این پژوهش انگیزه‌های سازمانی، انگیزه افراد را به صورت کنترل شده برای شرکت در رویدادها افزایش می‌دهند، در حالی که انگیزه‌های مربوط به مقصد یا همان محیطی و نیز انگیزه‌های هویت اجتماعی/گروه، به طور هم‌زمان، هم انگیزه کنترل شده و هم مستقل را افزایش می‌دهند. همچنین بر اساس نتایج این پژوهش، انگیزه‌های رقابتی، احساسی و یادگیری، انگیزه‌های مستقل را قوت می‌بخشند. در پژوهش دیگری که توسط ژانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۷) انجام شد، تنوع تسهیل سفر خود تعیین شده در بین سطوح مختلف معلولان حرکتی از طریق یک طرح نیمه تجربی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که صنعت گردشگری باید انگیزه‌های درونی را برای این معلولان جسمی حرکتی و رضایت‌مندی درک شده از سفر نسبت به انگیزه‌های مستقل و برآوردن نیازهای روانی مسافران را، در اولویت قرار دهد (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۷). پژوهش مأمون علان^۴ (۲۰۱۲) برای شناخت درک بهتر انگیزه‌های زمین گردشگران در چهار ژئوسایت در دو کشور استرالیا و اردن، به بررسی انگیزش با استفاده از نظریه خودتعیینی پرداخت و به مقایسه انگیزه‌های زمین گردشگران و قصد بازگشت مجدد آن‌ها در این دو کشور اقدام کرد. وی نتیجه گرفت که فرار از روزمرگی، تمدد اعصاب، لذت، حس شگفتی و کسب دانش، انگیزه‌های درونی عمده زمین گردشگران این چهار سایت بوده است. در ایران در خصوص بررسی

1. Craike, Melinda (2008)

2. Aicher, T. J. ; Brenner, J. (2015)

3. Zhang, Y., Cole, Sh., Ricci, P., Gao, J. (2017)

4. Allan, Mamoon

انگیزه‌های گردشگران با رویکرد نظریه خودتعیینی، کار پژوهشی شونداشت و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در بررسی انگیزه بازدیدکنندگان از سایت غار علیصدر همدان و ارتباط آن رضایت گردشگران قابل ذکر است. پژوهشگران در این پژوهش، انگیزه‌های (درونی و بیرونی) گردشگران غار علیصدر و ارتباط آن با رضایت گردشگران را شناسایی نموده‌اند و همچنین برآورده‌شدن نیازهای اساسی (خودمختاری، شایستگی و ارتباط) آن‌ها را با استفاده از نظریه خودتعیینی بررسی کرده‌اند. بنابراین، شونداشت و همکاران (۲۰۱۷) انگیزه‌های درونی و بیرونی را عامل مهم و با تأثیری مثبت بر رضایت از مقصد گردشگران در غار علیصدر دانسته‌اند. سرانجام در پژوهش اخیر که در کشور چین توسط ما و همکاران^۲ (۲۰۱۸) انجام شده است، انگیزه‌های خودتعیینی گردشگران چینی و رابطه بین انگیزه‌های آن‌ها و نگرش و رفتار مسئولانه مورد پژوهش قرار گرفته است. نتایج این پژوهش که در دو پارک ملی در چین انجام گرفته است، نشان می‌دهد انگیزه‌های درونی و بیرونی سفر به‌طور مساوی برای گردشگران اهمیت داشته و هر دو نوع انگیزه با نگرش و رفتارهای مسئولانه آن‌ها مرتبط بوده‌اند؛ هر چند میزان این انگیزه‌ها در گردشگران چینی و غربی متفاوت است (ما و همکاران، ۲۰۱۸).

قلمرو مکانی پژوهش - معرفی منطقه سرسبز سلیمان تنگه:

«سد شهید رجایی» که در مرکز منطقه سرسبز سلیمان تنگه قرار گرفته است از سال ۱۳۷۹ برای استفاده گردشگران بازگشایی شده است. این تحقیق بر روی بازدیدکنندگان از منطقه جنگلی سلیمان تنگه که بازدید از سد نیز داشتند، انجام شد. پیرامون این سد را سراسر جنگل‌های سرسبز فراگرفته است که حتی در فصول سرد به زیبایی چشم‌انداز این منطقه می‌افزاید. این منطقه کوهستانی در ۴۵ کیلومتری جنوب غربی ساری قرار دارد. سلیمان تنگه در میان روستاهای افراچال (در بالادست) و لولت (در پایین دست) قرار دارد و فاصله این محل از دهانه تجن در کناره دریای خزر ۷۰ کیلومتر می‌باشد. برای دسترسی به این منطقه پس از طی مسافت ۲۳ کیلومتر در خروجی جنوبی شهر ساری (به سمت سمنان)، روستای تاکام واقع شده است که پس از طی ۲۵ کیلومتر، منطقه گردشگری و سرسبز سد سلیمان تنگه قرار دارد. این

1. Shavandasht et al., 2017

2. Ma, A.T.H., Chow, A.S.Y., Cheung, L.T.O., Liu, S.(2018)

منطقه دارای دهکده توریستی آرامش و تسهیلات اقامتی برای گردشگران است. امکانات قایقرانی و اسکی و ماهی‌گیری با فضاهایی مثل سکوهای بازدید، استراحت و رستوران در این منطقه برای بوم‌گردان مهیاست (وب سایت شهرداری ساری^۱، ۱۳۹۹).

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع کاربردی می‌باشد، ابزارهایی که برای گردآوری اطلاعات در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند، به تفکیک دو روش میدانی و کتابخانه علمی - تخصصی می‌باشند. جامعه مورد بررسی گردشگرانی هستند که هفته اول مردادماه ۱۳۹۴ از منطقه سلیمان تنگه بازدید کرده‌اند. مطالعات مربوط به ادبیات پژوهش از آذر ماه ۱۳۹۳ آغاز شده است و تا شهریور ماه ۱۳۹۴ ادامه یافته است، اما گردآوری داده‌ها در تیر و مرداد ۱۳۹۴ برنامه‌ریزی و با توجه به اینکه داده‌های پژوهش تنها یک مرتبه و در خلال یک هفته در مرداد ماه سال ۱۳۹۴ گردآوری شده‌اند، افق زمانی مطالعه، طبق سکاران (۱۳۹۰: ۱۴۱)، مقطعی (تک‌ضربه‌ای یا عرضی) می‌باشد. در روش میدانی از پرسش‌نامه بسته و برای گردآوری اطلاعات در این پژوهش از توزیع حضوری پرسش‌نامه‌ها استفاده شد. پرسش‌نامه تحقیق حاضر در چهار بخش تهیه شده است. بخش اول اطلاعات کلی است که سه متغیر جمعیت‌شناختی جنسیت، سن و سطح تحصیلات اندازه‌گیری شد. بخش دوم با عنوان «منبع اطلاعات» شامل دو سؤال می‌باشد. در سؤال اول از گردشگران پرسیده شده آیا هیچ نوع اطلاعاتی قبل از سفر به منطقه سلیمان تنگه داشته‌اند؟ اگر جواب‌شان به این سؤال بلی بود، در سؤال دوم از آن‌ها خواسته می‌شد تا یک یا چند مورد از منبع اطلاعاتی مشخص شده در یک جدول را انتخاب نمایند. بدیهی است که برای افرادی که به سؤال اول پاسخ خیر داده‌اند، پاسخ به سؤال دوم موضوعیت پیدا نمی‌کند. در بخش سوم که شامل ۲۰ سؤال می‌باشد، میزان انگیزه گردشگری به عنوان متغیر مستقل که از سه بعد با تعداد و شماره سؤالات زیر تشکیل شده، از دیدگاه گردشگران منطقه سلیمان تنگه اندازه‌گیری شده است. سرانجام در بخش چهارم پرسش‌نامه که شامل ۱۲ سؤال بود، احتمال بازدید مجدد گردشگران به منطقه سلیمان تنگه در آینده به عنوان متغیر وابسته

اندازه‌گیری شده است. پاسخ سؤالات دو بخش سوم و چهارم در پرسش‌نامه براساس دو نوع رایج از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شد و گردشگران با توجه به میزان ادراک خود از هر سؤال یکی از گزینه‌ها را انتخاب نموده‌اند.

برای سنجش سطح هر بعد، میانگین امتیازهای مربوط به سؤالات آن ابعاد و برای تعیین سطح کلی بخش چهارم پرسش‌نامه یعنی متغیر وابسته بازدید مجدد نیز میانگین امتیازات ۱۲ سؤال این بخش محاسبه شده است. روش نمونه‌گیری مناسب برای این پژوهش، با توجه به نامشخص بودن تعداد گردشگران (جامعه آماری) نمونه‌گیری به صورت در دسترس می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه، تعداد ۲۰۰ نفر با توجه به موقعیت جغرافیایی جامعه آماری و وجود دو منطقه پرتردد گردشگران به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. در هر منطقه بر اساس قاعده کفایت (مراجعه شود به کال و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۸۶)، ۱۰۰ نفر نمونه برای تحقیقات پیمایشی انتخاب و پس از تعیین این تعداد، پرسش‌نامه بین ۲۰۰ نفر توزیع گردید. پس از جمع‌آوری داده‌ها و بررسی پاسخ‌ها و حذف پرسش‌نامه‌های ناقص، در نهایت ۱۶۳ پرسش‌نامه برای تجزیه و تحلیل در نظر گرفته شد.

روایی و پایایی پرسش‌نامه:

روایی^۱ ابزار اندازه‌گیری: برای دستیابی به روایی، با کمک گرفتن از استاد محترم راهنما و همچنین مراجعه به پنج نفر از صاحب‌نظران و اساتید آشنا با موضوع پژوهش نتیجه گرفته شد که پرسش‌نامه استاندارد مورد استفاده برای تحقیق حاضر از روایی محتوایی بالایی برخوردار است. با توجه به اینکه پرسش‌نامه استاندارد به زبان اصلی بود، برای اطمینان از صحت و درستی ترجمه از روایی استفاده شد.

اعتبار^۲(پایایی): در پژوهش حاضر برای اطمینان از پایایی مناسب پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب پایایی محاسبه شده توسط نرم‌افزار اس. پی. اس. اس.^۳ برای دو بخش اصلی پرسش‌نامه (بخش سوم و چهارم) در جدول ۲ مشاهده می‌شود.

1. Validity
2. Reliability
3. SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

جدول ۲. ضریب پایایی متغیر انگیزه گردشگری و متغیر بازدید مجدد

| عوامل تشکیل‌دهنده | تعداد سؤالات | ضریب آلفای کرائباخ |
|-------------------|--------------|--------------------|
| انگیزه درونی | ۱۱ | ۰/۸۲۹ |
| انگیزه بیرونی | ۶ | ۰/۷۶۶ |
| عدم انگیزه | ۳ | ۰/۷۵۳ |
| بازدید مجدد | ۱۲ | ۰/۸۴۲ |

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل انگیزه گردشگران در قصد بر انجام سفرهای بوم‌گردی

در اینجا فقط بعد انگیزه درونی با جزئیات آن ذکر می‌شود و از ذکر جزئیات و جدول مربوط به بعد انگیزه بیرونی پرهیز می‌شود.

الف- انگیزه درونی:

از درصد فراوانی جمعیتی نتیجه گرفته می‌شود که ۲۳/۳٪ از گردشگران احساس می‌کنند انگیزه درونی‌شان کمتر از متوسط است، در حالی که ۵۸/۹٪ از آن‌ها (۴۱/۱٪-۱۰٪) میزان انگیزه خود را بیشتر از متوسط ادراک نموده‌اند. میانگین پاسخ‌گویی افراد به سؤال ۱، ۳/۶۳ محاسبه شده که مابین گزینه نظری ندارم (عدد ۳) و موافقم (عدد ۴) در طیف لیکرت قرار می‌گیرد که انگیزه درونی نسبتاً مطلوبی را نشان می‌دهد.

ب- انگیزه بیرونی

درصد فراوانی پاسخ به سؤالات عوامل انگیزه بیرونی نشان می‌دهد، به‌طور میانگین ۴/۳۴ درصد با مزیت‌های تفریحی، فرهنگی و اجتماعی شدیداً موافق بوده‌اند، ۰/۴۶ درصد با دلیل شاد بودن، ۷/۳۸ درصد به‌طور ذاتی برایشان مسافرت به این مکان مهم بوده، ۲/۱۷ درصد شدیداً موافق بوده‌اند که باید درگیر یک فعالیت باشند، ۷/۱۴ درصد به‌دلیل نشان دادن تمایزشان با بقیه و ۰/۱۶ درصد به این دلیل که خانواده به آن‌ها گوشزد کرده‌اند به این منطقه سفر کرده‌اند.

ج - عدم انگیزه (بی انگیزگی):

در تفسیر این عامل، به ماهیت معکوس آن توجه شده است. در واقع هرگاه یک گردشگر به یک سؤال پاسخ شدیداً مخالفم را داده است، یعنی عدم انگیزه خود را نسبت به آن شاخص در سطح بسیار پایینی

ارزیابی نموده است. یا به عبارت دیگر انگیزه بسیار بالای خود را نشان داده است. در دو بعد قبلی یعنی انگیزه درونی یا بیرونی، امتیاز بالاتر نشان‌دهنده انگیزه بیشتر گردشگر و به تبع آن مطلوبیت بیشتر می‌باشد، اما برای این شکل از انگیزه، امتیاز بالاتر نمایانگر انگیزه پایین‌تر و نامطلوب بودن وضعیت تفسیر می‌شود. درصد فراوانی تجمعی پاسخ‌ها به این متغیر نشان می‌دهد ۳۸٪ به این فعالیت اهمیت می‌دهند، ۱/۳۳٪ احساس می‌کنند این نوع گردشگری در آن‌ها تغییر ایجاد می‌کند و ۱/۴۹٪ تخصیص زمان به این فعالیت را ارزشمند می‌دانند.

د - بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه:

بخش چهارم پرسش‌نامه شامل سنجش ادراک گردشگران نسبت به احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه می‌باشد. در جدول (۳) عوامل مربوط به انگیزه گردشگران بر حسب بیشترین به کمترین مقدار مرتب شده‌اند. به علاوه انحراف معیار، ماکزیمم و مینیمم پاسخ‌ها نیز در جدول تعبیه شده است. بر اساس نتایج به دست آمده پژوهش حاضر، میانگین میزان انگیزه گردشگران در هر سه شکل انگیزه، بیشتر از متوسط است. بنابراین، اگرچه عدد عدم انگیزه ۲/۴۴ به دست آمده، اما به دلیل ماهیت معکوس آن، در رابطه با داشتن انگیزه مقدار آن برابر ۳/۵۶ محاسبه (از تفریق ۲/۴۴ از ۵) و در نتیجه بالاتر از متوسط تفسیر می‌شود. بر این اساس برای اینکه بتوان به‌طور قطع نتیجه‌گیری نمود که میانگین یک بعد به‌طور معناداری بالاتر از سطح متوسط است باید از آزمون t تک نمونه استفاده نمود که در بخش استنباطی این تحقیق مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۳. میانگین عوامل مربوط به انگیزه

| عامل | میانگین | انحراف معیار | ماکزیمم | مینیمم |
|---------------|---------|--------------|---------|--------|
| انگیزه درونی | ۳/۷۲ | ۰/۷۰ | ۵/۰۰ | ۱/۰۰ |
| انگیزه بیرونی | ۳/۳۶ | ۰/۶۶ | ۵/۰۰ | ۱/۰۰ |
| عدم انگیزه | ۲/۴۴ | ۱/۰۸ | ۵/۰۰ | ۱/۰۰ |

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی فرضیه‌های تحقیق:

فرضیه‌های فرعی:

با توجه به نرمال بودن تمام متغیرها، برای بررسی روابط میان عوامل تشکیل‌دهنده متغیر مستقل انگیزه گردشگران با متغیر وابسته بازدید مجدد و به تبع آن تأیید یا عدم تأیید فرضیه‌های فرعی پژوهش از ضریب هم‌بستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج حاصل از این آزمون در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. ضریب هم‌بستگی انگیزه درونی با متغیر بازدید مجدد و ابعاد آن

| اشکال مختلف متغیر مستقل | متغیر وابسته | ضریب هم‌بستگی | سطح معناداری |
|-------------------------|--------------|---------------|--------------|
| انگیزه درونی | بازدید مجدد | ۰/۳۴۷ | ۰/۰۰۰ |
| انگیزه بیرونی | | ۰/۲۲۸ | ۰/۰۰۳ |
| بی‌انگیزی | | -۰/۱۱۸ | ۰/۱۳۲ |

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

باید توجه داشت که تنها برای سطح معناداری‌های کمتر از ۰/۰۵ رابطه معنادار میان متغیر مستقل و متغیر وابسته تأیید می‌شود.

فرضیه فرعی ۱: میان انگیزه درونی گردشگران و بازدید مجدد از منطقه سلیمان‌تنگه ارتباط معناداری وجود دارد (تایید).

چنانچه مشاهده می‌شود میان انگیزه درونی و بازدید مجدد رابطه معنی‌داری وجود دارد و ضریب همبستگی به دست آمده برابر با ۰/۳۴۷+ است. به عبارت دیگر هرچه انگیزه درونی گردشگران بیشتر باشد، احتمال بازدید مجدد آن‌ها از منطقه سلیمان‌تنگه بیشتر می‌شود. بنابراین فرضیه HI، البته بدون توجه به حضور سایر عوامل مربوط به انگیزه تأیید می‌شود.

فرضیه فرعی ۲: میان انگیزه بیرونی گردشگران و بازدید مجدد از منطقه سلیمان‌تنگه ارتباط معنی‌داری وجود دارد (تایید می‌شود).

همچنین بر اساس جدول ۴، که میان انگیزه بیرونی و بازدید مجدد رابطه معنی‌داری وجود دارد و ضریب همبستگی برابر با ۰/۲۲۸+ محاسبه شده که کمتر از ضریب همبستگی حالت قبل است. به عبارت دیگر

هرچه انگیزه بیرونی گردشگران بیشتر باشد، احتمال بازدید مجدد آن‌ها از منطقه سلیمان تنگه بیشتر می‌شود. بنابراین فرضیه H2، البته بدون توجه به حضور سایر عوامل مربوط به انگیزه تایید می‌شود. فرضیه ۳: بین بی انگیزگی گردشگران و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه ارتباط معنی داری وجود دارد (رد می‌شود).

اما با توجه به نتایج آزمون همبستگی و سطح معنی داری بیشتر از ۰/۰۵ (۰/۱۳۲) نتیجه گرفته می‌شود که میان عدم انگیزه با بازدید مجدد رابطه معنی داری وجود ندارد. به عبارت دقیق‌تر، کاهش یا افزایش فقدان انگیزه تاثیری در احتمال افزایش بازدید مجدد گردشگران از سلیمان تنگه نخواهد داشت. بنابراین فرضیه H3، البته بدون توجه به حضور سایر عوامل موثر بر بی تفاوتی رد می‌شود.

از آنجائی که ضریب همبستگی تنها به وجود رابطه و شدت آن اشاره دارد؛ برای کسب اطلاعات بیشتر، از مدل رگرسیون خطی به عنوان مکمل همبستگی استفاده می‌شود. یعنی برای اعتبار کار و مشخص شدن رابطه بین سه نوع انگیزه و احتمال بازدید مجدد از یک مدل رگرسیون چندگانه استفاده می‌شود. برای انتخاب متغیرها در تحلیل رگرسیون چندگانه و به دست آوردن معادله، از روش گام به گام که پرکاربردترین روش ساخت مدل است؛ بهره گرفته شده است.

مطابق با جداول (۵) و (۶)، نتایج تحلیل نشان داد که تنها انگیزه درونی به معادله رگرسیون چندگانه وارد شده و توانسته است تنها ۱۱/۵٪ از واریانس (تغییرات) متغیر وابسته احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه را تبیین نماید. مابقی تغییرات یعنی ۸۸/۵٪ متعلق به دیگر متغیرهایی است که در این مطالعه در نظر گرفته نشده‌اند. باید توجه داشت که عوامل انگیزه بیرونی و عدم انگیزه در حضور متغیرهای دیگر بر احتمال بازدید مجدد بی تاثیر بوده و از مدل خارج شده‌اند.

جدول ۵. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون برای بازدید مجدد کل و عوامل مربوط به انگیزه

| روش ورود متغیرها | ضریب همبستگی چندگانه | ضریب تعیین | ضریب تعیین تعدیل یافته | سطح معنی داری |
|------------------|----------------------|------------|------------------------|---------------|
| گام به گام | ۰/۳۴۷ | ۰/۱۲۱ | ۰/۱۱۵ | ۰/۰۰۰ |

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

جدول ۶: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون

| متغیر | ضریب رگرسیون (b) | ضریب رگرسیون استاندارد شده (B) | سطح معنی‌داری |
|--------------|------------------|--------------------------------|---------------|
| عدد ثابت | ۲/۲۵۴ | - | ۰/۰۰۰ |
| انگیزه درونی | ۰/۳۱۵ | ۰/۳۴۷ | ۰/۰۰۰ |

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

با توجه به نتایج جدول فوق، معادله رگرسیون چندگانه عبارت است از:

$$\text{انگیزه درونی} = ۰/۳۱۵ \times \text{بازدید مجدد} + ۲/۲۵۴$$

تفسیر معادله فوق بدین معناست که افزایش یک واحدی در انگیزه درونی گردشگران باعث افزایش ۰/۳۱۵ واحدی در متغیر وابسته احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه خواهد شد.

از ستون ضرایب رگرسیون استاندارد شده نیز به خوبی می‌توان به نسبت تأثیر هر یک از عوامل بر متغیر وابسته پی برد. بنابراین با توجه به تحلیل نهایی به کمک مدل رگرسیون، می‌توان نتیجه گرفت که از میان سه شکل انگیزه درونی، انگیزه بیرونی و عدم انگیزه گردشگران، تنها میان انگیزه درونی با احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه، ارتباط معنی‌دار و مثبت وجود دارد. یعنی افزایش انگیزه‌های درونی گردشگران موجب افزایش احتمال بازدید از منطقه سلیمان تنگه در آینده خواهد شد. البته از آنجائیکه ضریب همبستگی چندگانه برای کل مدل ۰/۳۴۷ و سطح معنی‌داری کل برابر ۰/۰۰۰ شده که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد همین یک شکل از انگیزه به تنهایی موجب تایید فرضیه اصلی خواهد شد.

فرضیه اصلی: میان انگیزه گردشگری و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه ارتباط معنی‌دار وجود دارد. (تایید می‌شود)

بررسی نهایی فرضیه‌ها توسط تحلیل رگرسیون:

با توجه به جمع‌بندی نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه به روش گام به گام، وضعیت نهایی فرضیه‌های در نظر گرفته شده برای پژوهش به شکل زیر می‌باشد. باید توجه داشت که اگرچه پیشتر مشاهده شد که میان انگیزه بیرونی گردشگران (به تنهایی) و متغیر کلی بازدید مجدد ارتباط معنی‌داری وجود دارد، اما در حضور همه عوامل انگیزه این فرضیه رد می‌شود. به عبارت دیگر برهم کنش میان انگیزه

درونی، انگیزه بیرونی و عدم انگیزه گردشگران موجب شده تا تنها انگیزه درونی در مدل رگرسیون باقی بماند.

بررسی میانگین‌های یک جامعه:

در بخش توصیفی میانگین‌های عوامل مربوط به متغیرهای مستقل و میانگین متغیر وابسته پژوهش محاسبه شد. اما برای بررسی تفاوت معنی‌دار (بیشتر یا کمتر بودن) میان میانگین این عوامل با سطح متوسط (عدد ۳)، باید از آزمون t تک نمونه ۱ استفاده نمود (جدول ۷).

جدول ۷. خروجی آزمون t تک نمونه

| متغیر | عوامل | Mean (میانگین) | آماره t | سطح معنی‌داری دو طرفه (Sig. 2tailed) | حد پایین Lower | حد بالا Upper |
|----------------------------|---------------|-------------------|---------|--|-------------------|------------------|
| انگیزه گردشگران (مستقل) | انگیزه درونی | ۳/۷۲ | ۱۳/۰۴۵ | ۰/۰۰۰ | ۰/۶۰۹۱ | ۰/۸۲۶۴ |
| | انگیزه بیرونی | ۳/۳۶ | ۶/۹۰۴ | ۰/۰۰۰ | ۰/۲۵۴۸ | ۰/۴۵۸۹ |
| | عدم انگیزه | ۲/۴۴ | -۶/۶۵۵ | ۰/۰۰۰ | -۰/۷۲۹۲ | -۰/۳۹۵۵ |
| بازدید مجدد (وابسته) | - | ۳/۴۳ | ۸/۵۵۱ | ۰/۰۰۰ | ۰/۳۲۸۷ | ۰/۵۲۶۱ |

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

در آزمون t تک نمونه‌ای فرض بر این است که داده‌ها، نمونه‌هایی از یک جامعه یا یک توزیع خاص هستند و در صدد بررسی این مطلب هستیم که آیا نمونه متعلق به جامعه‌ای با میانگین مشخص است یا خیر؟ نتایج این آزمون برای عوامل موجود در تحقیق در جدول صفحه بعد مشاهده می‌شود. همچنین میانگین ۱۱ سؤال مربوط به انگیزه درونی نیز برابر با ۳/۷۲ می‌باشد که مطابق با توضیح داده شده این مقدار انگیزه نیز نسبتاً مطلوب ارزیابی می‌شود. البته باید توجه داشت که این تفسیر تنها به صورت توصیفی می‌باشد. برای این که بتوان به طور قطع نتیجه‌گیری نمود که میانگین یکی از اشکال انگیزه به طور معنی‌داری بالاتر از سطح متوسط است باید از آزمون t تک نمونه استفاده نمود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با هدف شناسایی انگیزه‌های گردشگران و تاثیر آن بر تکرار در بازدید از منطقه بوم‌گردی تنگ سلیمان ساری انجام گرفته است. بطور کلی پژوهشگران از انجام این تحقیق و انتخاب نظریه خود تعیینی در روان شناسی در انتخاب پایگاه بوم‌گردی توسط بازدیدکنندگان هدف‌هایی را دنبال کردند تا بتوانند انگیزه‌های مختلف گردشگرانی که تجربه سفرهای بوم‌گردی دارند، درک کند و پی ببرند که آیا گردشگر میل به تکرار بازدید از پایگاه بوم‌گردی را دارد یا خیر. مجموعه‌ای از نظریه‌ها و مدل‌های ارائه شده در زمینه انگیزه‌های گردشگران مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت با توجه به پژوهش علان(۲۰۱۲)، که به مقایسه بین انگیزه‌های زمین‌گردشگران و قصد بازگشت مجدد آن‌ها پرداخته است و با توجه به یافته‌های این پژوهشگر و نتایج حاصل از این تحقیق، که فرار از زندگی روزمره، تمدد اعصاب، لذت، حس شگفتی و کسب علم و دانش، انگیزه‌های درونی عمده گردشگران در این پژوهش بوده است، تحقیق حاضر طراحی و یک فرضیه اصلی و سه فرضیه فرعی مطرح شد. بررسی فرضیه‌های پژوهش با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر وجود ارتباط معنی‌دار میان انگیزه گردشگری و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه را تایید می‌کند. آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش نیز ارتباط معنی‌دار میان انگیزه درونی گردشگران و بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه (فرضیه فرعی اول) و نیز ارتباط معنی‌دار میان انگیزه بیرونی گردشگران و بازدید مجدد از این منطقه (فرضیه فرعی دوم) را تایید می‌کند. در نهایت فرضیه فرعی سوم مبنی بر وجود ارتباط میان عدم انگیزه و بازدید مجدد از منطقه رد شد.

در مورد ارتباط بین انگیزه‌های درونی مانند تمدد اعصاب و لذت با قصد بازگشت و بازدید مجدد، ممکن است مقصدهای مشابه انتخاب شود ولی در مورد انگیزه‌هایی مانند کسب دانش و حس شگفتی ممکن است مقصدهای جدیدی برگزیده شود؛ در نتیجه قصد بازگشت به شکل مهمی با انگیزه‌های درونی افراد در ارتباط است که این نتایج بدست آمده با نتایجی که مأمون علان(۲۰۱۲) کسب کرد، مطابقت دارد. درکل، قصد بازدید مجدد زمانی از طرف بومگردها صورت می‌گیرد که خودتعیینی در مورد انگیزه‌های

درونی و انگیزه‌های بیرونی زیاد باشد و همچنین طبق علان(۲۰۱۲) نیازهای عمده روانشناختی خودمختاری، شایستگی و ارتباط نیز برآورده شود. بنابر این به‌طور خلاصه می‌توان نتایج حاصل از مقایسه میانگین‌های دو یا چند جامعه را به‌صورت (جدول ۱۰) ذکر کرد.

جدول ۸. مقایسه میانگین‌های دو جامعه در اطلاعات دموگرافیک

| |
|---|
| میان احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه در مردان و زنان گردشگر تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. |
| میان احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه در گردشگرانی که از منبع اطلاعات استفاده نموده‌اند و یا بدون اطلاع از این منطقه به سفر آمده‌اند تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. |
| میان احتمال بازدید مجدد از منطقه سلیمان تنگه در طبقات سنی گردشگران تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. |
| میان احتمال بازدید مجدد از منطقه مطالعه با درجات تحصیلی گردشگران تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. |

همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که توزیع داده‌های هر سه شکل انگیزه (انگیزه درونی، انگیزه بیرونی، عدم انگیزه (بی انگیزگی))، و متغیر بازدید مجدد نرمال می‌باشند. در واقع بین اطلاعات دموگرافیک و احتمال بازدید مجدد از سایت ارتباطی وجود ندارد و بر اساس نتایج به دست آمده، بازدید مجدد به انگیزه‌های درونی و بیرونی گردشگران مربوط است. از اینرو مدیران بازاریابی و تدوین‌گران راهبردهای مدیریت مقصد می‌توانند با توجه به اطلاعات این تحقیق با توجه بیشتر به انگیزه‌های درونی و بیرونی گردشگران و اجرای راهبردهای متناسب به مدیریت مقصدها و توسعه بوم‌گردی در منطقه سلیمان تنگه کمک شایان توجهی در آینده نزدیک بنمایند.

تشکر و قدردانی:

در اینجا جا دارد مراتب تشکر و قدردانی خود را از جناب آقای دکتر آهنگران مدیر محترم گروه مدیریت گردشگری (مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد) در دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، برای کمک‌های بزرگووارانه در ایجاد بستر اداری لازم جهت تسهیل کار انجام این پژوهش اعلام داریم.

منابع

- پیرس، فیلیپ. (۱۳۹۵). رفتار گردشگر. ترجمه دکتر حمید ضرغام بروجنی و همکاران. چاپ دوم. تهران: مهکامه.
- حاج علیلو، بهزاد و نکوئی صدی، بهرام. (۱۳۹۰). ژئوتوریسم. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور کشور.

رستگار، حمیدرضا و صرافان، امیرمحمد. (۱۳۹۳). «نگاهی بر نقش و اهمیت انگیزه گردشگران در توسعه گردشگری پایدار در ایران». دومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان: ۲۲ آبان.

سکاران، اوما. (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق در مدیریت. ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی. چاپ هشتم. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی ریاست جمهوری.

علیزاده ثانی، محسن؛ فراهانی، بنفشه و احمدی خطیر، طاهره. (۱۳۹۳). «عوامل انگیزشی گردشگری سلامت در چشمه‌های آب‌گرم استان مازندران (مطالعه موردی رامسر و لاریج)». مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری سال سوم. شماره ۱۱. صص ۳۳ - ۵۲.

قادری، اسماعیل و مطهر، سیده مهسا. (۱۳۹۲). «بررسی عامل کششی انگیزاننده گردشگران در انتخاب مقصد، مقایسه مقاصد داخلی و خارجی (مطالعه موردی شهر تهران)». فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری. شماره ۲. ۱۵ الی ۲۹.

کال، ام.؛ بورگ، و. و گال، جی. پی. (۱۳۹۴). روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی (جلد اول). مترجمان: دکتر احمدرضا نصر، دکتر حمیدرضا عریضی، دکتر محمود ابوالقاسمی، محمدجعفر پاک سرشت، دکتر علیرضا کیانمش، دکتر خسرو باقری، دکتر محمد خیر، دکتر منیجه شهنی بیلاق و دکتر زهره خسروی به اهتمام دکتر احمد رضا نصر. چاپ دهم. تهران: سمت.

گی، چاک وای و فایو-سولا، آدارو. (۱۳۹۰). جهانگردی در چشم‌انداز جامع. ترجمه علی پارساییان و سید محمد اعرابی. چاپ هفتم. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

نکوئی صدری، بهرام. (۱۳۹۲). گزارش دوره فشرده آموزشی مدیریت و برنامه‌ریزی اکوتوریسم در دانشگاه ملی فیجی. تهران: سازمان بهره‌وری ایران.

نکوئی صدری، بهرام. (۱۳۸۵). «طبیعت رویکردی نو در گردشگری». مجموعه مقالات همایش علمی یک روزه، بررسی توانمندی‌ها، موانع و مشکلات و راه‌های توسعه گردشگری در آذربایجان شرقی، سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان شرقی. تبریز: هتل پارس تبریز.

وب سایت اداره کل حفاظت از محیط زیست مازندران. (اردیبهشت ۱۳۹۹). مناطق چهارگانه -- قابل دسترسی آنلاین در

لینک: <https://mazandaran.doe.ir/portal/home/?976472>

Aicher, T. J., Brenner, J., & Eddosary, M. (2015). Individuals' motivation to participate in sport tourism: A self-determination theory perspective. *International Journal of Sport Management, Recreation and Tourism*, 18, 56-81.

Allan, M., (2012). *Geotourism: Toward a better understanding of motivations for a geotourism experience, a Self-Determination Theory perspective*. Germany: LAP Lambert Academic Publishing, Saarbrücken.

- Craike, M. (2008). Application of self-determination theory to a study of the determinants of regular participation in leisure-time physical activity. *World Leisure Journal*, 50(1), 58-69.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological inquiry*, 11(4), 227-268.
- Deci, E., L., Ryan, R.M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.
- Fennell, David A.(2015). *Ecotourism*, (the fourth edition); Taylor & Francis Ltd.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Washington DC: Island Press.
- Jafari, J.(2000) *Encyclopedia of Tourism*. New York: Rutledge.
- Jang, S., Bai, B. H., Clark, W. and Chi, M. E. (2009). Affect, travel motivation, and travel intention: A senior market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51-73.
- Klenosky, D. B. (2002). The "pull" of tourism destinations: A means-ends investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 385-395.
- Larsen, S., Øgaard, T., & Brun, W. (2011). Backpackers and mainstreamers: Realities and myths. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 690-707.
- Ma, A. T., Chow, A. S., Cheung, L. T., & Liu, S. (2018). Self-determined travel motivation and environmentally responsible behaviour of Chinese visitors to national forest protected areas in South China. *Global ecology and conservation*, 16. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2018.e00480>.
- Markland, D., & Tobin, V. (2004). A modification to the behavioural regulation in exercise questionnaire to include an assessment of amotivation. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 26 (2), 191-196.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Pearce, P.L.(2005). *Tourist behavior: Themes and Conceptual Schemes*. Clevedon, UK: Channel view.
- Pearce, P. L., & Packer, J. (2013). Minds on the move: New links from psychology to tourism. *Annals of Tourism Research*, 40, 386-411.
- Ramírez, F., & Santana, J. (2019). Environmental Education and Biodiversity Conservation. In: Ramírez, F., & Santana, J. (Eds.) *Environmental Education and Ecotourism* (pp. 7-11). Springer, Cham.
- Shavanddasht, M. & Karubi, M. & Sadry B.N. (2017) 'An Examination Of The Relationship Between Cave Tourists' Motivations And Satisfaction: The Case Of Alisadr Cave, Iran', *GeoJournal of Tourism and Geosites*, no. 2, vol. 20, p.165-176.
- Wu, M. ,& Pearce P. (2014). Chinese recreational vehicle users in Australia: A Ethnographic Study Of Tourist Motivation. *Tourism Management*, 43:22-35.
- Zhang, Y., Cole, Sh., Ricci, P., Gao, J. (2017). Context-Based Leisure Travel Facilitation among People with Mobility Challenges: A Self-Determination Theory Approach. *Journal of Travel Research*, Volume: 58 issue: 1, 42-62
<https://doi.org/10.1177/0047287517741004>